

**PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AYAM GEPREK PADA MISTER GEPREK
ENGGAL BANDAR LAMPUNG**

SISILIA MELLIANI

20612010042

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah keputusan pembelian ayam geprek pada Mister Geprek Enggal Bandar Lampung berpengaruh. Jenis penelitian kuantitatif, Populasi penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan Spss. Pada nilai variabel X tertinggi berada pada pernyataan “Menurut Anda apakah Mister Geprek yang berada di tanjung karang pusat memudahkan Anda untuk membeli produk Mister Geprek Enggal” dengan nilai 4,29 dan nilai terkecil pada pernyataan “Saya merasa Mister Geprek Enggal Strategis yang pas karena dekat dengan keramaian dan sekolah” dengan nilai 3,88.

Pada variabel keputusan pembelian Y diperoleh nilai tertinggi pada pernyataan “Saya sedang membandingkan harga Mister Geprek dengan merek lain yang sejenis untuk memastikan bahwa saya mendapatkan harga yang terbaik” dengan nilai 4,26 nilai terkecil dengan pernyataan “Saya sedang membandingkan varian rasa Mister Geprek Enggal dengan varian rasa dari merek lain untuk menentukan mana yang paling sesuai dengan minat beli saya” dengan nilai 3,86. Hasil yang diperoleh dalam penelitian pada R square sebesar 0,662. Artinya terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Mister Geprek Enggal Bandar Lampung, semakin baik dalam memilih lokasi yang strategis maka dapat lebih meningkatkan keputusan pembelian untuk berkunjung dan membeli. Sedangkan dalam uji t terdapat Ha: nilai variabel lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai 1,660.

Kata kunci : Lokasi, Keputusan pembelian

**THE EFFECT OF LOCATION ON PURCHASING DECISIONS
GEPREK CHICKEN ON MISTER GEPREK
ENGGAL BANDAR LAMPUNG**

SISILIA MELLIANI

20612010042

ABSTRACT

This research aims to analyze whether the decision to purchase geprek chicken at Mister Geprek Enggal Bandar Lampung has an influence. This type of research is quantitative. The population of this research is unknown. The sampling technique for this research uses snowball sampling. The data collection technique uses a questionnaire. Spss. The highest value of variable because it is close to crowds and schools" with a score of 3.88.

In the purchasing decision variable Y, the highest value was obtained for the statement "I am comparing the price of Mister Geprek with other similar brands to ensure that I get the best price" with a value of 4.26 with the smallest value for the statement "I am comparing the Mister Geprek Enggal flavor variant with flavor variants from other brands to determine which one best suits my buying interests" with a value of 3.86. The results obtained in the research on R square were 0.662. This means that there is an influence of location on purchasing decisions at Mister Geprek Enggal Bandar Lampung, the better in choosing a strategic location can further improve purchasing decisions to visit and buy. Meanwhile in the t test there is H_a : the value of the location variable partially influences purchasing decisions with a value of 1.660

Keywords : location, prchasing decisions