

ABSTRAK

Dalam upaya untuk memenangkan persaingan, toko kelontong harus mampu memahami keinginan dan kebutuhan dari pelanggannya. Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu harga dan lokasi. Toko kelontong harus mampu memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produknya serta lokasi yang strategis sehingga dapat menarik konsumen untuk memutuskan pembelian pada toko tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan non-probability sampling dengan teknik *Accidental Sampling*. Dalam mengambil sampel menggunakan kuesioner yang diberi skor pada skala Likert. Penelitian ini melibatkan 120 partisipan yang semuanya konsumen dari Toko Kelontong Alya. Dengan hasil dari penelitian yang telah dikaji kali ini menunjukkan jika harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan berpengaruh secara simultan.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In an effort to win the competition, grocery stores must be able to understand the wants and needs of their customers. Factors that can influence consumer purchasing decisions are price and location. Grocery stores must be able to provide prices that are in accordance with the quality of their products and strategic locations so that they can attract consumers to decide to buy at the store. In this study using a non-probability sampling approach with Accidental Sampling technique. In taking the sample using a questionnaire that was scored on a Likert scale. This study involved 120 participants, all of whom were consumers from the Alya Grocery Store. With the results of the research that has been reviewed this time, it shows that price and location partially have a significant effect on purchasing decisions and have a simultaneous effect.

Keywords : Price, Location, Purchase Decision