

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MESIN CUCI LG DI
GANDARIA JAKARTA SELATAN**

Program Studi: Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MESIN CUCI LG DI
GANDARIA JAKARTA SELATAN**

Program Studi: Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2021**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di LG Gandaria Jakarta Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Jenis penelitian ini adalah uji kausal dimana untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar satu atau bahkan lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan software SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mesin cuci di LG Gandaria Jakarta Selatan.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research was conducted at LG Gandaria, South Jakarta. The purpose of this study was to determine the effect of location, price, and promotion on purchasing decisions. The sample used in this study amounted to 100 respondents. This type of research is a causal test in which to determine the relationship or influence between one or more independent variables on the dependent variable. The research method uses multiple linear regression analysis with the help of data processing using SPSS version 22 software. The results of this study indicate that location, price, and promotion simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. Whereas partially location has a significant effect on purchasing decisions, price partially affects purchasing decisions and promotion partially has a significant effect on purchasing decisions for washing machines at LG Gandaria, South Jakarta.

Keywords: Location, Price, Promotion and Purchase Decision

