

ABSTRAK

Persaingan bisnis merupakan hal yang wajar di dunia perindustrian. Setiap perusahaan berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen perusahaan harus cerdas dalam menciptakan ikatan tertentu antara produk yang ditawarkan dengan konsumen. Perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Semarang yang merupakan konsumen Pengguna Buck Store dengan kriteria batasan umur antara 18-55 tahun, karena pada usia tersebut pelanggan dinilai sebagai pembeli produktif (potensial). Sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pengguna Buck Store, Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pengguna Buck Store. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pengguna Buck Store. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pengguna Buck Store.

Kata kunci : Keragaman produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan keputusan pembelian