

ABSTRAK

Nurul Hidayah.NIM 1320310034.Pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Swalayan Bandung Fashion Gabus Pati.Program Strata Satu (S.1) Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) IAIN KUDUS tahun 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Bandung Fashion Gabus Pati. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (independen) yaitu harga (X1) dan lokasi (X2) terdapat pula satu variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y). Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan instrumen pembagian kuesioner. Sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampelnya menggunakan *convenience sampling*. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 68 responden. Jumlah ini didasarkan pada pendekatan Isac Michel. Untuk menguji keabsahan penelitian ini maka digunakan pula uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari: uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji normalitas dan uji heterokedastisitas. Selanjutnya uji analisis data yang terdiri dari: uji regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2). Dari hasil uji tersebut, didapatkan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 4,199 dan t tabel 1,998, ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,199 > 1,998$) dengan *p value* (sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Akan tetapi lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 1,097 dan t tabel 1,998, ini berarti nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,097 < 1,998$) dengan *p value* (sig) sebesar $0,277 > 0,05$.

Kata kunci : *Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian*