

Abstrak

Waruwu Iwarman, 2025 Pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan pedagang dalam menyewa kios Di pasar ya'ahowu kota gunungsitoli. Skripsi Prodi Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Dibawah Pembimbingan Otanius Laia,S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan pedagang dalam menyewa kios Di pasar ya'ahowu kota gunungsitoli. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari promosi terhadap pengambilan keputusan, pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan, serta pengaruh simultan dari Lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan pedagang. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, nilai R Square sebesar 0,718 atau 71,8% menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X1) memiliki pengaruh kuat terhadap pengambilan keputusan (Y). Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,674 menunjukkan bahwa variabel Lokasi dan harga (X2) secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan 67,4%. Hasil uji F dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $80.047 > 244$, mengindikasikan bahwa H3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan dari variabel lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan.

Kata Kunci: Lokasi, harga dan Pengambilan Keputusan

Abstract

Wartuwu Iwarman, 2025 The influence of location and price on traders' decision making in renting kiosks in the Ya'ahowu market in Gunungsitoli city. Thesis, Management Study Program, Marketing Management concentration, Faculty of Economics, Nias University. Under the guidance of Otanius Laia, S.E., M.M

This study aims to analyze the influence of location and price on traders' decision making in renting kiosks in the Ya'ahowu market in Gunungsitoli city. The main objective of this study is to determine whether there is a significant influence of promotion on decision making, the influence of price on decision making, and the simultaneous influence of location and price on traders' decision making. Based on the results of the determination coefficient test, the R Square value of 0.718 or 71.8% indicates that the Location variable (X1) has a strong influence on decision making (Y). In addition, the Adjusted R Square value of 0.674 indicates that the Location and Price variables (X2) together influence decision making by 67.4%. The results of the F test with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a calculated F value of $80.047 > 244$, indicate that H3 is accepted, which means that there is a significant influence of location and price variables on decision making.

Keywords: Location, Price and Decision Making