

ABSTRAK

Ressa Yayu Fauziah, NIM. 3402190221. PENGARUH LOKASI DAN SEGMENTING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Suatu Studi Pada Mini Market Andika Ciamis). Di bawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Wiwin Setianingsih, SE. M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh lokasi dan segmentasi terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Andika Ciamis. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini meliputi: (1) bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Andika Ciamis; (2) bagaimana pengaruh segmentasi terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Andika Ciamis; dan (3) bagaimana pengaruh lokasi dan segmentasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Andika Ciamis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, segmentasi, serta pengaruh keduanya secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan konsumen Mini Market Andika Ciamis. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana, regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi sebesar 78,4%. Segmentasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi sebesar 71,8%. Secara simultan, lokasi dan segmentasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Adjusted R Square sebesar 81,3%, sedangkan sisanya sebesar 18,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 215,905 lebih besar dari Ftabel sebesar 3,090 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Kata Kunci: Lokasi, Segmentasi, Keputusan Pembelian.