

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada gerai Alfamart STT Telkom Jalan Sukabirus RT 03 RW 015 Desa Citeureup Dayeuhkolot secara parsial dan simultan.

Penelitian ini menggunakan teori kualitas layanan dengan dimensi: *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance*. Lokasi dengan dimensi: akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas aman dan nyaman, ekspansi, lingkungan, dan kompetisi. Keputusan pembelian dengan subvariabel pilihan produk, pilihan merek, pilihan dealer, jumlah pembelian, waktu yang tepat, dan metode pembayaran.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen gerai Alfamart STT Telkom Jalan Sukabirus RT 03 RW 015 Dayeuhkolot. Sampel yang diambil sebanyak 385 konsumen yang dihasilkan melalui rumus bernoulli, tingkat kesalahan sebesar 5 %, dan teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dan teknik penentuan sampel menggunakan teknik *sampling insidental*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Linier Multiple Regression*.

Hasil menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 36,5%. Pengaruh lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 51,1 %. Pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 47,9 % sedangkan sisanya sebesar 52,1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : kualitas layanan, lokasi, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research's objectives is to determine the effect of service quality and location on purchasing decision, either partially or simultaneously at Alfamart STT Telkom Jl. Sukabirus RT 03 RW 015 Citeureup Village Dayeuhkolot.

This research use the theory of service quality with dimension: tangible, empathy, responsiveness, reliability and assurance. Location with dimensions: access, visibility, traffic, a large parking area; safe and comfortable, expansion, environment, and competition. Purchasing decisions with subvariabel: product option, brand choice, dealer choice, total purchases, timing, and method of payment.

Population in this study are all consumers of Alfamart STT Telkom Jl. Sukabirus RT 03 RW 015 Dayeuhkolot Outlets. Samples were taken of 385 consumer which was generated through Bernoulli formula with an error rate by 5%, sampling techniques using nonprobability sampling and using incidental sampling technique. Data analysis techniques was used in this study is Multiple Linear Regression.

The results show that the influence of service quality (X1) on purchasing decision (Y) is 36.5% of amount. Then the influence of location (X2) on purchasing decision (Y) is 51.1% of amount. Furthermore, the influence of service quality and location on purchasing decision is 47,9 % of the amount, while the remaining 52.1% are affected by other factors that not examined.

Keywords: service quality, location, purchasing decision