

ABSTRAK

Rio Herdianto, 2023, Pengaruh Lokasi, Variasi Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bangunan Caraka Kota Metro. Pembimbing (1) Dr. Yateno², S.E M.M, Nani Septiani² S.E., M.M.

Kata Kunci : lokasi, Variasi Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen yang didasari atas perkembangan pasar saat sekarang ini membuat konsumen ingin terus dimanja, hal ini mendorong terciptanya Perusahaan dengan model tertentu sesuai dengan model tertentu sesuai dengan kebutuhan konsumen. Semakin ketatnya persaingan pasar yang ada, terutama persaingan yang berasal dari pasar modern sejenis, membuat Perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, sehingga Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya, dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan 1) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian 2) Untuk mengetahui apakah Variasi produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. 3) Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian 4) Untuk mengetahui apakah lokasi, Variasi produk, harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang menggunakan produk telkom Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 85 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap Keputusan Pembelian. 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variasi produk terhadap Keputusan Pembelian. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi, variasi produk dan harga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variasi produk terhadap Keputusan Pembelian