

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by the decrease in sales revenue in the Sales Report Happy Day Restaurant Juanda. Purchasing decisions that reflect high levels of high satisfaction of consumers when deciding to make a purchase of the products offered by Happy Day Restaurant Juanda. The purpose of this study was to analyze how much influence the Service Quality, Perceived Price and location of the Consumer Purchase Decision on Happy Day Restaurant Juanda.*

*The population in this study is a customer or consumer Happy Day Restaurant Juanda. In this study, data were collected through questionnaires to 100 respondents were obtained using non-probability sampling technique is purposive sampling technique. Then analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis. Quantitative analysis includes the validity and reliability, the classic assumption test, hypothesis testing via the T test and F test and test analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ). The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.*

*Based on statistical data analysis, indicators in this study are valid and are reliable variables. In the classic assumption test, regression model multicollinearity free, does not occur heteroskedastisitas and normally distributed. The sequence of each of the variables that most influence is variable Service Quality. While the variables that influence is positive but not significant perception of price and location.*

*Keywords : Service Quality, Perceived Price, Location and Buying decision*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan pendapatan pada *Sales Report* penjualan Happy Day Restaurant Djuanda. Keputusan Pembelian yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen, ketika memutuskan untuk melakukan pembelian dari produk-produk yang ditawarkan oleh Happy Day Restaurant Djuanda. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Happy Day Restaurant Djuanda.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen Happy Day Restaurant Djuanda. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu teknik *purposive sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji T dan uji F serta uji analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliable. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan terdistribusi normal. Urutan dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel Kualitas Pelayanan Jasa. Sedangkan variabel yang berpengaruh positif tetapi tidak signifikan adalah Persepsi Harga dan Lokasi.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Jasa, Persepsi Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian