

## **ABSTRAK**

# **PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BATIK GABOVIRA DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Sadam Husein**

Pesatnya perkembangan persaingan bisnis menuntut perusahaan untuk bersaing secara efektif dengan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini menyebabkan banyak produk serupa dengan merek berbeda saling bersaing. Perusahaan sering kali perlu melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Gabovira Batik menghadapi tantangan terkait perlunya perawatan khusus, perawatan yang tidak tepat dapat menyebabkan kain memudar atau berubah warna, sehingga mengurangi kualitas dan daya tarik estetika. Persaingan harga dengan pengecer lain juga menjadi permasalahan, selain tantangan dalam mempromosikan produk karena lokasi toko yang jauh dari pusat kota. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Batik Gabovira di Kota Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung yang menjadi pelanggan Batik Gabovira. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diperoleh langsung dari responden menggunakan penyebaran kuisisioner kepada 100 responden yang dikumpulkan dengan *Google Form*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji T). Analisa yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Batik Gabovira harus meningkatkan inovasi dan kreatifitas dalam memunculkan produk dengan ciri khas tersendiri. Akan tetapi, tetap menjaga kualitas yang harus sesuai dengan produk serta meningkatkan jangkauan penjualan dan promosi yang lebih menarik.

**Kata Kunci :** Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PRODUCTS, PRICE, PROMOTIONS, AND LOCATION ON PURCHASING DECISIONS AT GABOVIRA BATIK IN BANDAR LAMPUNG**

**By**

**Sadam Husein**

*The rapid development of business competition requires companies to compete effectively by creating products that suit market needs. This causes many similar products with different brands to compete with each other. Companies often need to conduct market research to identify products that suit consumer needs and preferences. Gabovira Batik faces challenges related to the need for special care, improper care can cause the fabric to fade or change color, thereby reducing the quality and aesthetic appeal. Price competition with other retailers is also a problem, in addition to challenges in promoting products because the store is located far from the city center. This research aims to analyze the influence of product quality, price, promotion and location on purchasing decisions for Gabovira Batik products in Bandar Lampung City. The population in this research is the people of Bandar Lampung who are customers of Batik Gabovira. This research uses a quantitative approach obtained directly from respondents using questionnaires distributed to 100 respondents collected using Google Form. The analytical methods used in this research are validity test, reliability test, simultaneous test (F test), and partial test (T test). The analysis used is multiple linear regression analysis. The results of this research show that product, price, promotion and location simultaneously have a significant influence on purchasing decisions. Gabovira Batik must increase innovation and creativity in producing products with their own characteristics. However, we must maintain the quality that must match the product and increase the reach of sales and promotions that are more attractive.*

**Keywords :** *Products, Prices, Promotions, Locations, Purchase Decisions*