

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, price and location towards purchase decision of RSSM-MCU. The primary data were derived from questionnaire and the secondary data were from company statistics. The population of the research was all patient use RSSM-MCU in Oktober-November month with samples as many as 200 people.. The method of analysis used in this study is multiple linear regression. The results show that product quality, price and location together have a significant effect on purchasing decisions. Partially product quality, price and location have a significant positive effect on purchasing decision. The most location is powerfull variable of influence on purchasing decisions. R Square value of 0,428 that in this study the product quality variable, price and location contributed 42,8%, the rest was influenced by other variables at 57,2%.

Keywords: product quality,price, location,purchase decision.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi pada MCU-RSSM. Data penelitian yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuisioner dan data sekunder yang berasal dari data perusahaan. Metode sampling yang digunakan adalah metode nonprobabilitas. Populasi berasal dari seluruh pasien yang menggunakan MCU-RSSM di bulan oktober dan November, dengan jumlah sampel sebanyak 200 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. lokasi merupakan variabel yang sangat kuat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian MCU-RSSM. Nilai R square sebesar 0,428 bahwa dalam penelitian ini variabel kualitas produk, harga dan lokasi berkontribusi sebesar 42,8%, sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 57,2%.

Kata kunci : kualitas produk, harga, lokasi, keputusan pembelian.

