

ABSTRAKSI

Adnan Al Bakri , Nomor Mahasiswa 152110052, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Toko Buku Togamas Jalan Suroto Yogyakarta), 2018. Dosen Pembimbing I Dr Sigit Haryono, S.Sos, M.Si dan Dosen Pembimbing II Dr. Sadeli. S.Sos, M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian secara simultan dan parsial.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Buku Togamas Jalan Suroto Yogyakarta. Ukuran sampel sebanyak 96 responden, yang ditentukan dengan menggunakan rumus *leedy*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Systematic Random Sampling* untuk populasi tidak terbatas. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial yang meliputi analisis regresi berganda, untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan uji F dan uji t dengan taraf signifikansi 10%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, Lokasi dan Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian dengan F_{hitung} sebesar 28,852 dan p value sebesar 0,000. Variabel Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar 7.813 dan p value sebesar 0,000, variabel Lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar 6,803 dan p value sebesar 0,000, serta Variabel Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar 1,908 dan p value sebesar 0,064. Saran yang dapat diusulkan sebagai bahan pertimbangan bagi Toko Buku Togamas Jalan Suroto Yogyakarta harus mempertahankan dan meningkatkan Harga, Lokasi dan Promosi dengan cara memperhatikan tiap-tiap indikator penelitian karena menurut penelitian variabel Harga, Lokasi dan Promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Promosi dan Keputusan Pembelian