

ABSTRAK

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai pengaruh signifikan dari variabel kualitas produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Warung Lesehan AA Jember. Pemilihan sampel untuk penelitian ini dipilih melalui menerapkan metode purposive sampling dengan sampel sebesar 140 responden. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Teknik pengolahan data menggunakan alat analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan AA. Dengan t hitung yang diperoleh dalam regresi linier berganda dengan variabel kualitas Produk (X1) dengan t hitung sebesar 2.179 dan tingkat signifikansi 0,031. Variabel harga (X2) dengan t hitung sebesar 3.186 dan tingkat signifikansi 0,002. Variabel lokasi (X3) dengan t hitung sebesar 2.045 dan tingkat signifikansi 0,043. Variabel promosi (X4) dengan t hitung sebesar 4.203 dan tingkat signifikansi 0,000. Variabel kualitas pelayanan (X5) dengan t hitung sebesar 3.396 dan tingkat signifikansi 0,001. Dan kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dengan F hitung sebesar 30.014 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Lesehan AA Jember. menunjukkan berpengaruh secara simultann diperoleh dari hasil 0,866 dan diperoleh nilai Adjusted R Square adalah 0,511, hal ini berarti 51,1% variabel terikat yaitu keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh lima variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan.

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

ABSTRACT

The focus of this research is to explain the significant effect of product quality, price, location, promotion, and service quality variables on purchasing decisions at Warung Lesehan AA Jember. The sample selection for this study was selected by applying the purposive sampling method with a sample of 140 respondents. This type of research uses descriptive quantitative. The data processing technique uses multiple linear analysis tools. The results of this study indicate that product quality, price, location, promotion and service quality affect purchasing decisions at Warung Lesehan AA. With t count obtained in multiple linear regression with variable Product quality (X1) with t count of 2.179 and a significance level of 0.031. Price variable (X2) with t count of 3.186 and a significance level of 0.002. Location variable (X3) with t count of 2.045 and a significance level of 0.043. Promotion variable (X4) with t count of 4.203 and a significance level of 0.000. Quality variable (X5) with t count of 3.396 and a significance level of 0.001. And product quality, price, location, promotion and service quality have an effect simultaneously with F count of 30,014 with a significance level of 0.000. The results of this study indicate that product quality, price, location, promotion and service quality have an effect on purchasing decisions at Warung Lesehan AA Jember. The simultaneous effect is obtained from the results of 0.866 and the Adjusted R Square value is 0.511, this means 51.1% The dependent variable, namely the purchase decision, can be explained by five independent variables, namely Product Quality, Price, Location, Promotion and Service Quality.

Keywords: *Product quality, Price, Location, Promotion, Quality of Service , and Purchasing decisions*