

PENGARUH LOKASI, VARIASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR GIANYAR

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual yang dilihat dari segi ekonomi keuangan, harga, lokasi, dan bukti fisik dari produk yang ditawarkan. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen diperlukan adanya informasi mengenai lokasi, suatu produk baik itu merek, harga maupun keunggulan dari pada produk itu sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh lokasi, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada pedagang pakaian di Pasar Gianyar. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk pakaian di Pasar Gianyar lebih dari dua kali yang jumlahnya tidak diketahui. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan non probability sampling dengan cara purposive sampling, sehingga diperoleh sampel sebanyak 85 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan aplikasi *IBM SPSS 23.0 for Windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pedagang pakaian di Pasar Gianyar. 2) Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pedagang pakaian di Pasar Gianyar. 3) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pedagang pakaian di Pasar Gianyar.

Kata Kunci : Lokasi, Variasi Produk, Dan Persepsi Harga