

## ABSTRAK

Penelitian mengenai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Waduk Sidodadi Glenmore, Banyuwangi. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori kualitas pelayanan, harga, lokasi dan keputusan pembelian. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Waduk Sidodadi Glenmore. Sampel yang digunakan sebanyak 60 responden, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS. Hasil uji t menunjukkan signifikansi kualitas pelayanan, harga dan lokasi lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga secara simultan kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 73.2% keputusan pembelian jasa di Waduk Sidodadi Glenmore dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Sedangkan sisanya 26.8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti fasilitas, promosi dan lain-lain.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, lokasi dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*Research about factors that influence consumer purchase decisions at Sidodadi Reservoir, Glenmore. The purpose of this research is to analyze the influence of service quality, price and location to the purchase decisions partial and simultaneous. The theory used in this research is the theory of service quality, price, location, and purchase decisions. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this study are all nurses in the Sidodadi Reservoir. The samples used were 60 respondents, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling approach. The analysis tool using multiple linear regression with SPSS software. t-test results showed significant value of service quality, price and location is smaller than 0.05, so that partially have a significant influence to the purchase decisions. F test results showed the significant value is 0,000 less than 0.05, so that simultaneous service quality, price and location has a significant influence to the purchase decisions. Regression analysis showed service quality, price and location have a positive influence to the purchase decisions. Coefficient determination test shows that 73.2% of purchase decisions at Sidodadi Reservoir, Glenmore influenced by service quality, price and location. While the remaining 26.8% is influenced by other variables outside the model or equation, like facilities, promotion and others.*

*Key words: service quality, price, location, and purchase decisions*