

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Dee Coffee House* Sidoarjo. Harga menjadi tolak ukur terhadap besar kecilnya nilai dari kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang akan dibeli dan dikonsumsi. Kualitas Produk mencerminkan dari kepuasan konsumen, yaitu sejauh mana suatu produk dapat sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan. Sedangkan, Lokasi merupakan tempat beroperasinya sebuah usaha dalam menjalankan bisnis yang strategis agar dapat menarik konsumen untuk berkunjung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian ini adalah konsumen *Dee Coffee House* Sidoarjo dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti, dengan sampel yang dihitung menggunakan rumus *Lemeshow* sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan data dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 26.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This research examines the price effect, product quality and location on the purchasing decisions at Dee Coffee House, Sidoarjo. The price is a benchmark for the size of the value of the customers' satisfaction with the product or service that they will buy and consume. The product quality is reflected in the customers' satisfaction, i.e., the extent to which a product can meet the expectation. Furthermore, location is a place where a business operates in running a strategic business in order to attract consumers to visit.

The research applies quantitatively with a descriptive approach. Moreover, the population consists of Dee Coffee House, Sidoarjo with an unknown amount with a sample calculated by Lemeshow as many as 96 respondents. The data collection technique used was non-probability sampling, with a questionnaire as the instrument. The questionnaires were distributed to the respondents. Additionally, the data analysis technique used was SPSS (Statistical Product and Service Solution) 26.0 version.

The result shows that price has a positive but insignificant effect on purchasing decisions. However, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Likewise, location has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *price, product quality, location, and purchasing decisions.*

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

28/7/25

M. Faisal S.Pd., M.Pd.

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia