

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung**” ini ditulis oleh Nila Agustin, NIM. 12402183162, pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Keputusan pembelian mejadi prioritas utama pada penelitian ini karena konsumen tetap memilih berbelanja di pasar tradisonal di tengah berkembangnya pasar modern yang menawarkan berbagai macam kelebihan. Dengan demikian pasar tradisional harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen, agar konsumen merasa puas dan tidak beralih ke pasar modern. Aspek seperti harga, keragaman produk dan lokasi harus dipertahankan dan diperbaiki. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan harga, keragaman produk dan lokasi di Pasar Kliwon Tulungagung, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung.

Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu konsumen yang sedang dan pernah berkunjung di Pasar Kliwon Tulungagung. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner dan dokumentasi. Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas dan uji linieritas. Metode analisis data dengan metode analisis regresi linier berganda. Dengan pengujian hipotesis uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel harga, keragaman produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel harga, keragaman produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,582 menunjukkan bahwa 58% variabel keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 42% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: harga, keragaman produk, lokasi dan keputusan pembelian

ABSTRACT

The thesis, with the title "**The Influence of Price, Product Diversity and Location on Purchase Decisions at Kliwon Tulungagung Market**" was written by Nila Agustin, NIM. 12402183162, adviser to Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Purchasing decisions are the main priority in this study because consumers still choose to shop at traditional markets in the midst of the development of modern markets that offer various advantages. Thus, traditional markets must pay attention to things that are considered important by consumers, so that consumers feel satisfied and do not switch to modern markets. Aspects such as price, product diversity and location must be maintained and improved. Therefore, this study raises the issues of price, product diversity and location in the Kliwon Tulungagung Market, with the aim of knowing the effect of price, product diversity and location on purchasing decisions at Kliwon Tulungagung Market.

This research is a survey research using quantitative research analysis. The sampling technique used in this study is Non-Probability Sampling with the Accidental Sampling method. The number of samples used in this study was 100 respondents, namely consumers who are currently and have visited Kliwon Tulungagung Market. Data collection techniques used are questionnaires and documentation. Test the validity of the data used in this study, namely the validity test and reliability test. The classical assumption test used is the normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test and linearity test. Data analysis method with multiple linear regression analysis method. By testing the hypothesis t test, F test and test the coefficient of determination

Hypothesis testing using a t-test shows that the variables of price, product diversity and location have a positive and significant effect on purchasing decisions. Then through the F test, it can be seen that the variables of price, product diversity and location have a positive and significant effect together on purchasing decisions. The Adjusted R Square figure of 0.582 indicates that 58% of the purchasing decision variables can be explained by the three independent variables used in the regression equation. While the remaining 42% is explained by other variables outside the three variables used in this study.

Keywords: price, product diversity, location and purchasing decisions