

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sumber Makmur Swalayan Tanjungsari Kota Blitar” yang ditulis oleh Diana Nurlaili, NIM. 126405202134, Pembimbing Galih Pradananta, M.Si.

Keputusan pembelian menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena keadaan persaingan bisnis yang begitu ketat dalam keterbukaan bisnis saat ini mengakibatkan semakin sempit peluang pasarnya. Sehingga memicu perusahaan untuk menitikberatkan strategi pemasaran yang unggul dibanding para pesaing. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan harga, lokasi, dan kelengkapan produk, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sumber Makmur Swalayan Tanjungsari Kota Blitar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Quota Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu konsumen Sumber Makmur Swalayan Tanjungsari Kota Blitar. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F diketahui bahwa variabel harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi dapat diketahui bahwa sebesar 42,4% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga, lokasi, dan kelengkapan produk, sedangkan sisanya 57,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Lokasi, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Price, Location and Product Completeness on Consumer Purchasing Decisions at Sumber Makmur Swalayan Tanjungsari, Blitar City" written by Diana Nurlaili, NIM. 126405202134, Supervisor Galih Pradananta, M.Sc.

Purchasing decisions are the main priority in this research because the current state of business competition is so tight in business openness that the market opportunities are increasingly narrow. This triggers companies to emphasize marketing strategies that are superior to competitors. Therefore, this research raises the issue of price, location and product completeness, with the aim of finding out the influence of price, location and product completeness on consumer purchasing decisions at Sumber Makmur Swalayan Tanjungsari, Blitar City.

The research method used in the research is quantitative research with an associative type of research. The sampling technique used is Quota Sampling. The number of samples used in this research was 100 respondents, namely consumers of Sumber Makmur Swalayan Tanjungsari, Blitar City. The next stage, the questionnaire data was analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests.

The results of hypothesis testing using the T test show that price has no significant effect on purchasing decisions, while location and product completeness have a positive and significant effect on purchasing decisions. Then, through the F test, it is known that the variables price, location and product completeness have a positive and significant effect together or simultaneously on purchasing decisions. The results of the analysis of the coefficient of determination show that 42.4% of purchasing decision variables are influenced by price, location and product completeness variables, while the remaining 57.6% are influenced by other variables outside the variables used in this research.

Keywords: Price, Location, Product Completeness, Purchase Decision