

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan secara parsial maupun simultan terhadap pengambilan keputusan konsumen. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi didalam penelitian ini adalah seluruh *member* Tirta Pandawa Sports Center di kabupaten situbondo. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, menggunakan teknik *accidental sampling*. Hasil uji t secara parsial menunjukkan tingkat signifikansi yang diperoleh variabel bebas yaitu harga sebesar 0,056, lokasi sebesar 0,309 lebih besar dari $\alpha=5\%$. Hal ini menunjukkan variabel harga dan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Sedangkan variabel kualitas layanan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha=5\%$, maka variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 93,3% pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan kualitas layanan. Sedangkan sisanya 6,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Kata kunci: harga, lokasi, kualitas layanan dan pengambilan keputusan

ABSTRACT

Research about factors that influence of price, location and quality of service partially or simultaneously on consumer decision-making. Quantitative descriptive study with explanatory research design. The population in this study were all members Tirta Pandavas Sports Center in Situbondo regency. The sample used by 40 respondents, using the technique of sampling accidental. Partial t test result indicates the level of significance acquired independent variable is the price of 0.056, the location of 0.309 greater than $\alpha = 5\%$. This indicates a variable price and location variables did not affect the decision-making. While the variable quality of service with a significance level of 0.000 is smaller than $\alpha = 5\%$, then the variable quality of service is partially affected to decision making. Determination coefficient analysis showed that that 93.3% of consumer decision making is influenced by price, location, and quality service. While the remaining 6.7% is influenced by other variables not included in the study.

Keywords: price, location, quality of service and decision-making