

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN MIE DOK – DOK
(Studi Kasus Pada Konsumen Burjo Borneo Jalan Seturan Raya No. 405,
Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**Oleh :
FINNIE FRISISKA SITIO
Dibimbing oleh : Budiarto dan Ni Made Suyastiri**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis pengaruh lokasi, citra merek, kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mie dok-dok di Burjo Borneo dan (2) Mengetahui karakteristik konsumen yang membeli mie dok-dok di Burjo Borneo. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Burjo Borneo di Jalan Seturan Raya No. 405, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 60 responden dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji Signifikan Simultan (Uji F), dan Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t). Hasil penelitian ini adalah : (1) Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mie dok-dok di Burjo Borneo ialah lokasi, kualitas produk dan harga, dan (2) Hasil analisis karakteristik konsumen yang membeli mie dok-dok di Burjo Borneo ialah mayoritas didominasi oleh konsumen berjenis kelamin wanita dewasa yang berada pada usia 15-64 tahun yang masih berstatus sebagai mahasiswa dengan tingkat pendidikan terakhir SMU dan berpenghasilan perbulan (uang saku) sebesar Rp 510.000 - Rp 1.000.000.

Kata Kunci : Lokasi, Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

**INFLUENCE FACTORS OF PURCHASE DECISION
ON DOK – DOK NOODLE**
*(Case Study on Consumers of Burjo Borneo, Seturan Raya Street No. 405,
Condongcatur, Depok Subdistrict, Sleman Regency,
Special Region of Yogyakarta)*

By:
FINNIE FRISISKA SITIO
Supervised by: Budiarto and Ni Made Suyastiri

ABSTRACT

This study is aimed at (1) analyzing the influence of location, brand image, product quality, price and service quality on the purchasing decisions of mie dok-dok in Burjo Borneo and (2) examining the characteristics of consumers who buy dok-dok noodle consumers. This research was conducted to investigate Burjo Borneo consumers at Seturan Raya Street No. 405, Condongcatur, Depok Subdistrict, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta. This research used a case study method with a number of samples taken as many as 60 respondents using the Non Probability Sampling technique with the Accidental Sampling approach, namely the technique of determining samples based on chance. The technique of the data analysis and hypothesis testing was multiple linear regression analysis technique based on the Determination Coefficient Test (R^2), Simultaneous Test (F Test), and Significant Individual Parameter Test (t Test). The results of this study are: (1) The factors that influence purchase decision-making process on dok-dok noodle in Burjo Borneo are location, product quality and price, and 2) the characteristic of consumers buy dok-dok noodle consumers in Burjo Borneo is dominated by adult women aged around 15-64 years who are still students with the last level of education of high school and earning IDR 510,000 – IDR 1,000,000.

Keywords: Location, Brand Image, Product Quality, Price, Service Quality and Purchasing Decision