

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya penurunan penjualan Warung Makan Geole dalam kurun waktu 2011-2013. Penurunan penjualan ini dapat dirumuskan bahwa bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian makanan di Warung Makan Geole berada di tengah fenomenapersaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Geole Semarang.

Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 100 orang dari populasi konsumen Warung Makan Geole Semarang. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian mendapatkan bahwa regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.262 X_1 + 0.377 X_2 + 0.289 X_3.$$

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Padapengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadiheteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Variabel yang paling besaryaitu variabel lokasi sebesar 0,377, sedangkan variabel yang paling kecil yaitu harga sebesar 0,262. Hasil penelitian mendapatkan bahwa seluruh variabel independenberpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya.

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