

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena terjadi penurunan penjualan pada Stove Syndicate Café selama beberapa bulan berturut-turut, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Stove Syndicate Café Semarang dan mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian pada Stove Syndicate Café Semarang.

Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 konsumen Stove Syndicate Café Semarang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability 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.

Hasil analisis regresi menunjukkan variabel harga, lokasi dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah kualitas produk, diikuti oleh harga dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah lokasi. Hasil analisis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas produk secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Model persamaan ini memiliki nilai F sebesar 34.791 dengan tingkat signifikansi 0.000. Hasil analisis dengan menggunakan koefisien determinasi menunjukkan sekitar 50.6% dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi dan kualitas produk, sedangkan 49.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Keputusan pembelian, harga, Lokasi, Kualitas produk