

## ABSTRAK

**ANASTASIA RUMIDA SIDABUTAR, NIM: 7123210004, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Pasar Sukaramai, Medan. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. Tahun 2016.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Pasar Sukaramai, Medan, baik secara simultan maupun parsial.

Sampel penelitian ini berjumlah 200 responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pembeli produk di pasar kaki lima sukaramai. Pendekatan penelitian ini dengan teknik pengumpulan data yang melalui penyebaran 200 angket (kuesioner) dengan pengukuran skala *Likert*. Data yang diperoleh diolah secara statistik menggunakan metode analisis regresi berganda dengan persamaan  $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$  dengan program SPSS 22,00 *for windows*.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa variabel harga (X1), lokasi (X2), dan kelengkapan produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari  $F_{hitung} = 56,190$  dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,65, sehingga  $F_{hitung} = 56,190 > F_{tabel}$  sebesar 2,65 pada signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Dimana besar pengaruh variabel harga, lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian adalah 46,2% yang ditunjukkan dengan nilai *R square* yaitu 0,462. Sedangkan secara parsial harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,180 > 1,972$ , lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,211 > 1,972$ , dan variabel kelengkapan produk memiliki berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $7,574 > 1,972$ . Persamaan struktural dari model yang dapat dibuat adalah  $\hat{Y} = 7,614 + 0,417 X_1 + 0,118 X_2 + 0,467 X_3 + e$ .

Dengan demikian harga, lokasi dan kelengkapan produk memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar kaki lima sukaramai, baik secara simultan maupun parsial. Maka apa yang dilakukan peneliti terjawab dalam penelitian ini.

**Kata kunci: Harga, Lokasi, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian.**

## ABSTRACT

**ANASTASIA RUMIDA SIDABUTAR, NIM: 7123210004, Analysis Factors of Influencing Purchase Decision in Pasar Sukaramai, Medan. Thesis of Majors of Management of Faculty of Economics, State University of Medan. 2016.**

This study purpose to determine whether the factors that influence purchase decisions in Market Sukaramai, Medan, either simultaneously or partially.

The research sample of 200 respondents. As for the respondents in this study is the buyer of the product at pasar kaki lima sukaramai, Medan. This research approach to data collection techniques through the deployment of 200 questionnaires (questionnaire) with Likert scale measurement. The data obtained were processed statistically using multiple regression analysis to the equation  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$  with SPSS 22.00 for windows.

From the results of the research revealed that the price variable (X1), the location (X2), and the completeness of the product (X3) simultaneously influence the purchase decision. This is evident from  $F_{hitung} = 56.190$  and  $F_{tabel} = 2.65$ , so  $F_{hitung} = 56.190 > F_{tabel}$  of 2.65 at  $\alpha = 5\%$  significance. Where the influence of variable price, location and completeness of the product on purchasing decisions was 46.2% as indicated by the value of R square is 0,462. Partially, the price has an influence on purchasing decisions with  $t_{hitung} > t_{tabel}$  namely  $5.180 > 1.972$ , the location of influence on purchase decisions with  $t_{hitung} > t_{tabel}$  namely  $2.211 > 1.972$ , and the variable range of products has an effect on purchasing decisions with  $t_{hitung} > t_{tabel}$  that is  $7.574 > 1.972$ . Structural equations of the model that can be made is  $Y = 7.614 + 0.417 X_1 + 0,118 X_2 + 0,467 X_3 + e$ .

Therefore the price, location and completeness of product influencing the purchasing decision at pasar kaki lima sukaramai, either simultaneously or partially. So what do the researchers in this study be answered.

**Keywords: Price, Location, Range Of Products, Purchasing Decisions.**

