PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survei pada Konsumen Starbucks Ambarukmo Plaza Yogyakarta)

A MAHENDRA H SIALLAGAN
NIM : 141 150 018
Email : ambrosiussiallagan@yahoo.co.id

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskripstif dan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian konsumen Starbucks Ambarukmo Plaza di Yogyakarta yang melakukan pembelian minimal 1 kali. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa secara bersama-sama, kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian**,** dan secara parsial, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan lokasi dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian