

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Konsumen Dealer Honda PT.Netral Jaya Motor Bandung ). Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Objek penelitian adalah konsumen yang berbelanja di Konsumen Dealer Honda PT.Netral Jaya Motor Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh promosi dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian secara simultan adalah sebesar 284,194. Sedangkan secara parsial promosi memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian dengan koefisien korelasi sebesar 0,502 dan koefisien determinasi sebesar 50,2 %. lokasi memiliki pengaruh terhadap Proses keputusan pembelian dengan koefisien korelasi sebesar 0,158 dan koefisien determinasi sebesar 15,8%

Kata Kunci : Promosi, Lokasi, Proses Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Promotion and Location on Purchasing Decisions (Study on Honda Consumer Dealers PT. Netral Jaya Motor Bandung). The method used is descriptive verification. The object of research is consumers who shop at the Honda Consumer Dealer PT. Jaya Jaya Motor Bandung with a total sample of 96 respondents. Analysis of the data used is using multiple linear regression analysis, multiple correlation and coefficient of determination.*

*Based on the results of the analysis of the influence of promotion and location on purchasing decisions simultaneously is 284,194. While partially promotion has an influence on purchasing decisions with a correlation coefficient of 0.158 and a coefficient of determination of 50,2 %. location has an influence on purchasing decisions with a correlation coefficient of 0.056 and a coefficient of determination of 15.8%*

*Keywords: Promotion, Location, Purchase Decision*