

ABSTRAK

Sandy Syahreza, 15101155310513, Manajemen 2010, “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lasehan Desaung Kota Padang” dibawah bimbingan Dr. Lusiana, SE, MM Dan Marta Widian Sari, SE, MM.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengimplikasikan hal-hal sebagai berikut: Lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh. Harga secara parsial memiliki pengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh. Variasi Menu secara parsial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Titik Efnita, 2017). Pengaruh Lokasi, Harga dan Varian Menu terhadap Keputusan Pembelian diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan Lokasi, Harga dan Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Lasehan Desaung Kota Padang. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Lasehan Desaung Kota Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Varian Menu terhadap Kepuasan Konsumen pada Lasehan Desaung Kota Padang. Secara Bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi, Harga dan Varian Menu terhadap kepuasan konsumen pada Lasehan Desaung Kota Padang. Dapat dilihat pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} karena nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} . Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara bersama-sama antara Lokasi, Harga dan Varian Menu mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh angka adjusted R Square, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan variabel Lokasi, Harga dan Varian Menu terhadap Keputusan Pembelian di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengaruh Lokasi, Harga, Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sandy Syahreza, 15101155310513, Management 2010, "The Effect of Location, Price and Variation on Menus on Consumer Purchasing Decisions in Lasehan Desaung Padang City" under the guidance of Dr. Lusiana, SE, MM And Marta Widian Sari, SE, MM.

Based on the results of research that has been done, the authors can imply the following matters: Location partially has a positive but not significant effect on Purchasing Decisions. The results of the study are in line with research conducted by. Price partially has a positive but not significant effect on Consumer Satisfaction. The results of the study are in line with research conducted by. Menu Variation partially has a negative and significant influence on Purchasing Decisions. The results of the study are in line with research conducted by (Titik Efnita, 2017). Effect of Location, Price and Menu Variants on Purchasing Decisions obtained by H_0 is rejected and H_a is accepted simultaneously there is a positive and significant influence on Location, Prices and Menu Variations on Purchasing Decisions.

The results of this study indicate that there is a negative and insignificant influence between Location on Purchasing Decisions in Lasehan Desaung, Padang City. There is a negative and insignificant influence between Price on Purchasing Decisions in Lasehan Desaung Kota Padang. There is a positive and significant effect between Menu Variants on Consumer Satisfaction in Lasehan Desaung Kota Padang. Together there is a significant influence between Location, Price and Menu Variants on consumer satisfaction in Lasehan Desaung, Padang City. It can be seen that this test is done by comparing the value of F_{count} with F_{table} because the F_{count} value is greater than the F_{table} value. So it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that jointly the Location, Price and Menu Variant has a significant influence on the Purchasing Decision (Y). The coefficient of determination (R^2) is obtained by the adjusted R Square figure, this shows that the contribution of the Location, Price and Menu Variation variables to the Purchasing Decision is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *The Influence Of Location, Price, Menu Variations On Purchasing Decisions*