

## ABSTRAKSI

Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Produk Saus merek Guci Mas di Desa Tangkis Kec. Guntur Kab. Demak.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 96 responden, dengan teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampling berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian antara lain : konsumen / masyarakat Desa Tangkis Kec. Guntur Kab. Demak yang pernah membeli saus merek Guci minimal sebanyak 2 kali, berusia minimal 17 tahun serta memiliki pengetahuan untuk menjawab kuesioner penelitian yang harus diisi oleh responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian pada uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Hasil lainnya ditemukan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Adjusted R Square sebesar 0,779 artinya keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, persepsi harga dan lokasi, sedangkan sisanya sebesar 22,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu  $Y = 0,030 + 0,468 X_1 + 0,249 X_2 + 0,255 X_3 + e$ . Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa variabel bebas paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk, faktor kedua yaitu lokasi dan faktor terakhir adalah persepsi harga.

*Kata kunci : kualitas produk, harga, lokasi dan keputusan pembelian*

## **ABSTRACT**

*The purpose of the research was to analyze and describe the effect of product quality, price and location on purchasing decisions on the Guci Mas brand Sauce Products in Tangkis Village, Kec. Guntur Kab. Demak.*

*The data collection method in this study used a questionnaire by distributing questionnaires to 96 respondents, with a purposive sampling technique, which is a sampling technique based on certain criteria in accordance with the research objectives, including: consumers / people in the village of Tangkis Kec. Guntur Kab. Demak who has bought Guci brand sauce at least 2 times, is at least 17 years old and has the knowledge to answer the research questionnaire that must be filled out by respondents. Methods of data analysis using multiple linear regression.*

*The results of the t test show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price perceptions have a positive and significant effect on purchasing decisions, location has a positive and significant effect on purchasing decisions. Other results found price, location, and service quality have a positive effect simultaneously on purchasing decisions. The value of the coefficient of determination can be seen in the Adjusted R Square of 0.779, meaning that purchasing decisions can be explained by the variables of product quality, perceived price and location, while the remaining 22.1% is explained by other variables outside this study. The multiple linear regression equation in this study is  $Y = 0.030 + 0.468 X1 + 0.249 X2 + 0.255 X3 + e$ . From this regression equation, it shows that the most dominant independent variable influencing purchasing decisions is product quality, the second factor is location and the last factor is price perception.*

*Keywords: product quality, price, location and purchasing decision*

