

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF LOCATION, PROMOTION AND BRAND IMAGE ON CONSUMERS' BUYING INTERESTS AND ITS IMPACT ON PURCHASING DECISIONS

(Case on Consumer CV Subur Jaya Motor Tasikmalaya)

By

BAYU INDRIA PRASETYO

NIM: 198334029

Guide I: H.Kartawan

Guide II: Yusuf Abdullah

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of location, promotion and brand image on buying interest and their impact on purchasing decisions on CV consumers. Subur Jaya Motor Tasikmalaya. The research method used is survey and quantitative methods. This study used a sample of 100 consumers of CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya. The sampling technique used is purposive sampling. Meanwhile, the data analysis technique used the Successive Interval (MSI) and Path Analyze method. The results showed that location, promotion and brand image on buying interest and their impact on purchasing decisions on CV consumers. Subur Jaya Motor Tasikmalaya has a significant effect partially or simultaneously.

Keywords: Location, promotion and brand image, buying interests and purchasing decisions

ABSTRAK

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Kasus Pada Konsumen CV Subur Jaya Motor Tasikmalaya)

Oleh

BAYU INDRIA PRASETYO

NIM : 198334029

Pembimbing I : H. Kartawan

Pembimbing II : Yusuf Abdullah

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, promosi dan *brand image* terhadap minat beli dan dampaknya terhadap keputusan pembelian pada konsumen CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebesar 100 orang konsusmen CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling purposive. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis Metode *Succesive Interval (MSI)* dan *Path Analyze*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, promosi dan *brand image* terhadap minat beli dan dampaknya terhadap keputusan pembelian pada konsumen CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : Lokasi, promosi dan *brand image*, minat beli dan keputusan pembelian