

## ABSTRAK

Pengambilan judul ini di latarbelakangi oleh menurunnya penjualan di *Cafe Kandang Ayam Cabang Kebonjati Bandung* yang cukup signifikan, menurunnya keputusan pembelian pada *Cafe Kandang Ayam Cabang Kebonjati Bandung* yang berdampak pada penurunan penjualan, dilihat pada bauran pemasaran yang kurang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *sales promotion* dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Cafe Kandang Ayam Cabang Kebonjati Bandung* baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 100 konsumen. Teknik sampling yang digunakan menghitung besarnya ukuran sampel dalam *nonprobability sampling*. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalaha uji asumsi regresi, regresi linier ganda, korelasi ganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 20.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *sales promotion* dan *physical evidence* terhdap keputusan pembelian sebesar 77,8%, sedangkan secara parsial *sales promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 37,9%, dan *physical evidence* juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 39,9%.

## **ABSTRACT**

*The title was taken based on the decreased sales at Kebonjati Branch Bandung Chicken Coop Cafe, which decreased significantly, the purchasing decision at the Kebonjati Branch Cage Chicken Cafe Bandung which has an impact on sales decrease, seen in the poor marketing mix.*

*This study aims to determine how much the influence of sales promotion and physical evidence towards consumer purchasing decisions at Kebonjati Branch Chicken Coop Cafe Bandung both partially and simultaneously. The research method used in this study is descriptive and verification with a sample of 100 consumers. The sampling technique used is calculating the size of the sample in nonprobability sampling. While the data analysis method used is the regression assumption test, multiple linear regression, multiple correlation, coefficient of determination and hypothesis testing using the SPSS 20 program.*

*The results of this study simultaneously showed that there was a significant influence between sales promotion and physical evidence on purchasing decisions as much as 77.8%, while partially sales promotion had an effect on purchasing decisions of 37.9%, and physical evidence also had an effect on purchasing decisions of 39, 9%.*