

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Eatboss café cabang Lengkong. Eatboss café cabang Lengkong merupakan sebuah café yang menjual berbagai macam produk makanan dan minuman. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Objek penelitian adalah pengunjung Eatboss café cabang Lengkong dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian secara simultan adalah sebesar 72,127. Sedangkan secara parsial promosi lebih besar pengaruhnya daripada lokasi. Karena berdasarkan *Standardized Coefficients Beta* memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 0,714 dibandingkan lokasi.