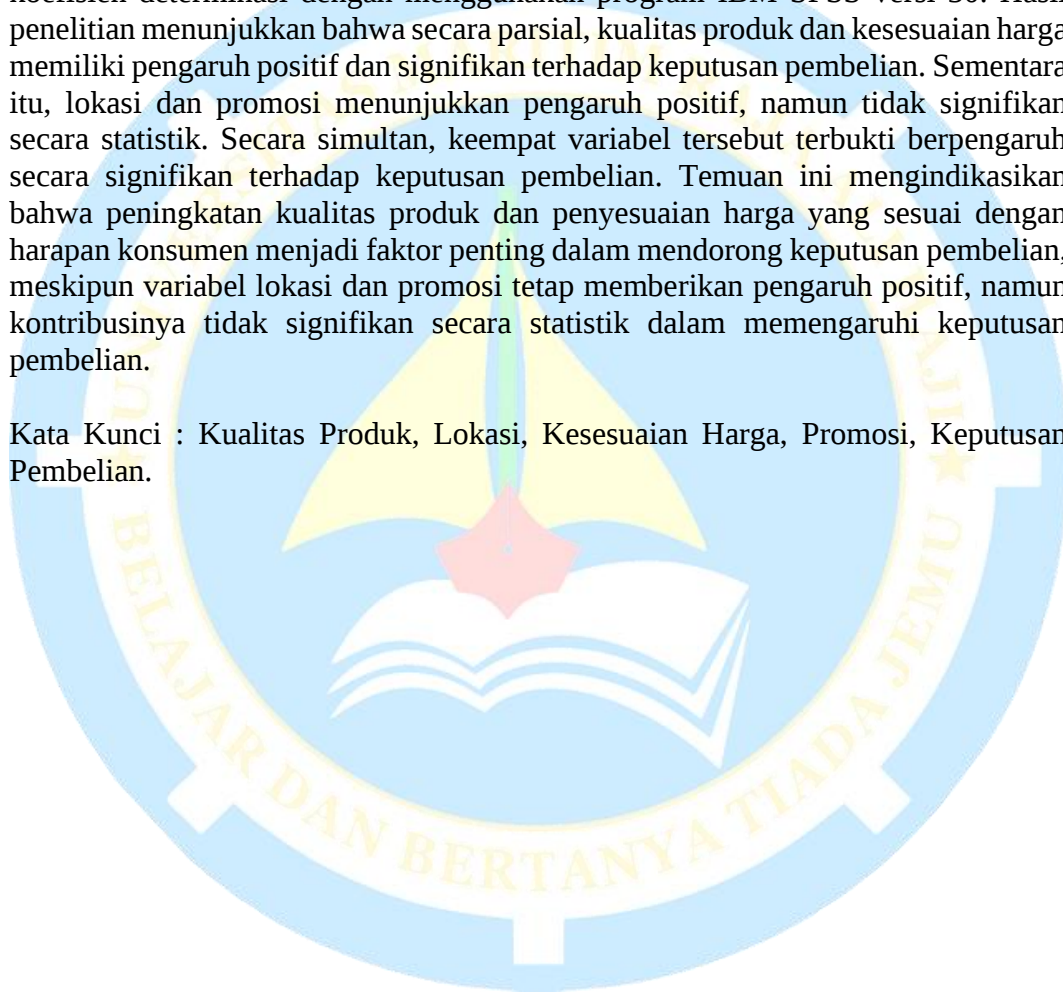


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, lokasi, kesesuaian harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kerupuk ikan tiga warna di sei lekop kabupaten bintang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli kerupuk ikan tiga warna di sei lekop kabupaten bintang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan studi pustaka, kemudian dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi dengan menggunakan program IBM SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk dan kesesuaian harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, lokasi dan promosi menunjukkan pengaruh positif, namun tidak signifikan secara statistik. Secara simultan, keempat variabel tersebut terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas produk dan penyesuaian harga yang sesuai dengan harapan konsumen menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian, meskipun variabel lokasi dan promosi tetap memberikan pengaruh positif, namun kontribusinya tidak signifikan secara statistik dalam memengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Lokasi, Kesesuaian Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of product quality, location, price suitability, and promotion on the purchase decision of three-color fish crackers in Sei Lekop, Bintan Regency. The population in this study is consumers who have bought three-color fish crackers in Sei Lekop, Bintan Regency. This study uses a quantitative method with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling techniques. Data were collected through questionnaire dissemination and literature study, then analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and determination coefficient analysis using the IBM SPSS version 30 program. The results of the study show that partially, product quality and price suitability have a positive and significant influence on purchase decisions. Meanwhile, location and promotion showed a positive, but not statistically significant, influence. Simultaneously, these four variables have been shown to have a significant influence on purchasing decisions. These findings indicate that improving product quality and adjusting prices in line with consumer expectations are important factors in driving purchase decisions, although location and promotional variables still have a positive influence, but their contribution is not statistically significant in influencing purchase decisions.

Keywords: *Product Quality, Location, Price Suitability, Promotion, Purchase Decision.*

