

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamart Bangko. Pemilihan sampel digunakan dengan metode *purposive sampling*, yaitu memilih sampel dengan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti, dimana berdasarkan metode pemilihan sampel tersebut diperoleh 138 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sebelum data diolah, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan multikolininearitas. Penelitian ini menggunakan lokasi dan kelengkapan produk sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa lokasi dan kelengkapan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamart Bangko. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa lokasi dan kelengkapan produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamart Bangko.

Keywords: Lokasi, Kelengkapan Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

El objetivo de esta investigación es examinar la influencia de la ubicación y la integridad del producto en las decisiones de compra de los consumidores en Alfamart Bangko. La selección de la muestra se utilizó mediante un método de muestreo intencional, es decir, seleccionar muestras con ciertos criterios de acuerdo con lo que deseaba el investigador, donde con base en este método de selección de muestra se obtuvieron 138 encuestados. La técnica de análisis utilizada es el análisis de regresión lineal múltiple. Antes de procesar los datos, primero se lleva a cabo una prueba de supuestos clásica. Los resultados de la prueba muestran que no hay heteroscedasticidad ni multicolinealidad. Esta investigación utiliza la ubicación y la integridad del producto como variables independientes, y las decisiones de compra como variable dependiente. Los resultados parciales de las pruebas muestran que la ubicación y la integridad del producto tienen una influencia positiva y significativa en las decisiones de compra de los consumidores en Alfamart Bangko. Los resultados de las pruebas simultáneas muestran que la ubicación y la integridad del producto juntas tienen un efecto positivo y significativo en las decisiones de compra de los consumidores en Alfamart Bangko.

Palabras clave: Ubicación, integridad del producto y decisiones de compra.