

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KELONTONG
SAIDI DESA TANJUNG TANAH**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana**



Disusun Oleh :

NUGRAHA AFUANSYAH

NIM: 1910061201107

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2023**

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KELONTONG
SAIDI DESA TANJUNG TANAH**

NUGRAHA AFUANSYAH
Email : afuansyahnugraha@gmail.com
Pembimbing : Edia Satria,S.E., M.M
Email : ediasatria85@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1. Apakah produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial Toko Kelontong Saidi dan berapa besar pengaruh tersebut? 2. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial di Toko Kelontong Saidi dan berapa besar pengaruh tersebut? 3. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial di Toko Kelontong Saidi dan berapa besar pengaruh tersebut? 4. Apakah produk, harga, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan di Toko Kelontong Saidi dan berapa besar pengaruh tersebut?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pembeli atau konsumen yang melakukan pembelian di Toko kelontong Saidi yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhitung. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling/convenience sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,823 > 2,028$, serta nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,727 > 2,028$ serta nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,298 > 2,028$ serta nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Produk, Harga dan Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $11,396 > 2,866$ serta dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Produk, Harga, Lokasi

**THE INFLUENCE OF PRODUCTS, PRICE AND LOCATION ON
PURCHASE DECISIONS AT SAIDI GARDEN STORE
TANJUNG TANAH VILLAGE**

NUGRAHA AFUANSYAH
Email : afuansyahnugraha@gmail.com
Supervisor : Edia Satria,S.E., M.M
Email : ediasatria85@gmail.com

Sakti Alam Kerinci College of Economics

ABSTRACT

This study aims to determine: 1. Does the product have a partial influence on purchasing decisions at Saidi Grocery Store and how much influence does it have? 2. Does price have an influence on purchasing decisions partially at Saidi's Grocery Store and how big is this influence? 3. Does location have an influence on purchasing decisions partially at Saidi's Grocery Store and how much influence does it have? 4. Do products, prices, and locations have an influence on purchasing decisions simultaneously at Saidi's Grocery Store and how much influence does this have?

This type of research is qualitative research using descriptive methods. In this study, the population in question is buyers or consumers who make purchases at Saidi's grocery store whose number is unknown and can be said to be in the uncountable category. Sampling technique in this study using accidental sampling/convenience sampling.

The results show that the product has a significant influence on purchasing decisions as evidenced by $t_{count} > t_{table}$ namely $2.823 > 2.028$, and a significance value of $0.008 < 0.05$. Price has a significant influence on purchasing decisions as evidenced by $t_{count} > t_{table}$ namely $4.727 > 2.028$ and a significance value of $0.001 < 0.05$. Location has a significant influence on purchasing decisions as evidenced by $t_{count} > t_{table}$ namely $3.298 > 2.028$ and a significance value of $0.002 < 0.05$. Products, Prices and Locations have a significant influence on Purchasing Decisions as evidenced by $F_{count} > F_{table}$ namely $11.396 > 2.866$ and with a significance value of $0.001 < 0.05$.

Keywords: Purchase Decision, Product, Price, Location