

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN *SERVICESC*APPE TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA di PASAR TRADISIONAL UNTUNG SUROPATI LABUHAN DALAM**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Pasar Tradisional Untung  
Suropati Labuhan Dalam)**

**OLEH**

**PUTU TIA ANGGRENI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan *servicescape* terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Tradisional Untung Suropati secara parsial dan simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berbelanja di Pasar Untung Suropati di Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan metode pendekatan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda dengan alat uji program SPSS 25.0. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 34,3%, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 32,2% ,*servicescape* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 18,5 % . Sedangkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan *servicescape* berpengaruh signifikan sebesar 52.8% terhadap keputusan pembelian di Pasar Tradisional Untung Suropati Labuhan Dalam.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan , *Servicescape* dan Keputusan Konsumen

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRICE, QUALITY OF SERVICE AND SERVICESCAPE ON CONSUMER SHOPPING DECISIONS IN THE TRADITIONAL MARKET OF UNTUNG SUROPATI LABUHAN DALAM***

***(Case Study on Traditional Market Consumers Untung Suropati Labuhan  
Dalam)***

**BY**

***PUTU TIA ANGGRENI***

*This study aims to determine the effect of price, service quality, and servicescape on consumer purchasing decisions at Untung Suropati Traditional Market partially and simultaneously. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. The population in this study were people who shopped at Untung Suropati Market in Bandar Lampung with a total sample of 100 respondents determined by the purposive sampling approach. The data analysis technique used simple regression analysis and multiple regression analysis with the SPSS 25.0 program test tool. The results of this study indicate that partially the price variable has a significant effect on purchasing decisions by 34.3%, service quality has a significant effect on purchasing decisions by 32.2%, servicescape has a significant effect on purchasing decisions by 18.5%. Meanwhile, the results of the simultaneous test show that the variables of price, service quality and servicescape have a significant effect of 52.8% on purchasing decisions at the Untung Suropati Traditional Market, Labuhan Dalam.*

*Keywords: Price, Service Quality, Servicescape and Consumer Decision*