

ABSTRAK

Nadyia Maya Ariska (2020), NPM : 16418835, Judul Penelitian ini adalah “**Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Hijab Fitri Kediri**”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Hijab Fitri Kediri dan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan. Metode pengambilan sample menggunakan metode *accidental sampling dan purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen toko Hijab Fitri Kediri. Jumlah sampel sebanyak 96 responden. Hasil penelitian diperoleh variabel promosi dan variabel lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Hijab Fitri Kediri, dengan nilai hitung $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,231 > 2,47$). Secara parsial promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Hijab Fitri Kediri, dengan nilai hitung $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,392 > 1,98$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,719 > 1,98$). Berdasarkan uji t bahwa lokasi memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen karena memiliki nilai yang paling besar dengan nilai hitung nilai promosi $<$ lokasi ($2,392 < 4,719$).

Kata Kunci : *Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian*