

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Tulang Lunak Cak San Jember. Jenis Penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Tulang Lunak Cak San Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 130 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Tulang Lunak Cak San Jember. Dari hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa hasil dari uji t hitung kualitas produk sebesar 4,486 dan tingkat signifikansi 0,000, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Variabel Harga dengan t hitung sebesar 3,084 dan tingkat signifikansi 0,003, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Variabel Lokasi dengan t hitung sebesar 3,732 dan tingkat signifikansi 0,000, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Variabel Promosi dengan t hitung sebesar 4,133 dan tingkat signifikansi 0,000, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Variabel Kualitas Pelayanan dengan t hitung sebesar 2,355 dan tingkat signifikansi 0,020, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

This study aims to test and analyze product quality, price, location, promotion and quality of service to purchasing decisions at Cak San Jember Soft Bone Restaurant. This type of research uses quantitative descriptive. The population in this study is consumers who made purchases at Cak San Jember Soft Bone Restaurant. The sample used as many as 130 respondents. Analysis tools use multiple linear regressions. The results prove that Product Quality, Price, Location, Promotion and Quality of Service influenced the Purchase Decision at Cak San Jember Soft Bone Restaurant. From the results of multiple linear regressions it can be known that the results of the test t calculate the quality of the product of 4,486 and the significance level of 0.000, then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. Variable Price with calculated t of 3,084 and significance level of 0.003, then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. Location Variable with calculated t of 3,732 and significance level of 0.000, then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. Promotion variable with t count of 4,133 and significance level of 0.000, then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. Service Quality Variable with t count of 2,355 and significance level of 0.020, then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted.

Keywords: Product Quality, Price, Location, Promotion, Quality of Service and Purchasing Decision