

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada *distro* dozsky baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 93 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan promosi penjualan berada pada kategori cukup baik. Sedangkan untuk variabel keputusan pembelian berada pada kategori baik. Secara parsial lokasi lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 69,41%. Sedangkan promosi penjualan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 20,96%. Sehingga didapatkan pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 90,3%.

Kata Kunci : Lokasi, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine how much the effect of location and sales promotion of purchasing decisions on dozsky distro both partially or simultaneously. The research method used is descriptive and verifikatif with total sample of 93 respondents. Data collection techniques used is observation, interview and questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation, hypothesis testing and coefficient of determination.

The results of this study indicate that the location variable and sales promotion are in a fairly good category. While for the purchase decision variable is in the good category. Partially the location has a greater influence on purchasing decisions, which is equal to 69.41%. Whereas sales promotion has an effect on purchasing decisions which is equal to 20.96%. So that the influence of location and sales promotion on purchasing decisions is 90.3%.

Keywords: Location, Sales Promotion and Purchasing Decisions