

ABSTRAK

Keberhasilan strategi pemasaran dapat dilihat dari keputusan pembelian konsumen untuk memenuhi kebutuhannya, ada banyak faktor yang dipertimbangkan konsumen sebelum menentukan keputusan pembelian. *Marketing mix* adalah salah satu faktor penting yang di pertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di *Richeese Factory* Manyar Surabaya.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang mengkonsumsi produk *Richeese Factory* Manyar Surabaya. Sumber data yang digunakan adalah data primer, Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS.

Hasil uji hipotesis (uji t) menyebutkan; Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *Richeese Factory* Manyar Surabaya. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,700 yang menunjukkan sebesar 70,0% Keputusan Pembelian (KPm) dapat dijelaskan oleh variabel Harga (HR), Kualitas Produk (KP), Promosi (PR), dan Lokasi (LK). Sedangkan sisanya 30,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

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

ABSTRAC

The success strategy of the marketing can be seen by the consumer's decision to fulfill their needs, and so many factors which are considered by the consumers before deciding to buy. The marketing mix one is one of the important things to be considered by the consumers before deciding to do the transaction. This study aimed to analyze the effect of price, product quality, promotion, and location on transaction in Richeese Factory Manyar Surabaya.

This study was classified as a quantitative research. The population of this study was the consumers who bought the product of Richeese Factory in Manyar Surabaya. The data source was primary data. It applied purposive sampling for collecting 100 respondents as the samples. The study applied multiple linear regression with SPSS program.

The result of the hypothesis test concluded price, product quality, promotion, and the location had a positive and significant effect on the transaction in Richeese Factory Manyar Surabaya. The determinant coefficient result (R^2) was 0,700 which showed 70,0% transaction decision and it explained by the variables; the price, the quality of the product, the promotion, and the location. On the other hand, the rest 30,0% was affected by other variables from the outside model of this study.

Keywords : Price, Product quality, Promotion, Location

