

## **ABSTRACT**

*In the current era of globalization, there are many culinary businesses that have sprung up and are even enjoyed by the millennial generation, especially since the culinary industry is an industry that will never stop developing and will continue to emerge with all its innovations and novelties. As now there are many culinary businesses that have sprung up with various characteristics and advantages of each, especially in Semarang. This study aims to: (1) the effect of price on purchasing decisions; (2) the effect of lifestyle on purchasing decisions; (3) the effect of location on purchasing decisions; (4) the effect of price, lifestyle, and location simultaneously on purchasing decisions.*

*The population in this study were consumers of Mie Gacoan Semarang whose numbers were unknown. Because the number of consumers who came was unknown, the sample in this study used non-probability sampling techniques. To answer these three variables, ordinal logistic regression analysis was used. The results showed that there is an effect of price on purchasing decisions for Mie Gacoan Semarang.*

*This is evidenced by the t-test of 0.262 and a significance value of 0.000 <0.05. Price has a significant effect on purchasing decisions for Mie Gacoan Semarang while lifestyle is evidenced by the t-test of 0.485 and a significance value of 0.004 <0.05. 0.824 and a significance value of 0.045 <0.05 Location has a significant effect on purchasing decisions So it can be concluded that the Chi-square value of 116.159 with a significance level of 0.000 which is smaller than 0.05 with a confidence level of 95% indicates that there is a significant influence of the independent variables together to explain purchasing decisions by consumers.*

*Keywords: Price, Lifestyle, Location, Purchase Decision*

## ABSTRAK

Di era globalisasi sekarang ini banyak sekali bermunculan usaha kuliner bahkan banyak dinikmati oleh generasi millennial, apalagi industri kuliner adalah industri yang tidak akan ada hentinya untuk berkembang dan akan terus bermunculan dengan segala inovasi dan kebaruannya. Seperti sekarang ini banyak sekali usaha kuliner yang bermunculan dengan beragam ciri khas dan keunggulan masing-masing khususnya di Semarang. Penelitian ini bertujuan : (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ; (2) pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian; (3) pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian; (4) pengaruh harga, gaya hidup, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mie Gacoan Semarang yang jumlahnya tidak diketahui. Karena konsumen yang datang tidak diketahui jumlahnya, maka sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Untuk menjawab ketiga variabel tersebut, maka digunakan analisis regresi logistik ordinal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Semarang.

Hal ini dibuktikan dengan uji-t sebesar 0,262 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Semarang dengan sedangkan gaya hidup dibuktikan dengan uji-t 0,485 dan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ . 0,824 dan nilai signifikansi sebesar  $0,045 < 0,05$  Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Maka dapat disimpulkan bahwa Nilai *Chi-square* sebesar 116,159 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95% menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan keputusan pembelian oleh konsumen.

Kata Kunci : *Harga, Gaya Hidup, Lokasi, Keputusan Pembelian*