

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA, FASILITAS
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**(Survey pada Konsumen Wisata Kuliner Pasar Lodra Jaya Desa Winong
Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara)**

HAKA AUNIN IKHSAN

141150140

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Yogyakarta

Hakaainin@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, persepsi harga, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Pengambilan data dilakukan pada bulan April 2019. Pengumpulan data primer menggunakan metode kuisisioner yang disebarakan melalui google form dan dibagikan kepada 100 orang responden, yang disusun dengan menggunakan skala *likert* dan kemudian dihitung menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh keragaman produk, persepsi harga, fasilitas, dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Pasar Lodra Jaya Banjarnegara. Terdapat pengaruh keragaman produk, persepsi harga, fasilitas, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian di Pasar Lodra Jaya Banjarnegara.

Kata kunci: Keragaman Produk, Persepsi Harga, Fasilitas, Lokasi, Keputusan Pembelian.