

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi pada Ramen Aboy di Kota Cimahi. Pada penelitian ini ditemukan permasalahan pada proses keputusan pembelian konsumen Ramen Aboy yang mana jumlah pengunjung Ramen Aboy semakin menurun setiap tahunnya, hal ini disebabkan oleh kurang baiknya kualitas produk dan lokasi yang kurang strategis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian di Ramen Aboy Kota Cimahi baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan jumlah populasi sebanyak 1.041 orang dan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 91 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability* sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji hipotesis parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian secara simultan adalah 78,9% dan sisanya 21,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 55,8% dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 23,1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Lokasi dan Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study was conducted based on the phenomenon that occurred at Ramen Aboy in Cimahi City. In this study, problems were found in the consumer purchasing decision process of Ramen Aboy where the number of visitors to Ramen Aboy has decreased every year, this is due to the poor quality of the product and the less strategic location. This study aims to determine how much influence product quality and location have on the purchasing decision process at Ramen Aboy in Cimahi City, both simultaneously and partially. This study uses descriptive and verification methods with a quantitative approach. With a population of 1,041 people and a sample size of 91 respondents in this study. The sampling technique used is non-probability sampling. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis and determination coefficient analysis. The hypothesis test used is partial and simultaneous hypothesis testing. The results of the study indicate that there is a positive and significant influence between product quality and location on the purchasing decision process. The magnitude of the influence of product quality and location on the purchasing decision process simultaneously is 78.9% and the remaining 21.1% is influenced by other variables not examined in this study. Partially, it shows that product quality has a positive and significant effect on the purchasing decision process by 55.8% and location has a positive and significant effect on the purchasing decision process by 23.1%, so it can be concluded that product quality has the greatest effect on the purchasing decision process.

Keyword: Product Quality , Location and Purchase Decision Process