

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Panggang Dago. Kopi Panggang Dago merupakan sebuah *coffee shop* yang menjual berbagai produk minuman berupa kopi dan juga makanan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Objek penelitian adalah konsumen Kopi Panggang Dago 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 54,30%. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial lokasi lebih besar pengaruhnya daripada promosi. Dimana 30,0% didominasi oleh variabel lokasi dan 24,3 % oleh variabel promosi.

**Kata Kunci: Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the influence of Location and Promotion of Purchase Decision on Kopi Panggang Dago. Kopi panggang Dago is a coffee shop that sells various beverage products in the form of coffee and also food. The research method used is descriptive verification. The object of research is the consumers of Kopi panggang Dago with the number of samples of 100 respondents. Analysis of data using multiple correlation analysis, and coefficient of determination.

Based on result of analysis influence of location and promotion to purchasing decision simultaneously is equal to 54,30%. The results of this test indicate that location and promotion have a significant effect on purchasing decision. While the partial location is greater than the promotion effect. Where 30,0% is dominated by location variable and 24,3% by promotion variable.

**Keywords: Location, Promotion, Purchase Decision**