

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Burger Bunda di Dolok Masihul. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini rata-rata perhari pengunjung UMKM Burger Bunda di Dolok Masihul. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling dengan rumus slovin sehingga diperoleh 56 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji signifikan parsial, uji signifikan simultan) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan secara simultan lokasi dan harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.*

*Kata Kunci : Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of location and price on purchasing decisions at UMKM Burger Bunda in Dolok Masihul. This type of research is descriptive quantitative using primary data with data collection techniques using a questionnaire. The population used in this study is the average daily visitor to UMKM Burger Bunda in Dolok Masihul. The sampling method in this study used simple random sampling with the slovin formula to obtain 56 samples. Data analysis techniques used are validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), hypothesis test (partial significant test, simultaneous significant test) and the coefficient of determination. The results of this study indicate that partially location has an effect on Purchasing Decisions, Price has an effect on Purchasing Decisions. While simultaneously the location and price affect the Purchase Decision.*

*Keywords : Location, Price, Purchase Decision.*