

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TAMAN KULINER RAINBOW 99 JATIMULYO

Paskalia Dwi Safitri

2019112170

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah proses memilih dari berbagai kebutuhan-kebutuhan dan menetapkan pilihan yang dianggap paling tepat dan sesuai kebutuhannya. Harga dan lokasi menjadi faktor dalam menentukan keputusan dalam membeli produk. Masalah yang ada pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo yaitu menu yang disediakan terbilang banyak, namun tidak selalu *ready* setiap harinya. Serta ada naik turun penjualan pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo, menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo. Menganalisis pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara dan kuesioner dengan populasi 100 konsumen dengan kriteria konsumen minimal berusia 15 tahun, yang datang dan pernah ke Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo serta membeli berbagai aneka kuliner yang tersedia. Hasil uji T variabel harga nilai $t_{hitung} 5,420 > t_{tabel} 1,985$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo. Uji T variabel lokasi nilai $t_{hitung} 4,499 > t_{tabel} 1,985$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Taman Kuliner Rainbow 99 Jatimulyo. Uji F nilai $f_{hitung} 48,165 > f_{tabel} 3,09$ yang artinya harga dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Hasil dari perhitungan R^2 sebesar 49,8% dipengaruhi oleh harga dan lokasi dan sisanya sebesar 50,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti saat ini.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF PRICE AND LOCATION ON PURCHASING DECISIONS AT THE
RAINBOW 99 JATIMULYO CULINARY PARK**

Paskalia Dwi Safitri

2019112170

ABSTRACT

Purchasing decisions are the process of choosing from various needs and making choices that are considered the most appropriate and according to their needs. Price and location are factors in determining the decision to buy a product. The problem with Rainbow 99 Jatimulyo Culinary Park is that the menu provided is quite large, but it is not always ready every day. And there will be ups and downs in sales in 2022. This study aims to analyze the effect of price on purchasing decisions at the Rainbow 99 Jatimulyo Culinary Park, to analyze the effect of location on purchasing decisions at the Rainbow 99 Jatimulyo Culinary Park. Analyzing the effect of price and location on purchasing decisions at Rainbow 99 Jatimulyo Culinary Park. The data collection method used was interviews and questionnaires with a population of 100 consumers with the criteria of a minimum age of 15 years, who came and had been to the Rainbow 99 Jatimulyo Culinary Park and bought a variety of available culinary delights. The results of the T-test variable price value $t_{count} 5,420 > t_{table} 1,985$ with a significance value of $0,000 < 0,05$, which means that there is an effect of price on purchasing decisions at Rainbow 99 Jatimulyo Culinary Park. T-test location variable $t_{count} 4,499 > t_{table} 1,985$ with a significance value of $0,000 < 0,05$, which means that there is an influence of location on purchasing decisions at Rainbow 99 Jatimulyo Culinary Park. F test $f_{count} 48,165 > f_{table} 3,09$ which means price and location have a joint effect on purchasing decisions. The results of the R^2 calculation of 49,8% are influenced by price and location and the remaining 50,2% are influenced by other factors not examined by the current researcher.

Keywords: Price, Location, Purchase decision