**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DI KEDAI KOPI 89 SYIFANA KOPI PALEMBANG**

**Rio Agustian**

**2018211133**

# Abstrak

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Lokasi dan Promosi merupakan faktor penting dalam meningkatkan penjualan karena dengan Lokasi dan Promosi bisa mengenalkan perusahaan kepada konsumen. Dari konsumen yang tidak tahu mengenai keberadaan perusahaan tersebut sehingga konsumen mengetahui keberadaan perusahaan tersebut hal ini merupakan salah satu keguanaan Lokasi dan Promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh Lokasi Kedai Kopi 89 Syifana Kopi Palembang terhadap keputusan pembelian. Menguji pengaruh Promosi yang ditawarkan oleh Kedai Kopi 89 Syifana Kopi Palembang terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan kriteria pelanggan yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dan pernah merekomendasikan Kedai Kopi 89 Syifana Kopi Palembang kepada orang lain, jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 98 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menyimpulkan variable bebas Lokasi dan Promosi (x) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (y). Lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi 89 Syifana Kopi Palembang. Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi 89 Syifana Kopi Palembang. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai probabilitas (sig) sebesar 0,001. Karena nilai sig. < 0,05 (0,001 < 0,05), maka H03 ditolak dan Ha3 diterima yang berarti Lokasi dan Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 89 Syifana Kopi Palembang. Uji F juga dapat dilihat apabila F hitung > F tabel (10,209 > 3,09) maka H03 ditolak dan Ha3 diterima. Artinya Lokasi dan Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

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