

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang semakin pesat sekarang ini telah banyak memberikan perubahan pola kehidupan manusia. Perubahan terjadi terhadap kehidupan sehari-hari maupun aktivitas kegiatan usaha, salah satu diantaranya adalah produk baja ringan. Kini baja ringan semakin banyak dipilih orang sebagai material rangka atap bagunannya. Baja ringan mulai menggeser penggunaan kayu ataupun baja konvensional untuk rangka atap. Keunggulan dari baja ringan itu sendiri adalah penggunaannya yang cukup kuat dan awet. Bahkan, bahan bangunan tersebut tidak akan berkarat dan tahan menghadapi cuaca ekstrem, sehingga bisa melindungi bangunan dengan maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi, persepsi harga dan keunggulan produk terhadap keputusan pembelian baja ringan Loyal Truss Rogojampi Banyuwangi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli baja ringan di Loyal Truss Rogojampi Banyuwangi. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, untuk sampel yang diolah menjadi data sebanyak 60 responden dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan angket. Analisis data menggunakan model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga dan keunggulan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: lokasi, persepsi harga, keunggulan produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Advances in technology that are increasingly rapidly now have changed the pattern of human life. Changes occur in daily life and business activities, one of which is light steel products. Now more and more people choose mild steel as a roof truss material for their buildings. Mild steel began to shift the use of conventional wood or steel for roof trusses. The advantage of mild steel itself is its use is quite strong and durable. In fact, these building materials will not rust and withstand extreme weather, so they can protect the building to the maximum. This study aims to analyze the effect of location, price perception and product superiority on purchasing decisions of Loyal Truss Rogojampi Banyuwangi light steel. The population in this study were all consumers who had purchased mild steel at Loyal Truss Rogojampi Banyuwangi. Sampling using purposive sampling technique, for samples that are processed into data as many as 60 respondents and data collection through observation, interviews and questionnaires. Data analysis used multiple linear regression model. The results showed that the price perception variable and product superiority had a significant positive effect on purchasing decisions. While the location does not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: location, price perception, product superiority, purchasing decisions.

