# ABSTRAKSI

# Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : ( 1 ) pengaruh konten marketing terhadap keputusan pembelian, ( 2 ) Pengaruh lingkungan Fisik terhadap keputusan pembelian, ( 3 ) pengaruh konten Marketing dan Lingkungan fisik terhadap keputusan Pembelian. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitif. Sampel penelitian ini adalah konsumen Deathless Kediri sebanyak 130 konsumen. Teknik pemgambilan sampel menggunakan simple random sampling, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reliablitas nya. Teknik analisis data di gunakan adalah regresi linier berganda dan uji ansumsi klasik.

# Hasil penelitian pada taraf signifikan 5% menujukan bahwa : ( 1 ) terdapat pengaruh positif dan siginifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai T hitung 3.554. nilai sig 0,001 < 0,005. ( 2 ) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai T hitung 6.453, nilai sig 0,000 < 0,05. ( 3 ) terdapat pemgaruh positif dan signifikan lingkungan fisik terhadap pembelian nilai T hitung 1.241. Nilai 0.000 < 0.005. Perhitungan Analisis regresi linier berganda Y = 4.356 + 0.324 + 0.462X 2

# Kata Kunci : Konten Markting dan Lingkungan Fisik terhadap keputusan pembelian