

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FOURAM COFFEE  
DI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Program Studi: Manajemen Strata-1**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**2022**

**THE EFFECT OF PRICE, LOCATION, AND PROMOTION ON  
CONSUMERS' PURCHASING DECISIONS  
AT FOURAM COFFEE IN SOUTH JAKARTA**

**THESIS**

**Study Program: Management Strata-1**



**Arranged By:**

**Name : Bagas Annasyah**

**NIM : 180400021**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**2022**

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FOURAM COFFEE  
DI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar**

**SARJANA MANAJEMEN**

**Program Studi: Manajemen Strata-1**



**Oleh:**

**Nama : Bagas Annasyah**

**NIM : 180400021**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

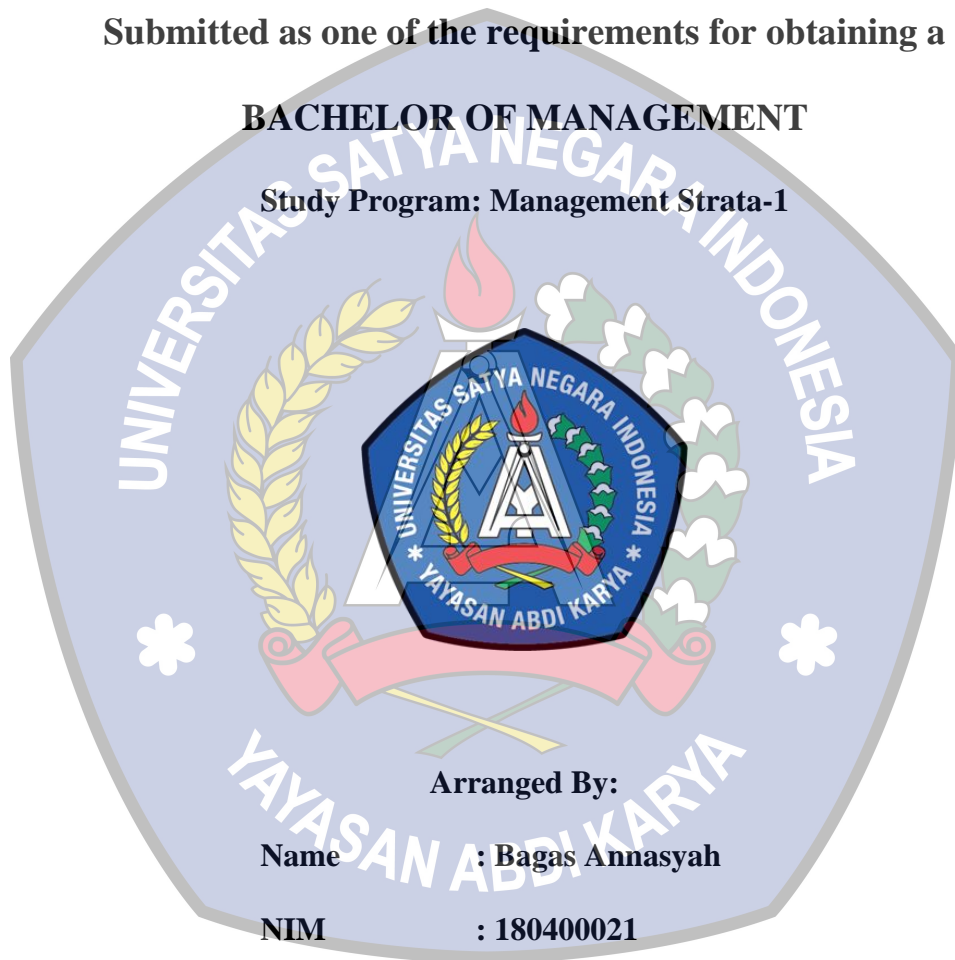
**2022**

**THE EFFECT OF PRICE, LOCATION, AND PROMOTION ON  
CONSUMERS' PURCHASING DECISIONS  
AT FOURAM COFFEE IN SOUTH JAKARTA  
THESIS**

**Submitted as one of the requirements for obtaining a**

**BACHELOR OF MANAGEMENT**

**Study Program: Management Strata-1**



**Arranged By:**

**Name : Bagas Annasyah**

**NIM : 180400021**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

**2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada FourAm Coffee di Jakarta Selatan secara simultan maupun parsial. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner 100 responden yang pernah berkunjung ke FourAm Coffee. Metode kuantitatif dan hasil penelitian ini berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji F (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian secara uji t (parsial) menunjukkan Harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Lokasi terdapat ketidapengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan Promosi terdapat pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Harga, Lokasi, Promosi, dan Keputusan Pembelian.**



## **ABSTRAK**

*This study aims to determine the influence of Price, Location and Promotion on Purchasing Decisions at FourAm Coffee in South Jakarta simultaneously or partially. The data used is primary data collected through the distribution of a questionnaire of 100 respondents who have visited FourAm Coffee. Quantitative methods and the results of this study are based on respondents' answers by using a likert scale. The analyst methods used in this study are multiple linear regression tests, F tests, t tests and coefficients of determination. The results of this study show that in the F test (simultaneously) there is a significant influence between Price, Location and Promotion on Purchasing Decisions on a t (partial) test shows that Price has a significant influence on Purchasing Decisions, Location there is no influence on Purchasing Decisions, and the Promotion has a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords: Price, Location, Promotion, and Purchase Decision.**

