ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, motivasi konsumen, dan tempat atau lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di pujasera "Jaya Makmur" dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian makanan di pujasera "Jaya Makmur" di Semarang.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah para konsumen Pujasera "Jaya Makmur" di Semarang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental Sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika orang tersebut sesuai atau cocok sebagai sumber data.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel motivasi konsumen, lalu variabel harga, dan yang terakhir adalah variabel lokasi atau tempat. Saran terhadap Pujasera "Jaya Makmur" perlu mempertahan kan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan. Selain itu Pujasera "Jaya Makmur" agar selalu memperhatikan keluhan-keluhan pelanggan dengan cara meminimalkan keluhan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, motivasi konsumen, tempat, keputusan pembelian