

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramen AA Bandung**

**Oleh: Nisha Priscalia**

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kualitas pelayan dan lokasi karena kualitas pelayanan dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, pelayanan yang kurang baik dan lokasi yang tidak strategis akan mengakibatkan konsumen tidak tertarik untuk melakukan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan teknik pengambilan sampel random sampling. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi kualitas pelayanan dan lokasi termasuk kedalam kategori kuat dengan nilai 0,670 yang artinya kualitas pelayanan dan lokasi memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,317 yang artinya kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 31,7% dan sisanya 68,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa dengan  $\alpha=5\%$  uji F mendapatkan hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $22,482 > 3,089$  dan Uji t variabel kualitas pelayanan (X1) mendapatkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.730 > 1.661$  dan variabel lokasi (X2) mendapatkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.716 > 1.661$ , hasil pengujian tersebut mengartikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian baik secara simultan dan parsial.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

### ***The Influence of Service Quality and Location on Purchasing Decisions at Ramen AA Bandung***

**By: Nisha Priscalia**

*Purchasing decisions can be influenced by several factors including service quality and location because service quality and location can influence consumer decisions to make purchases, poor service and non-strategic locations will result in consumers not being interested in making purchases. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on purchasing decisions, the effect of location on purchasing decisions, the influence of service quality and location on purchasing decisions. The method used in this research is descriptive associative with quantitative approach. This study used 100 respondents as a sample with a random sampling technique. Based on the results of the correlation coefficient analysis of service quality and location, it is included in the strong category with a value of 0.670, which means that service quality and location have a strong relationship to purchasing decisions. The value of the coefficient of determination is 0.317, which means that service quality and location affect purchasing decision by 31.7% and the remaining 68.3% is influenced by other factors that not included in this study. Hypotesis test has result that with  $\alpha=5\%$  F test result was  $F_{count} > F_{table}$  or  $22,482 > 3,089$  and t test service quality variables (X1) has result  $t_{count} > t_{table}$  or  $2.730 > 1.661$ , and location variable (X2) has result  $t_{count} > t_{table}$  or  $2.716 > 1.661$ , those test results mean that service quality and location has positive and significant effect on purchasing decisions both simultaneously and partially.*

*Keywords: Service Quality, Location, Purchasing Decisions*