

INTISARI

Ida Astutik. 2018. Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Skripsi. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing: (I) Dr. Ec. H. Abdullah Said, MM. (II) Dessy Novitasari Laras Asih, SE, MM.

Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan saat ini diikuti juga munculnya tempat-tempat perbelanjaan modern yang salah satunya di Mini Market Alfamart, Indomaret dan lain sebagainya yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan dalam perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan. Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan sekitar dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan permintaan yang terbatas. Promosi kualitas produk yang ditawarkan dengan harga yang kompetitif dan juga didukung dengan fasilitas menjadi modal utama perusahaan untuk menarik minat beli konsumen. Konsumen juga memilih tempat yang akan mereka kunjungi, tempat yang strategis juga mempengaruhi minat beli konsumen misalnya lokasi perusahaan mudah dijangkau dan dekat dengan rumah konsumen. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan merupakan misi utama bagi sebuah swalayan dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan.

Penelitian ini dilakukan terhadap Swalayan Arafahmart dengan menggunakan metode *probability sampling* dan diperoleh 90 konsumen yang menjadi sampel penelitian. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial dan simultan harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Lokasi, Promosi