

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE WARUNG PINGGIRAN
CARINGIN**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT, PRICE, AND LOCATION ON
PURCHASING DECISIONS AT CAFE WARUNG PINGGIRAN CARINGIN***

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis produk, harga, dan lokasi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Cafe Warung Pinggiran Caringin. Pengambilan berjumlah 100 responden yang diambil menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria; 1) konsumen yang pernah minimal 1x membeli produk Cafe Warung Pinggiran Caringin, 2) konsumen yang berada di usia produktif yaitu 15 – 65 tahun dengan alasan telah mampu dalam menentukan pilihan produk secara rasional. Kuesioner diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil dari pengujian kuesioner yaitu valid, reliabel, dan dapat digunakan untuk uji regresi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga, dan lokasi secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Warung Pinggiran Caringin. Hasil pengujian koefisien determinasi R (square) 46,5% sedangkan sisanya 53,5%. Hubungan antara produk, harga, dan lokasi kuat dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,682 atau 68,2%.

Kata Kunci: Produk, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze products, prices, and locations simultaneously and partially on purchasing decisions at Cafe Warung Pinggiran Caringin. A total of 100 respondents were taken using non-probability sampling techniques with purposive sampling methods with criteria; 1) consumers who have at least 1x purchased Cafe Warung Pinggiran Caringin products, 2) consumers who are in the productive age of 15-65 years for reasons that have been able to make rational product choices. Questionnaires are tested using validity tests, reliability tests, and classical assumption tests. The results of the questionnaire testing are valid, reliable, and can be used for regression tests. The analytical methods used in this study are descriptive and verificative methods with a quantitative approach. The results showed that the variables of product, price, and location simultaneously and partially had a positive and significant effect on purchasing decisions at Cafe Warung Pinggiran Caringin. The test result of the coefficient of determination R (square) is 46.5% while the remaining 53.5%. The relationship between product, price, and location is strong with a correlation coefficient of 0.682 or 68.2%.

Keywords: product, price, location, purchase decision.