

ABSTRAK

Industri Furniture dan kerajinan merupakan salah satu industri prioritas yang menghasilkan produk bernilai tambah tinggi, berdaya saing global sebagai penghasil devisa negara, Persaingan bisnis pada bidang mebel pun mau tidak mau menjadi sangat ketat, banyak yang dilakukan para pemilik untuk menarik konsumen lebih banyak dan membeli produknya. Melihat persaingan ini, bisnis mebel harus mampu bersaing dengan bisnis mebel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana lokasi dan promosi terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Mekar Jaya Furniture. Data dikumpulkan melalui teknik pengumpulan lapangan dan kepustakaan dengan membagikan kuesioner kepada 92 responden yang mengunjungi Mekar Jaya Furniture. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan secara deskriptif bawah lokasi, promosi dan proses keputusan pembelian berada pada kategori kurang baik, untuk hasil penelitian secara verifikatif bahwa lokasi dan promosi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan pembelian yaitu sebesar 85,3%, secara parsial lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian yaitu sebesar 79,9% dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian yaitu sebesar 5,4%.

Kata Kunci: Lokasi, Promosi dan Proses Keputusan Pembelian.

