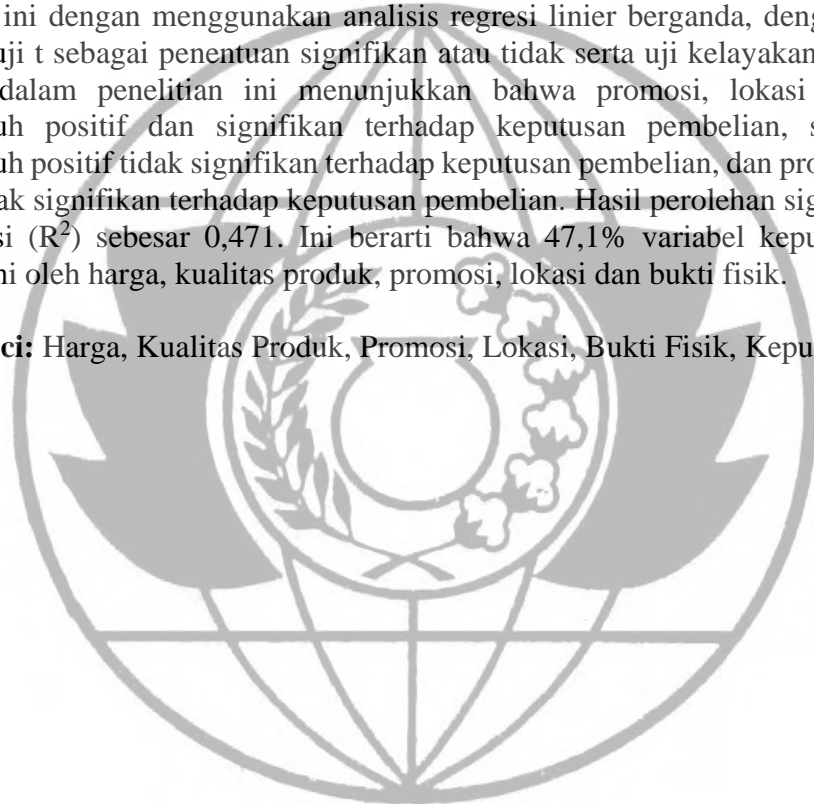


ABSTRAK

Berkembangnya dunia bisnis di bidang kuliner dalam era globalisasi saat ini semakin pesat dengan adanya tingkat persaingan usaha yang semakin tinggi dan ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, promosi, lokasi dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian Ewoel Café Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *ex post facto*. Populasi yang digunakan adalah para pengunjung dan konsumen yang membeli produk dan jasa dari Ewoel Cafe Surabaya yang jumlahnya tidak bisa dideteksi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan yaitu bersumber dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan beberapa uji, termasuk uji t sebagai penentuan signifikan atau tidak serta uji kelayakan model. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, lokasi dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan produk berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil perolehan signifikan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,471. Ini berarti bahwa 47,1% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, promosi, lokasi dan bukti fisik.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Lokasi, Bukti Fisik, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Recently, the rapid development of culinary business within the globalization era grows faster due to the higher competition among business practitioners. This research aimed to examine the effect of price, product quality, promotion, location, and physical evidence on the buying decisions of Ewoel Cafe, Surabaya. The research was quantitative with an ex-post facto approach. Furthermore, the population was visitors and consumers who had the product and service of Ewoel Cafe, Surabaya with unknown numbers. The data collection technique used probability sampling, with 100 respondents as the sample. Moreover, the data were primary with questionnaires as the instrument. The data analysis technique used multiple linear regression, with some tests namely, t-test as the ones which decided significantly or not; and proper model test. As the hypothesis result, it concluded that promotion, location, and the physical evidence had a significantly positive effect on buying decisions. However, the price had an insignificantly positive effect on buying decisions. In contrast, the product had an insignificantly negative effect on buying decisions. Meanwhile, the result of the determination coefficient significant (R^2) was 0.471. This meant that 47.1%, of the buying decisions, were affected by price, product quality, promotion, location, and physical evidence.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Location, Physical Evidence, Buying Decisions



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

15/8/22

M. Faisri, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pujungan 30 Surabaya 60118, Indonesia