

ABSTRAK

Raggil Mauludy (1168020227) : Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Cauji Crispy di Banana Cauji Store Ciparay)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Cauji Crispy di Banana Cauji Store Ciparay (2) pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Cauji Crispy di Banana Cauji Store Ciparay (3) pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Cauji Crispy di Banana Cauji Store Ciparay. Untuk variabel Promosi menggunakan teori dari Alma (2018), untuk variabel Lokasi menggunakan teori dari Fandy Tjiptono (2015) dan untuk variabel Keputusan Pembelian menggunakan teori dari Peter dan Olson (2014).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif deskriptif verifikatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *simple random sampling*, sehingga ditentukan jumlah sampel menggunakan rumus Wibisono dalam Ridwan dan Akdon (2013) sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form* kepada Konsumen Cauji Crispy di Banana Cauji Store Ciparay. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas, uji realibilitas, serta teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda, dan untuk hipotesis menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji determinasi (uji R^2).

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada pengujian secara parsial Promosi berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Keputusan Pembelian Cauji Crispy di Banana Cauji Store Ciparay dengan thitung (6,946) > ttabel (1,9847) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Cauji Crispy di Banana Cauji Store Ciparay dengan thitung (3,033) > ttabel (1,9847) dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$. Secara simultan Promosi dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Cauji Crispy di Banana Cauji Store Ciparay dengan nilai fhitung (93,817) > ftabel (3,09) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,5$ dengan besaran pengaruh 65,9% dan sisanya 34,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian