

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguraikan dan menggambarkan pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian di SODUS kedai taman kota surabaya, dengan menggunakan metode kuantitatif, dalam pengkajian ini populasi dan sampel yang digunakan berjumlah 104 responden pelanggan SODUS. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan pengambilan sampel *non probabiliti sampling* dengan teknik *Accidental sampling* yang kemudian data diperoleh dengan penyebaran kuesioner dan selanjutnya dilakukan pengujian instrumen, asumsi klasik, pengujian t dan pengujian F lalu data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan Program SPSS *version* 24. Berdasarkan hasil analisis uji t disimpulkan harga thitung sebesar 2,960 dengan nilai sig 0.010, lokasi thitung sebesar 23,906 dengan nilai sig 0.000, dan promosi thitung sebesar 2,703 dengan nilai sig 0.008, sedangkan uji F simultan diperoleh hasil 19,125 dengan nilai sig 0,000

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study plans endlessly portray the impact of value, area and advancement on buying choices at SODUS bar taman kota surabaya, utilizing quantitative techniques, in this study the populace and test utilized were 104 SODUS client respondents. In gathering information, the analyst utilized non-likelihood examining with coincidental testing strategy. After that, questionnaires were distributed, and instrument testing, t-testing, F-testing, classical assumptions, and multiple linear regression were used with SPSS version 24 to analyze the data. The results of the t-test analysis showed that the price of tcount was 2.960, with a sig value of 0.010, that the location of tcount was 23.906, with a sig value of 0.000, and that a promotion of tcount was 2.703, with a sig value of 0.008, while the results of the simultaneous F test showed that tcount had a sig value of 0.000, with a value of 19.125.

Keywords: Price, Location, Promotion and Purchase Decision