

## ABSTRAKSI

Khafid Romadhon, 2014. Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di toko batik Dinar DTC Surabaya.

Perkembangan pengetahuan teknologi dan industri membuat dampak lagi bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha. Disamping itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan mikro kecil menengah dan skala besar berdampak pada persaingan ketat antar pengusaha, terutama dari persaingan pengusaha sejenis. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau sasaran pasar serta memberikan keputusan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan peran pesaing. Maka itu, penelitian ini ingin mencari jawaban seberapa besar keputusan pembelian dipengaruhi strategi marketing yaitu harga dan lokasi untuk mencapai tujuan pemasaran. Dan adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya khususnya di toko batik Dinar yang telah menerapkan strategi tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuisioner dan didukung dengan wawancara sebagai pelengkap mendapatkan informasi. Sampel yang digunakan tidak menentu maka dari itu penelitian ini menggunakan *acidental sampling* untuk menentukan sampel sebagai responden sejumlah 100 orang pengunjung, mengapa demikian karena semakin banyak responden maka semakin jelas hasil yang dicapai untuk mengetahui seberapa besar pengaruh. Baru setelah itu dilakukan analisis dengan menggunakan regresi linier berganda Uji t (parsial), Uji F secara simultan, *Deskriptif statistik*, dan *compare means* untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil analisis mendapatkan bahwa pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di toko batik Dinar dinilai cukup baik, karena disebutkan dari 100 responden menunjukkan sebesar 54% dipengaruhi oleh harga dan lokasi dan 45% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Dengan indikator yang ditentukan sesuai dengan yang ada dilapangan maka hipotesis dan rumusan masalah dapat terjawab dengan jelas dan hipotesis diterima.

Kata Kunci : Harga dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian