

ABSTRACT

Adiyat Fathir 090211100031, "The Effect of Product Quality, Price, Service Quality and Location on Lesehan Berkah Ilahi Restaurant's Purchasing Decisions ". Advisor I: Dr. Nurita Andriani, Ir., MM; Advisor II: Hadi Purnomo, SE., MM.

The purpose of this study is to determine the effect of product quality, price, service quality and location on lesehan berkah ilahi restaurant's purchasing decisions - Gresik and also to determine which variables are most dominant in influencing lesehan berkah ilahi restaurant's purchasing decisions Menganti - Gresik.

The research approach used in this study is quantitative research that focuses on hypothesis testing. The population is consumers of lesehan berkah ilahi restaurant Menganti Gresik. Samples taken are 50 respondents by using accidental sampling as the samples collecting method. Accidental sampling is a technique based on coincidence. Anyone who meets researchers coincidentally can be the sample as long as the person meets the criteria. Classical Assumption, Reliability and a validity test are used to test the data instrument, while the data analysis techniques used to test the hypothesis is multiple linear regression using the F test and t test. Data processing techniques applied is SPSS software version 16.0 and Likert scale.

The results of the study show that the value of R Square of 0.413 which means the influence of independent variables on the dependent variable is 41.3%, while the remaining 58.7% is influenced by another variable that is not examined in this study. Based on the variables F test, product quality, price, location, and quality of service simultaneously influence lesehan berkah ilahi restaurant's purchasing decisions Menganti Gresik. Based on the t test, it is discovered that in partial, quality of the product, location, and quality of service do not influence the dependent variable while the variable of price influences the purchase lesehan berkah ilahi restaurant's purchasing decisions Menganti Gresik. Variable that has the most influence is the variable of price.

Keywords: quality of product, price, location, quality of service, the purchase decision.

ABSTRAK

Adiyat Fathir 090211100031, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Lesehan Berkah Illahi”. Di bawah bimbingan Dr. Nurita Andriani, Ir.,MM dan Hadi Purnomo, SE.,MM

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Illahi di Menganti Gresik dan untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Illahidi Menganti Gresik.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen pada Rumah Makan Lesehan Berkah Illahi di Menganti Gresik. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden dengan metode pengambilan sampel *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Untuk pengujian instrumen data menggunakan uji Validitas, uji Realibilitas dan uji Asumsi Klasik, sedangkan teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah menggunakan regresi linier berganda dengan memakai uji F dan uji t. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 16.0 dan menggunakan skala likert.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,413 yang berarti besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 41,3%, sedangkan sisanya 58,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan uji F variabel kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Illahidi Menganti Gresik. Berdasarkan uji t diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat sedangkan variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Illahidi Menganti Gresik. Variabel yang berpengaruh lebih besar adalah variabel harga.

Kata kunci : kualitas produk, harga, lokasi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.