

ABSTRAK

PENGARUH LOKASI, INOVASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI *STREET FOOD* (Studi Pada UMKM di Taman Gajah Kota Bandar Lampung)

Oleh

GITA SUKMA ANGGREINI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang besarnya pengaruh lokasi, inovasi, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di *street food* Taman Gajah Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya merupakan konsumen *street food* di Taman Gajah Kota Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *insidental* sampling. Sampel terdiri dari 100 responden pengunjung *street food* di Taman Gajah Kota Bandar Lampung. Proses pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, berlangsung pada selama bulan Maret 2023. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa lokasi, inovasi, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil pengujian secara parsial masing-masing variabel menunjukkan bahwa variabel lokasi(X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel inovasi(X2) dan persepsi harga(X3) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian(Y)

Kata Kunci: Lokasi, Inovasi, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, *Street Food*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF LOCATION, INNOVATION AND PRICE PERCEPTION ON THE DECISION TO PURCHASE FOOD IN STREET FOOD (Study on MSMEs in the Elephant Park Bandar Lampung City)

By

GITA SUKMA ANGGREINI

This study aims to determine the magnitude of the influence of location, innovation, and price perceptions on purchasing decisions for street food at Elephant Park, Bandar Lampung City. This study uses a quantitative approach. The population is street food consumers at Elephant Park, Bandar Lampung City. The sampling technique in this study used the incidental sampling method. The sample consisted of 100 street food visitor respondents at the Elephant Park, Bandar Lampung City. The sampling process during March 2023 using a questionnaire with a Likert scale. Data analysis in this study used multiple linear analysis with the help of the SPSS 25 application. Based on the results of the research and data analysis, it was shown that location, innovation, and perceived price simultaneously had a significant effect on purchasing decisions. Then the results of partial testing of each variable show that the location(X1) variable has no effect and is not significant on purchasing decisions, while the variables of innovation(X2) and price perception(X3) have significant and significant influence on purchasing decisions(Y).

Keywords: Location, Innovation, Perceived Price, Purchase Decision, Street Food