

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Coffee Shop Wolf Gang Kota Tebing Tinggi)

SEPKRIYANTI YULANDA

Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi

sepkriyanti2016@gmail.com

Dosen Pembimbing I :

Dr. Mangasi Sinurat, SE, M.Si, CMA, CERA, CIBA, CRV

Dosen Pembimbing II :

Nursaimatussaddiya, SP, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada coffee shop wolf gang kota tebing tinggi). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.00. Yang dikumpulkan sebanyak 96 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis yaitu uji T dan uji F. Hasil dari SPSS dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas produk (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y), variabel kualitas layanan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), variabel lokasi (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), dan uji F memperlihatkan kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan lokasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

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

TEBING TINGGI

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND LOCATION ON PURCHASING DECISIONS (Case Study At The Wolf Gang Coffee Tebing Tinggi)

SEPKRIYANTI YULANDA

Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi

sepkriyanti2016@gmail.com

Supervisor I :

Dr. Mangasi Sinurat, SE, M.Si, CMA, CERA, CIBA, CRV

Supervisor I :

Nursaimatussaddiya, SP, MM

This study aims to determine the influence of product quality, service quality and location on purchasing decisions (case study at the wolf gang coffee tebing tinggi). The research method used is a quantitative method using SPSS version 25.00. The results were collected from the results of distributing questionnaires as many as 96 respondents. The analytical method used in this study is to use an instrument test, namely the validity and reliability test. The classical assumption test is the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, analysis of the coefficient of determination (R^2), hypothesis testing, namely the T test and F test. The results of SPSS in this research are that the product quality variable (X1) has no effect on the purchasing decision variable (Y), the service quality variable (X2) has no effect on purchasing decisions (Y), location variables (X3) influence purchasing decisions (Y), and the F test shows that product quality (X1), service quality (X2) and location (X3) simultaneously influence purchasing decisions (Y).

Keywords : Product Quality, Service Quality, Location, Decisions Purchase

**BINA KARYA
TEBING TINGGI**