

**PENGARUH HARGA, KUAITAS PELAYANAN DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTO
TAICHANOSAURUS HANGLEKIR
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Program studi : Manajemen



Nama : Pahrul Wardhana

NIM : 180400047

Jurusan/prodi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTO
TAICHANOSAURUS HANGLEKIR
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Srata 1



OLEH :

Nama : Pahrul Wardhana

NIM : 180400047

Jurusan/Prodi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

***THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY, AND PLACE
ON THE PURCHASE DECISIONS AT THE RESTAURANT
TAICHANOSAURUS HANGLEKIR
SOUTH JAKARTA***

THESIS

The Study Program : Manajement



Arranged By :

Name : Pahrul Wardhana

NIM : 180400047

Major/Program : Manajement

***ECONOMIC FACULTY & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSTY
JAKARTA***

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada Resto Taichanosaurus Hanglekir Jakarta Selatan. Desain penelitian ini adalah kausal kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sate taichan pada Resto taichanosaurus dan sampel penelitian berjumlah 97 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Nonprobalitiy Sampling, dan penentuan sampel berdasarkan Accidental Sampling. Metode analisis data menggunakan uji kelayakan instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Tempat (X3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan f hitung sebesar $14,896 > 2,70$ f tabel. Secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $4,782 > 1,985$ t tabel, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan t hitung sebesar $3,078 > 1,985$ t tabel, dan secara parsial Tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,782 > 0,05$ dan t hitung sebesar $-277 < 1,985$ t tabel.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, service quality and place on purchasing decisions at the Taichanosaurus Hanglekir Restaurant, South Jakarta. This research design is causal quantitative. The population in this study were all consumers who bought taichan satay at the taichanosaurus restaurant and the research sample amounted to 97 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling, and the determination of the sample is based on accidental sampling. The data analysis method used instrument feasibility test, classical assumption test and hypothesis testing. The results of this study indicate that Price (X1), Service Quality (X2), Place (X3), simultaneously have a significant effect on Purchase Decision (Y) with a significance value of $0.000 < 0.05$ and f count of $14.896 > 2.70$ f table . Partially, price has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.000 < 0.05$ and t count of $4.782 > 1.985$ t table, Service Quality has a significant effect on Purchasing Decisions with a significance value of $0.003 < 0.05$ and t count of $3.078 > 1.985$ t table , and partially Place has no significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.782 > 0.05$ and a t count of $-2.77 < 1.985$ T table.

Keywords : Price, Quality Service, Place and Purchase Decision

