

Judul Penelitian : Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Yho Ikhi Es Kopi Kras Kediri

Dosen Pembimbing : Beny Mahyudi Saputra, SE.,MM

Erwin Syahputra, SE.,MM

Nama Mahasiswa : Titis Mega Rahayu

NPM : 17130210324

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi (X1), Lokasi (X2), dan Variasi Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Yho Ikhi Es Kopi Kras Kediri dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Accidental sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Sampel pada penelitian ini sebanyak 83 konsumen. Data diperoleh melalui kuesioner, observasi dan wawancara. Alat pengukur data yang digunakan adalah skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Yho Ikhi Es Kopi secara parsial dengan nilai t_{hitung} sebesar $-1,637 < t_{tabel} 1,663$ dan dengan $Sig-t 0,106 > 0,05$. (2) Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Yho Ikhi Es Kopi secara parsial dengan nilai $t_{hitung} 0,635 < t_{tabel} 1,663$ dan dengan $Sig-t 0,527 > 0,05$. (3) Variasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Yho Ikhi Es Kopi secara parsial dengan nilai $t_{hitung} 11,182 > t_{tabel} 1,663$ dan dengan $Sig-t 0,000 < 0,05$. (4) Promosi, Lokasi dan Variasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Yho Ikhi Es Kopi dengan uji F diperoleh $F_{hitung} 43,748 > F_{tabel} 2,72$ dengan $Sig. 0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Promosi, Lokasi, Variasi Produk dan Keputusan Pembelian