

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Dealove Fair Price Boutique , Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga , kualitas produk, lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian pada dealove fair price boutique. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang pernah berbelanja lebih dari dua kali di *dealove fair price boutique* dan berjenis kelamin perempuan. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 respondent dan teknik yang digunakan *Non- probabi*

lity sampling dengan menggunakan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa wawancara, kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel potongan harga, kualitas produk, lokasi penjualan, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa potongan harga, kualitas produk, lokasi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya. Dari uji F diperoleh hasil sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa potongan harga, kualitas produk, lokasi penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya. Dari uji determinasi berganda (R^2) perubahan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel potongan harga, kualitas produk, dan lokasi penjualan.

Kata kunci: potongan harga, kualitas produk, lokasi penjualan dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research was conducted on consumers of Dealove Fair Price Boutique, female students of the Faculty of Economics, University of MuhammadiyahJember 2014. This study aims to determine the effect of price discounts, product quality, location of sales on purchasing decisions at dealove fair price boutique. The population used in this study were those who had shopped more than twice in dealove fair price boutiques and were female. The sample in this study were 100 respondents and the technique used was non-probability sampling using purposive display. In this study the data was collected by means of an interview in the form of a questionnaire, which aimed to determine respondents' perceptions of each variable. The analysis used is multiple linear regression analysis. From the results of the analysis using regression can be seen that the variable discount, product quality, location of sales, all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test results are obtained so that, the hypothesis which states that price discounts, product quality, location of sales have a positive effect on purchasing decisions proven to be true. From the F test results are obtained so that, the hypothesis which states that price discounts, product quality, location of sales together have a positive effect on purchasing decisions proven to be true. From the multiple determination test (R²) changes in purchasing decisions are influenced by price discount, product quality, and sales location variables.

Keywords: *price discounts, product quality, location of sales, purchase decisions.*

