

ABSTRAK

Melihat peta persaingan usaha yang kini sangat ketat menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha agar dapat mempertahankan bisnisnya, dalam jangka panjang setiap usaha harus memikirkan strategi yang bisa digunakan dalam memenangkan persaingan tersebut, terdapat tujuan utama sebuah bisnis dijalankan ialah memperoleh pelanggan sebanyak mungkin agar usaha tersebut dikenal secara luas dan berdampak pada omset penjualan yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo. Penelitian ini memakai pendekatan secara kuantitatif, sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pelanggan petshop Warna-Warni berjumlah 90 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel *nonprobabilitas*, sampel *nonprobabilitas* yang digunakan adalah jenis *aksidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis parsial serta simultan. Diperoleh hasil pengujian variabel harga, kualitas produk dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo baik secara parsial ataupun secara simultan.

Kata Kunci: Harga, kualitas produk, lokasi dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

Seeing the competitive map that is now very tight, it becomes a challenge for players to be able to maintain their business, in the long term every business must have a strategy that can be used in the competition, there is a main goal of a business run by customers who are widely known and have an impact on high sales turnover. tall. This study aims to determine and analyze the effect of price, product quality and location on customer purchasing decisions at the Colorful Petshop in Sidoarjo. This study uses a quantitative approach, the sample used in this study is the petshop Warna-Warni customers who held 90 people. The sampling technique in this study is non-probability sampling, non-probability samples used are accidental sampling. The data analysis technique used research instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and partial and simultaneous hypothesis testing. The results obtained from testing the variables of price, product quality and location that affect customer purchasing decisions at the Colorful Petshop in Sidoarjo either partially or simultaneously.

Keyword: *Price, product quality, location and purchasing decisions.*