

ABSTRACT

This study reveals that there are four variables which aim to determine the effect of location, product quality and price on the buying decision fish in the new area. Respondents in this study were people who had bought fish in a new area. This research was conducted on 130 respondents using a quantitative approach. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis with SPSS statistical software tools. The results of this study indicate that the price test does not have a significant effect on the interest in buying fish in the new ocean. Location and Product Quality have a significant effect on Interest in Purchasing fish in new waters.

Keywords: Location, Product Quality, Price, Buying decision, TPI (Fish Auction Place) Muara Baru.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini mengungkapkan ada empat variabel yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ikan diMuara Baru. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang sudah membeli ikan diMuara Baru. Penelitian ini dilakukan terhadap 130 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu software statistik SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ikan diMuara Baru. Lokasi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli ikan diMuara Baru.

Kata Kunci : Lokasi, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, TPI (Tempat Pelelangan Ikan) Muara Baru.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA