

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF STORE LOCATION, PRICE, AND PRODUCT DIVERSITY ON PURCHASE DECISIONS (Survey on MM 46 Way Jepara Store Consumers, Lampung Timur)**

**By**

**Dian Apriyanti**

*Retail business is an activity of selling goods or services directly to consumers for personal use. Competition between the business world, especially the retail business, is getting higher so that business actors are required to be able to compete with other business actors. The purpose of this study was to determine the effect of location, price, and product variety on consumer purchasing decisions at MM 46 Way Jepara Store, Lampung Timur. This type of research uses explanatory research with a quantitative approach. The sampling technique used accidental sampling technique and used the Non Probability Sampling method with a total sample of 100 consumers at Toko MM 46. Data analysis used multiple linear regression analysis with the SPSS 25.0 application. Research shows that partially the price and product variety variables have a significant influence on purchasing decisions, while the location variable has no significant effect on purchasing decisions. The results of the F test (simultaneous) explain that location, price, and product variety together have a significant effect on purchasing decisions. Then the R<sup>2</sup> test shows that as much as 58.5% of purchasing decisions are influenced by location, price, and product variety and the remaining 41.5% of purchasing decisions are influenced by other variables.*

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

## ABSTRAK

### **PENGARUH LOKASI TOKO, HARGA, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Toko MM 46 Way Jepara Lampung Timur)**

Oleh

**Dian Apriyanti**

Bisnis ritel merupakan suatu kegiatan penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen untuk penggunaan pribadi. Persaingan antar dunia bisnis khususnya bisnis ritel semakin tinggi sehingga pelaku usaha dituntut harus mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko MM 46 Way Jepara Lampung Timur. Jenis penelitian menggunakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan merupakan konsumen Toko MM 46 Way Jepara Lampung Timur yang tidak diketahui jumlahnya. Data tersebut diperoleh dari kuesioner yang diisi secara luring maupun daring, penarikan sampel menggunakan non *probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Analisis data menggunakan analisis agresi linier berganda dengan aplikasi SPSS 25.0. Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga dan keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F (simultan) menjelaskan bahwa lokasi, harga, dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian uji  $R^2$  menunjukkan bahwa sebanyak 58,5 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh lokasi, harga, dan keragaman produk dan sisanya sebanyak 41,5 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel yang lain.

**Kata Kunci:** Lokasi, Harga, Keragaman Produk, Keputusan Pembeli