

ABSTRAKSI

Judul : **PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET MAL TAMAN SARI SALATIGA (Ramayana Dept. Store)**
Nama : **Puspita Dewi Ariani**
N I M : **D2D 004 273**
Jurusan : **Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro**
Approved : **Maret 2009**

Perkembangan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks dan persaingan pasar yang semakin tajam menyebabkan Supermarket Mal Taman Sari Salatiga harus dapat bersaing untuk memperlihatkan keunggulannya dan merebut perhatian konsumen. Konsumen yang akan mengambil keputusan dalam memilih tempat berbelanja akan mempertimbangkan berbagai hal sebelum membeli. Pertimbangan itu antara lain dipengaruhi oleh faktor lokasi, harga, dan produk yang ditetapkan perusahaan. Perumusan masalah dalam penulisan ini adalah penjualan selama tahun 2002-2007 terus mengalami fluktuasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara lokasi, harga dan produk terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Mal Taman Sari Salatiga. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, uji t dan uji F dan Koefisien Determinasi

Dari perhitungan statistik diketahui persamaan regresi linear sederhana antara lokasi dengan keputusan pembelian adalah $Y = 5,988 + 0,651X_1$. Persamaan regresi linear antara harga dengan keputusan pembelian adalah $Y = 6,214 + 0,533 X_2$. Persamaan Regresi linear antara produk dengan keputusan pembelian adalah $Y = 6,073 + 0,658 X_3$. Dari persamaan-persamaan tersebut dapat diketahui bahwa ada pengaruh yang positif secara parsial antara masing-masing variabel X terhadap variabel Y. Analisis regresi berganda yaitu $Y = 1,981 + 0,407 X_1 + 0,280 X_2 + 0,251 X_3$, sehingga dapat diketahui bahwa variabel X secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel Y, dan yang mempunyai pengaruh terbesar adalah X_1 yaitu variabel lokasi. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel lokasi, harga dan produk, berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan diperolehnya t hitung untuk variabel lokasi adalah 6,512, variabel harga 4,921, variabel produk 5,286. Sedangkan untuk uji F diperoleh F hitung sebesar 19,386. Dan semua variabel tersebut diuji pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima.

Kesimpulan yang diperoleh adalah responden merasa bahwa lokasi dalam kategori strategis, harga dalam kategori sesuai, produk dalam kategori baik. Prestasi ini harus terus dipertahankan dan ditingkatkan agar keputusan pembelian semakin baik.