

Abstrak

PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada konsumen “Mozza Car Wash dan Auto Care” di JL. Kabupaten Km 03, Yogyakarta)

Mario Seto Dwi Dewantoro

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen “Mozza Car Wash dan Auto Care” di JL. Kabupaten Km 03, Yogyakarta, dengan sampel sebanyak 96 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Uji instrument penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (2) promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (3) kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (4) lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (5) harga, promosi, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi

**THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION, QUALITY OF SERVICE AND LOCATION
ON PURCHASE DECISIONS**

(Study of "Mozza Car Wash and Auto Care" consumers on Jalan Kabupaten Km 03, Yogyakarta)

Mario Seto Dwi Dewantoro
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta 2019

This study aims to determine the effect of price, promotion, service quality and location partially and simultaneously on purchasing decisions. This type of research is quantitative. The population in this study are consumers of "Mozza Car Wash and Auto Care" in JL. Kabupaten Km 03 District, Yogyakarta, with a sample of 96 respondents. Sampling using a purposive sampling technique. The research instrument test uses the validity and reliability test. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study indicate that: (1) price partially does not affect purchasing decisions (2) promotions partially affect purchasing decisions (3) service quality partially influences purchasing decisions. (4) location partially does not affect the purchase decision (5) price, promotion, service quality and location simultaneously influence the purchase decision.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality and Location