

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD.AUDYKA SUPPLY & SERVICE (ASS)**

Pertumbuhan komoditas bahan pangan dan sembako mengalami pertumbuhan yang positif di setiap tahunnya, hal tersebut dipicu juga oleh peningkatan pertumbuhan penduduk di Indonesia. Adanya fenomena yang positif tersebut menjadi peluang yang baik bagi pelaku usaha serupa, khususnya pada objek penelitian ini yaitu UD.Audyka Supply & Service (ASS). UD.ASS berdiri pada tahun 2011 di Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat, yang merupakan bisnis bergerak di bidang distributor sembako dan palawija. Terdapat fenomena permasalahan penurunan omzet penjualan UD.ASS setiap tahunnya, dan adanya kritik dan saran dari pelanggan mengenai persepsi harga dan lokasi. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada UD.ASS. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan regresi linear berganda. Sampel penelitian sebanyak 104 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan uji hipotesis dan uji statistik. Hasil penelitian ini yaitu persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian UD.ASS.

**Kata Kunci:** persepsi harga, lokasi, keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, AND LOCATION ON PURCHASE DECISIONS AT UD.AUDYKA SUPPLY & SERVICE (ASS)***

*The growth of food commodities and basic necessities has experienced positive growth every year, this is also triggered by the increase in population growth in Indonesia. The existence of this positive phenomenon becomes a good opportunity for similar business actors, especially in the object of this research, namely UD.Audyka Supply & Service (ASS). UD.ASS was established in 2011 in Sumbawa Besar, West Nusa Tenggara, which is a business engaged in the distribution of basic food and secondary crops. There is a problem phenomenon of decreasing sales turnover of UD.ASS every year, and there are criticisms and suggestions from customers regarding price and location perceptions. So this study aims to analyze the effect of price perception, and location on purchasing decisions at UD.ASS. The research method used in this research is quantitative, with multiple linear regression. The research sample was 104 respondents. Data was collected using hypothesis testing and statistical tests. The results of this study are the perception of price and location on the purchasing decision of UD.ASS.*

**Keywords:** *price perception, location, purchase decision.*