

**Judul Penelitian : Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di TNA Collection Nganjuk**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Miftahul Munir, S.E., M.M  
2. Agung Pambudi Mahaputra, S.E., M.M

Nama Mahasiswa : Ifa Sholihatin

NPM : 19.13021.0395

**Abstraksi**

Bentuk strategi pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan dengan memberikan pilihan produk atau variasi produk pada konsumen. Konsumen akan membeli produk dengan membandingkan harganya, karena secara umum harga merupakan hal yang diperhatikan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli. Lokasi yang mendukung juga akan memberikan keuntungan yang tinggi dalam kegiatan usahanya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variasi produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di TNA Collection Nganjuk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 95 responden. Dari hasil uji t variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig.  $0,011 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kemudian harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pada hasil uji F diperoleh nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variasi produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di TNA Collection Nganjuk.

**Kata Kunci :** Variasi Produk, Harga, Lokasi, dan Keputusan Pembelian.