

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Kereta Api Serayu (survei pada penumpang Kereta Api Serayu) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 62.2% dan sisanya 37.8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 13.1% dan pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 49.1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Lokasi, Promosi dan Keputusan Pembelian**