

**PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK SEMAR PADA PT PASARAYA
TOSERSAJAYA BLOK M**

SKRIPSI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2019

**PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK SEMAR PADA PT PASARAYA
TOSERSAJAYA BLOK M**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Pemasaran –Strata 1



OLEH:

NAMA : MIFTA IRTIFA RIZKY

NIM : 041501503125070

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2019

ABSTRACT

The study aimed to determine the effect of Product Quality, Price and Place of the Buying Decision. The method used in this research is quantitative method and assessment of the result of this study based on the answers of responden using Interval Scale. The population in this study is the Consumer Batik Semar Pasaraya Blok M and sampel in this study total to 75 respondent. The method of analysis in this study using the test Instrument (Validity and Reliability), Analysis Normality of data, Classical Assumption Test (Normality, multicoloniarity, Heteroskedatisitas, autocorrelation). t test, test F and the Coefficient of Determination R^2 .

The results of the simultaneously F-test product quality, price and place affects purchasing decisions and partially t-test shows significant influence in variable product quality (X1), price (X2), and place (X3) towards purchasing decision.

Keywords: Product Quality, Price, Place and Purchase Decision.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan Skala Interval. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Batik Semar pada PT Pasaraya Blok M dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Uji Instrument (Validitas dan Reabilitas), Analisis Normalitas Data, Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolonieritas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi), Uji Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinan R^2 .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara Simultan (uji F) Kualitas Produk, Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) terhadap keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

