

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara yaitu Lokasi, *Salesmanship*, Perilaku Konsumen, dan Harga Terhadap Keputusan pembelian (Y). Tipe penelitian ini adalah kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan metode *accidental sampling* (bagian dari non-probability sampling) yang memberikan kuesioner secara kebetulan pada orang-orang yang ditemui peneliti sebagai customer atau calon customer. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi. Pengujian kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji f, koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil analisis mendapatkan bahwa kelima faktor Lokasi, *Salesmanship*, Perilaku Konsumen, dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa empat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Lokasi, *Salesmanship*, Perilaku Konsumen, dan Harga berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Lokasi, *Salesmanship*, Perilaku konsumen, Harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an influence between location, salesmanship, consumer behavior, and price on purchasing decisions (Y). This type of research is quantitative. The number of samples in this study amounted to 100 respondents who were taken by accidental sampling method (part of non-probability sampling) which gave questionnaires by chance to people the researchers met as customers or prospective customers. Collecting data using questionnaires, interviews and observations. Testing the questionnaire using validity and reliability tests. While testing the hypothesis using t test, f test, correlation coefficient and coefficient of determination. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis which serves to prove the research hypothesis. The results of the analysis show that the five factors of Location, Salesmanship, Consumer Behavior, and Price have a positive and significant influence on purchasing decisions. Hypothesis testing using t-test showed that the four independent variables studied were proven to significantly influence the dependent variable on purchasing decisions. Then through the F test it can be seen that the variables Location, Salesmanship, Consumer Behavior, and Price have a significant effect together on purchasing decisions.

Keywords: Location, Salesmanship, Consumer behavior, Price, decisions purchase