

ABSTRAK

Penelitian mengenai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Media Swalayan, Situbondo. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh tata ruang toko, harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial dan simultan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori tata ruang toko, harga, keragaman produk dan keputusan pembelian konsumen. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Media Swalayan, Situbondo. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dengan *software SPSS* versi 21. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi tata ruang toko, harga dan keragaman produk lebih kecil dari 0.05, sehingga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, sehingga secara simultan tata ruang toko, harga dan keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Analisis regresi menunjukkan bahwa tata ruang toko, harga dan keragaman produk memiliki nilai koefisien positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 84.6% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh tata ruang toko, harga dan keragaman produk, sedangkan sisanya sebesar 0.154 atau 15.4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, pendapatan konsumen, selera konsumen dan lainnya.

Kata kunci: tata ruang toko, harga, keragaman produk dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Research about factors that influence consumer purchase decision in Media Swalayan, Situbondo. The purpose of this research is to analyze the influence of store layout, price and product diversity to the consumer purchase decision, partial and simultaneous. The theory used in this research is the theory of store layout, price, product diversity and purchasing decisions and consumer purchase decision. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this research is Media Swalayan consumers. The samples used were 40 respondents, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling approach. The analysis tool using multiple linear regression with SPSS software version 21. t-test results showed significant value of store layout, price and product diversity is smaller than 0.05, so that partially have a positive and significant influence to the consumer purchase decision. F test results showed the significant value is 0.000 less than 0.05, so that simultaneous store layout, price and product diversity has a significant influence to the consumer purchase decision. Regression analysis showed that the store layout, price and product diversity have a positive coefficient. Coefficient determination test shows that 84.6% of consumer purchase decision influenced by store layout, price and product diversity. While the remaining 15.4% is influenced by service quality, consumer income, consumer tastes and other variables outside the model or equation.

Key words: *store layout, price, product diversity and purchasing decisions*