

Andika Aya Permana,12221369

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBEIAN KONSUMEN DI 89 COFFE KARUNDANG,SERANG

Penelitian Ilmiah Prodi Manajemen,

Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2024

ABSTRAK

Pertumbuhan *Coffeshop* mengalami kenaikan positif di setiap tahunnya, hal tersebut dipicu juga oleh peningkatan pertumbuhan penduduk di Indonesia. Adanya fenomena yang positif tersebut menjadi peluang yang baik bagi pelaku usaha serupa, khususnya pada objek penelitian ini yaitu 89 Coffe Karundang,Serang. 89 *Coffee* Karundang,Serang berdiri pada tahun 2021 di Serang, Banten. Penelitian bertujuan untuk mengetahui Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di 89 *Coffee* Karundang, Serang.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji instrument data yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedasitas dan multikolinearitas dan uji regresi linier berganda, uji hipotesis meliputi uji t (parsial), uji f simultan, uji dominan dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan data valid yang dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS 20.

Berdasarkan uji secara parsial, simultan dan dominan. Persepsi harga dan lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen 89 *Coffee* Karundang,Serang.

Kata Kunci: *Persepsi Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian*

(x + 53 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2018-2024)