

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Genesis Coffee

Kota Bandung yang dikenal dengan kota kreatif banyak menawarkan para wisatawan hasil dari industri kreatif di kota Bandung khususnya mengenai kuliner. Kota Bandung banyak menawarkan varian kuliner, yang terbaru adalah *trend* kuliner yang berbahan dasar kopi, ini sedang menarik perhatian konsumen di kota Bandung.

Objek dalam penelitian ini adalah Genesis Coffee penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu membagikan kuesioner kepada 92 orang responden dari populasi 6545 konsumen Genesis Coffee dalam waktu 8 bulan dari Januari sampai dengan Agustus 2017. Sedangkan Teknik sampling yang digunakan untuk menghitung besarnya ukuran sampel adalah *non-probability sampling*.

Hasil penelitian menggunakan metode analisis Regresi linier Berganda, Uji validitas, Uji reliabilitas, Analisis Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi, Koefisien Determinasi Parsial (R^2), uji Hipotesis Simultan, dan Uji hpotesis Parsial, serta hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi Penjualan dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sesuai dengan perhitungan statistik, Promosi Penjualan dan Lokasi memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian pada Genesis Coffee memberikan kontribusi 68.6% sedangkan 31.2% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Lokasi dan Keputusan Pembelian.