

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena terjadi penurunan penjualan pada Grand Panorama Resto Semarang selama beberapa bulan berturut-turut, sehingga perlu diketahui faktor faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Grand Panorama Resto Semarang

Data Penelitian ini dikumpulkan dari 100 konsumen Grand Panorama Resto Semarang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Accidental Sampling. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas dan uji asumsi klasik. Setelah analisis regresi berganda dilakukan uji hipotesis dan koefisien determinasi. Data-data yang telah memenuhi uji validitas ,uji realibilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi :

$$Y = 0,431 X_1 + 0,079 X_2 + 0,274 X_3 + 0,255 X_4$$

Hasil analisis regresi menunjukkan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah kualitas produk 0,431 diikuti oleh kualitas pelayanan 0,274 lokasi 0,255 dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah harga 0,079 . Hasil analisis dengan uji t menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Model persamaan ini memiliki nilai F sebesar 104,152 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil analisis dengan menggunakan koefisien determinasi menunjukkan sekitar 80,6 % dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan lokasi, sedangkan 19,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: **kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi**