

ABSTRAK

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program SPSS 22.0. Semua hasil pengolahan data akan dibahas dan dibuat kesimpulan yang berdasarkan hasil analisis tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan dengan t hitung sebesar $2.393 > 1,960$, lokasi tidak berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar $1,723 < 1,960$ dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar $2,199 > 1,960$.

Kata kunci : Harga, Lokasi, Promosi dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of prices, location and promotion towards of buying decisions. This study was conducted on 100 respondents. The analysis data used of this research by SPSS 22.0. all the results of data processing will be discussed and made conclusions based on the results of the analysis. And the results of the research indicate that price variable have significant with the value $2.393 > 1,960$, and location has no significant effect with the value $1,723 < 1,960$, and promotion have significant with the value $2,199 > 1,960$.

Keywords :Price, Location, Promotion and Buying Decisuion.

