

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan penjualan Mie Nges-Nges dalam kurun waktu 2013 hingga 2014. Penurunan penjualan ini dapat dirumuskan bagaimana konsumen berperilaku dalam sebuah keputusan pembelian di tangan banyaknya pilihan kuliner di daerah Banyumanik Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Mie Nges-Nges.

Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 100 orang dari populasi konsumen Mie Nges-Nges. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian mendapatkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.321 X_1 + 0.352 X_2 + 0.349 X_3$$

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui uji F dan uji t. Adapun variabel yang paling berpengaruh adalah variabel harga sebesar 0,352 dan variabel yang pengaruhnya paling kecil adalah kualitas produk sebesar 0,321.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Keputusan Pembelian