

ABSTRAK

PENGARUH LOKASI DAN HARGA BAHAN BANGUNAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO BANGUNAN CATUR SAKTI

Oleh

Muhammad Amar Nurrahdien Aji

Keputusan pembelian menjadi penting bagi pelaku usaha dibidang toko bangunan, keputusan pembelian konsumen di Toko Bangunan Catur Sakti cenderung berfluktuasi, dengan demikian yang harus dilakukan pemilik Toko Bangunan Catur Sakti menganalisis kejadian tersebut dan membuat strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan serta membuat konsistennya konsumen untuk membuat keputusan pembelian di Toko Bangunan Catur Sakti.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi Toko Catur Sakti terhadap keputusan pembelian konsumen dan untuk mengetahui pengaruh harga bahan bangunan Toko Catur Sakti terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Bangunan Catur Sakti serta masyarakat Kota Bandar Lampung yang pernah membeli bahan bangunan di Toko Bangunan Catur Sakti dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 120 sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi memiliki nilai rata rata tertinggi dari tanggapan responden serta berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan Harga memiliki nilai rata rata yang lebih rendah dibandingkan lokasi serta berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BUILDING MATERIALS LOCATION AND PRICES ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT CATUR SAKTI BUILDING STORE

By
Muhammad Amar Nurrahdien Aji

Purchase decisions are important for business actors in the building shop sector, consumer purchasing decisions at the Gedung Catur Sakti Store tend to fluctuate, thus what the owner of the Gedung Catur Sakti Store must do is analyze these events and make marketing strategies to increase sales and make consumers consistent in making purchasing decisions at the Catur Sakti Building Store.

The purpose of this study was to determine the effect of the location of the Catur Sakti Store on consumer purchasing decisions and to determine the effect of building material prices on the Catur Sakti Store on consumer purchasing decisions.

The research method used is quantitative. The population in this study were consumers of the Catur Sakti Building Store and the people of Bandar Lampung City who had purchased building materials at the Catur Sakti Building Store. In this study, 120 samples were used.

The results showed that location has the highest average value from respondents' responses and has a positive effect on purchasing decisions and prices has a lower average value than location and has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Location, Price, Purchase Decision