

ABSTRAK

Dhito Alfeisha, NIM.7203510028. Pengaruh Variasi Produk Dan Lokasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan *Coffeeshop* 90° Medan. Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Tahun 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, dan lokasi pemasaran terhadap keputusan pembelian pada 90° *coffeeshop* Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan jenis purposive sampling, sehingga jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah model regresi linear berganda dan pengujian hipotesis uji t, uji f dan koefisien determinasi yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan asumsi klasik, pengolahan data menggunakan SPSS v20 for windows. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variasi produk dan lokasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian statistik *R Square* pada penelitian ini sebesar 0,645 atau 64,5% hal tersebut menunjukkan variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel variasi produk dan lokasi pemasaran.

Kata Kunci : Variasi Produk, Lokasi Pemasaran, Keputusan Pembelian.

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRACT

Dhito Alfeisha, NIM. 7203510028. The Influence of Product Variations and Marketing Locations on Coffeeshop 90°

Medan Customers' Purchasing Decisions. Thesis, Department of Management, Faculty of Economics, Medan State University, 2023.

This research aims to determine the influence of product variations and marketing location on purchasing decisions at 90° Medan coffeeshops. The sampling technique used in this research used nonprobability sampling with purposive sampling, so that the total sample obtained was 100 respondents. The data collection techniques used were literature study, interviews and questionnaires. The data analysis technique used is a multiple linear regression model and hypothesis testing, t test, f test and coefficient of determination. The data has previously been tested using validity tests, reliability tests and classical assumptions, data processing using SPSS 20for windows. Based on the test results, it shows that product variations and marketing locations have a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the R Square statistical test in this research, it was 0.645 or 64.5%, this shows that purchasing decision variables can be influenced by product variation variables and marketing location.

Keywords: Product Variations, Marketing Locations, Purchasing Decisions.

THE
Character Building
UNIVERSITY