

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen Inaka *Coffee* Cimahi) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 71 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 54,8% dan sisanya 45,2% keputusan pembelian di Inaka *Coffee* Cimahi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti diantaranya produk, harga, proses, orang, dan bukti fisik. Secara parsial besarnya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 22,7% dan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 32,1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Lokasi, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of location and sales promotion on purchasing decisions (survey on consumers of Inaka Coffee Cimahi) simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verification methods with a total sample of 71 respondents. Testing research instruments using validity and reliability tests. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation and the coefficient of determination.*

*The results showed that there was a positive and significant influence between location and sales promotion on purchasing decisions. The magnitude of the influence of location and sales promotion on purchasing decisions simultaneously is 54.8% and the remaining 45.2% of purchasing decisions at Inaka Coffee Cimahi are influenced by other factors that are not examined including product, price, process, people, and physical evidence. Partially the magnitude of the effect of location on purchasing decisions is 22.7% and the effect of sales promotions on purchasing decisions is 32.1%, so it can be concluded that sales promotions have the greatest influence on purchasing decisions.*

***Keywords: Location, Sales Promotion and Purchasing Decisions***