



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH VARIASI PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN BINA
CITRA DI PEKANBARU**

Febrian Musli
NIM. 11471105964

Dalam penelitian ini dirumuskan masalah adalah seberapa besar pengaruh variasi produk, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan bina citra pekanbaru. Penelitian ini menggunakan tiga variable bebas yaitu variasi produk, persepsi harga dan lokasi dan satu variable terikat yaitu keputusan pembelian. Penarikan sampel menggunakan purposive sampling dan sampel 100 orang. Hipotesis : diduga variable variasi produk, persepsi harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan diduga variable variasi produk, persepsi harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh sebagai berikut : secara simultan variable variasi produk, persepsi harga dan lokasi signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana F hitung $>$ dari F table. Selanjutnya yaitu secara parsial variasi produk, persepsi harga dan lokasi signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan bina citra pekanbaru, yaitu dengan nilai t hitung dari setiap variable bebas lebih besar dari t table. Dari ketiga variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada rumah makan bina citra di pekanbaru adalah variable variasi produk. Berdasarkan penelitian ini, penulis menyarankan kepada pihak rumah makan bina citra di pekanbaru untuk mempertahankan elemen variasi produk, dan lebih memperbaiki elemen persepsi harga dan lokasi

Kata kunci : variasi produk, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan bina citra di pekanbaru.