

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN RENDANG DI PAYAKUMBUH
(STUDI KASUS PADA KAMPUNG RENDANG PAYAKUMBUH)**

Rahima Pertiwi, di bawah bimbingan

Fitriani, SP, M.Econs dan **Dr. Ir. Arfai'i, MS**

Jurusan Ilmu Peternakan Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan

Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2016

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada tujuh usaha pembuat rendang di Kampung Rendang Payakumbuh, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian rendang di Payakumbuh khususnya di Kampung Rendang Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode survei dan observasi menggunakan kuisioner. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi, dimana variabel Y adalah keputusan pembelian, variabel X_1 adalah lokasi, dan variabel X_2 adalah promosi. Banyak responden pada penelitian ini adalah sebanyak 70 responden yang ditentukan secara *accidental sampling*. Hasil korelasi menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel lokasi (X_1) dan variabel promosi (X_2) memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Dengan memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan antara variabel X (X_1 dan X_2) dengan variabel Y dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian yang dilakukan.

Kata Kunci : Usaha pembuat rendang, Kampung Rendang Payakumbuh, Lokasi, Promosi, Keputusan pembelian,

