

ABSTRACT

Paying attention to purchasing decisions is crucial, as it significantly influences the company's marketing strategy. Several factors that can influence purchasing decisions include product, promotion, and location. The purpose of this study was to determine whether product, promotion, and location have an impact on purchasing decisions, either partially or simultaneously. This research was conducted at Jaansan Bali Restaurant-Seminyak. The study population was 450 consumers per month with the number of samples used being 82 respondents. The data collection method involved distributing questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, whereas previously the questionnaire was tested using validity and reliability tests. The results showed that products have a positive and significant influence on purchasing decisions at Jaansan Bali Restaurant. At Jaansan Bali Restaurant, sales promotion and purchasing decisions have a positive and significant influence. At Jaansan Bali Restaurant, location has a positive and significant influence on purchasing decisions. Product variables, sales promotion, and location all have a positive and significant impact on purchasing decisions at Jaansan Bali Restaurant. The regression equation is $Y = 7.735 + 0.169X_1 + 0.321X_2 + 0.419X_3$. Furthermore, the results of the determination analysis (R^2) demonstrate a contribution of 0.654, indicating that Jaansan Bali Restaurant's products and sales promotions can enhance approximately 71.1 percent of consumer purchasing decisions. To serve as a reference or consideration for Jaansan Bali Restaurant, some suggestions include expanding their product selection to cater to a wider range of consumer needs. Additionally, the restaurant should strive to create food with a unique and authentic taste to set itself apart from competitors. Expect the company to prioritize publicity and foster strong relationships with consumers, especially through the utilization of social media. Additionally, the company should strategically locate the restaurant near public facilities to facilitate easy access for customers.

Keywords: purchasing decisions, products, promotions, and location.

ABSTRAK

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya produk, promosi dan lokasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari tahu pengaruh produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian baik secara parsial ataupun simultan. Penelitian ini dilakukan di Jaansan Bali Restaurant-Seminyak. Jumlah populasi penelitian adalah 450 orang konsumen perbulannya dengan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 82 orang responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dimana sebelumnya kuisisioner diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara produk terhadap keputusan pembelian pada Jaansan Bali Restaurant. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Jaansan Bali Restaurant. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada Jaansan Bali Restaurant. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel produk, promosi penjualan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Jaansan Bali Restaurant. Untuk persamaan regresi yaitu $Y = 7,735 + 0,169X_1 + 0,321X_2 + 0,419X_3$. Selain itu untuk perolehan hasil analisis determinasi (R^2) membuktikan memberi kontribusi sebesar 0,654 yang dimana mempunyai arti bahwa sekitar 71,1 persen keputusan pembelian dapat ditingkatkan oleh produk dan promosi penjualan di Jaansan Bali Restaurant. saran untuk bisa jadi acuan atau pertimbangan bagi pihak Jaansan Bali Restaurant antara lain, hendaknya pihak perusahaan menambah lagi pilihan produk yang mereka jual agar mampu memenuhi semua kebutuhan konsumen selain itu hendaknya pihak perusahaan membuat makanan dengan rasa yang otentik dan khas agar berbeda dengan restaurant lainnya. Pihak perusahaan diharapkan lebih memperhatikan publisitas dan hubungan dengan konsumen terutama dalam menggunakan media sosial dan juga hendaknya pihak perusahaan menentukan lokasi restoran dekat dengan fasilitas publik agar konsumen mudah menjangkaunya.

Kata kunci : keputusan pembelian, produk, promosi dan lokasi