

ABSTRAK

Menganalisis dan mengetahui seberapa berpengaruh lokasi usaha, iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian barang yang terjadi pada Pasar Swalayan Maju Bersama merupakan tujuan dari penelitian ini. Peneliti memakai metode penelitian pendekatan asosiatif serta jenis penelitian kuantitatif. Menganalisis data dalam penelitian ini dengan analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan data diterapkan dengan kuesioner, wawancara serta studi dokumentasi. Populasi penelitian yaitu pengunjung yang pernah berbelanja di Pasar Swalayan Maju Bersama yang juga dijadikan sebagai sampel sebanyak 142 konsumen. Rumus slovin digunakan untuk menetapkan jumlah sampel. Diperoleh nilai t_{hitung} variabel Lokasi Usaha -2,516, Iklan sebesar 1,028, dan Kualitas pelayanan sebesar 4,399 serta F_{hitung} sebesar 8,754. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi bernilai 16%. Kesimpulan pada penelitian ini ialah secara simultan dan parsial Lokasi Usaha, Iklan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Pasar Swalayan Maju Bersama.

Kata Kunci : Pasar Swalayan, Lokasi Usaha, Iklan, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.