

ABSTRAK

Gabriel Toberto, 2022 : Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Podjoeg di Batam

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Angkringan Podjoeg di Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah 360 Orang Pelanggan pada Angkringan Podjoeg. Pengambilan sampel dengan menggunakan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara acak (*simple random sampling*). Sampel dalam penelitian ini adalah Pelanggan Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* yang pernah membeli produk minuman kopi sebanyak satu kali atau lebih, sehingga jumlah sampel sebanyak 78 Responden. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pada kuesioner dilakukan *test* validitas dan reliabilitas. Data analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, termasuk uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Produk (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji F diperoleh nilai F hitung 52,766 dengan nilai F tabel 2,728 mengidentifikasi bahwa variabel Produk (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan uji koefisien determinasi, sekitar 66,9% variabel Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel Inovasi Produk (X1), Desain Produk (X2) dan Kualitas Produk (X3).

Kata Kunci : Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Gabriel Toberto, 2022: Effects of Product, Price, and Location on Purchasing Decisions at Angkringan Podjoeg in Batam

This study aims to explain the effect of product, price, and location on purchasing decisions for Angkringan Podjoeg in Batam. The population in this study were 360 customers at Angkringan Podjoeg. Sampling using probability sampling is a random sampling technique (simple random sampling). The sample in this study were Customers of Gondrong Drink Coffee Shop Coffee Beverages who had purchased coffee beverage products one or more times, so that the total sample was 78 respondents. This type of research is quantitative research. The questionnaire tested the validity and reliability. Data analysis using multiple linear regression analysis, including t test, F test and coefficient of determination (R²). The research was conducted using SPSS version 26. The results showed that partially the product (X1), price (X2) and location (X3) variables had an effect on purchasing decisions (Y). The results of the F test obtained an F count value of 52.766 with an F table value of 2.728 identifying that the Product (X1), Price (X2) and Location (X3) variables on the Purchase Decision (Y). Based on the coefficient of determination test, around 66.9% of the Competitive Advantage variable (Y) is influenced by Product Innovation (X1), Product Design (X2) and Product Quality (X3) variables.

Keywords: *Effect of Product, Price, and Location on Purchasing Decisions*