

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan Indomaret Kukusan Depok, harga terhadap keputusan pembelian pelanggan Indomaret Kukusan Depok, kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pelanggan Indomaret Kukusan Depok, promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan Indomaret Kukusan Depok.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dan populasi pada penelitian ini dilakukan terhadap 140 responden yang berkunjung membeli barang atau produk di Indomaret dengan menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Metode analisis data yang digunakan adalah *structural equation modeling* dimana pengolahan datanya menggunakan program *Partial Least Square* (PLS) Versi 3.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: lokasi, harga, kelengkapan produk, promosi, keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of location on Indomaret Kukusan Depok customer purchasing decisions, price on Indomaret Kukusan Depok customer purchasing decisions, product completeness towards Indomaret Kukusan Depok customer purchase decisions, promotion of Indomaret Kukusan Depok customer purchase decisions.

Data collection was carried out by distributing questionnaires and the population in this study was conducted on 140 respondents who visited to buy goods or products in Indomaret using an associative quantitative approach. The data analysis method used is structural equation modeling where the data processing used Partial Least Square (PLS) version 3.0.

The analysis shows that location has a positive and significant influence on purchasing decisions, price have a positive and significant effect on purchasing decisions, product completeness has a positive and significant effect on purchasing decisions, promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *location, price, product completeness, promotions, purchase decisions*

