

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah lokasi, promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Warnet Bangjoe dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan menggunakan jasa Warnet Bangjoe di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen pengguna jasa Warnet Bangjoe. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Accidental sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda.

Dari hasil analisis, variabel pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,302, lalu lokasi dengan koefisien regresi sebesar 0,282, kemudian diikuti promosi dengan koefisien regresi sebesar 0,277. Pengujian hipotesis menggunakan Uji T yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu lokasi (X1), promosi (X2) dan pelayanan (X3) yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Kemudian melalui Uji F dapat diketahui bahwa variabel lokasi, promosi dan pelayanan memang layak untuk menguji variabel dependen keputusan pembelian. Angka Adjusted R Square menunjukkan bahwa 31,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisanya sebesar 68,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata-kata kunci : lokasi, promosi, pelayanan, keputusan pembelian.