

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen Morning Bread Bandung) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 85 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 penjualan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 53,6% dan sisanya 46,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 17,6% dan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 36%, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Lokasi, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian