

## ABSTRAKSI

Ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh antara kelengkapan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian, didasarkan pada hasil pengamatan di beberapa angkringan di wilayah lapangan Pancasila Kota Salatiga dan sekitarnya. Hasil pengamatan atau observasi awal menunjukkan walaupun strategi pemasaran yang digunakan tetap sama, baik dari kelengkapan produk, harga yang ditawarkan, dan lokasi yang digunakan, namun kenyataannya setiap angkringan tetap ramai dikunjungi pelanggannya.

Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, harga, lokasi terhadap keputusan konsumen untuk makan di angkringan-angkringan Kota Salatiga dan sekitarnya.

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 200 orang yang berkunjung di angkringan-angkringan Kota Salatiga. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengoperasiannya menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Kelengkapan produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk makan di angkringan Kota Salatiga dan sekitarnya, ditunjukkan nilai t-hitung (2,207) > t-tabel (1,972), 2) Harga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk makan di angkringan Kota Salatiga dan sekitarnya, ditunjukkan nilai hitung (-3,312) < t-tabel (-1,972), 3) Lokasi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk makan di angkringan Kota Salatiga dan sekitarnya, ditunjukkan nilai t-hitung 5,839 < t-tabel (1,972).

***Kata Kunci : Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi, Keputusan pembelian***