

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT COMPLETENESS, PRICE, AND LOCATION ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS PUSH PIN SHOP BANDAR LAMPUNG (Survey On Push Pin Store Consumers Bandar Lampung)***

**By**

**Alida Mawarni**

*This study aims to determine the effect of product completeness, price, and location on consumer purchasing decisions at push pin shops in Bandar Lampung. This research is a type of Explanatory Research with a quantitative approach. The sampling technique is using the accidental sampling technique using the Non-Probability Sampling method with a sample of 100 respondents from push pin shop consumers. Analysis of the data in this study using multiple linear regression analysis with the help of SPSS 26. The results of this study indicate that the completeness of the product, price, and location simultaneously affect the purchase decision by 60.8%. While the partial test results of each variable indicate that the completeness of the product has a positive and significant effect on purchasing decisions by 3.71%, the price has a positive and significant effect on purchasing decisions by 5.21% and location has a negative and insignificant effect on purchasing decisions by - 0.56%. The biggest influence lies in the product completeness variable, seen from the availability of various brands, the availability of products at the store makes consumers consider buying a product at the store.*

***Keywords: Product Completeness, Price, Location, Purchase Decision***

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO PUSH PIN BANDAR LAMPUNG (Survei Pada Konsumen Toko Push Pin Bandar Lampung)**

**Oleh**

**Alida Mawarni**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen toko push pin bandar lampung. penelitian ini merupakan jenis penelitian *Explanatory Research* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampling yaitu menggunakan teknik accidental sampling dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden konsumen toko push pin. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 60,8%. Sedangkan hasil pengujian secara parsial masing-masing variabel menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 3,71%, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 5,21% dan lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar -0,56%. Pengaruh terbesar terletak pada variabel kelengkapan produk dilihat dari tersedianya berbagai macam merk, ketersediaan produk pada toko tersebut membuat konsumen bisa mempertimbangkan untuk membeli suatu produk di toko.

**Kata kunci: Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian**