

## **ABSTRACT**

**ANDRE STESEN**

**1501020659**

### **THE IMPACT OF LOCATION STRATEGY TOWARDS THE CUSTOMER PURCHASE DECISION AT PT BRENGGA ROA INDONESIA IN MEDAN**

(xv + 60 pages; 7 figures; 40 tables; 8 appendices)

The purpose of this research is to explain the effect of Location Strategy towards Customer Purchase Decision at PT Brengga Rowa Indonesia in Medan which according to Mr. Maulaia, the company operational manager that there has been a change in sales since they moved their location. This research is done to prove whether there is an effect and becoming future references.

Location Strategy is a strategy to obtain ideal place by defining the requirements and goals significantly and positively influence the customer purchase decision to take an important role in doing business. Strategic location near the crowded place, easy to access, safety and large parking make the customer ease accessibility and safety convenience create connection between the strategic location with the customer intention in making decision to purchase.

The research design is quantitative using IBM SPSS Statistics 25 application. Data analysis methods used in this research include descriptive statistics, validity test, reliability test, normality test, coefficient of correlation, coefficient of determination, linear regression analysis and Z Test.

The result of the research based on Z test, it can be known that Z Count (4) > Z Table (1.96) which prove there is an influence between variables. The result of the research based on coefficient of correlation test shows that there is a moderately and positively correlation between Location Strategy and Customer Purchase Decision at PT Brengga Rowa Indonesia in Medan, North Sumatra.

Location strategy plays an important role in determining the company profit sustainability by having a proper location strategy and proper advertisement. The research has proven that customer purchase decision impacted by location strategy chosen by company PT Brengga Rowa Indonesia in Medan.

**Keywords: Location Strategy, Customer Purchase Decision, Location Strategy towards Customer Purchase Decision, PT Brengga Rowa Indonesia.**

References: 32

## **ABSTRAK**

**ANDRE STESEN**

**1501020659**

### **PENGARUH ATAS DAMPAK STRATEGI LOKASI TERHADAP PERENCANAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT BRENGGA ROWA INDOENSIA DI MEDAN**

(xv + 60 halaman; 7 figur; 40 tabel; 8 lampiran)

*Tujuan penelitian ini menjelaskan antara Strategi Lokasi dan Keputusan Pembelian Pelanggan di PT Brengga Rowa Indonesia di Medan membuktikan apakah ada pengaruh dan berbagi pengetahuan untuk dijadikan referensi.*

*Strategi Lokasi adalah strategi untuk mendapatkan tempat yang ideal dengan mendefinisikan persyaratan dan tujuan secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan untuk mengambil peran penting dalam melakukan bisnis. Lokasi yang strategis di dekat tempat yang ramai, akses mudah, keamanan dan parkir yang luas membuat pelanggan memudahkan aksesibilitas dan kenyamanan keselamatan menciptakan hubungan antara lokasi strategis dengan niat pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli.*

*Desain penelitian adalah kuantitatif dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier dan Uji Z.*

*Hasil penelitian berdasarkan uji Z, dapat diketahui bahwa Z Hitung (4) > Z Tabel (1,96) yang membuktikan ada pengaruh antara Strategi Lokasi dan Keputusan Pembelian Pelanggan. Hasil penelitian berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat korelasi sedang dan positif antara Strategi Lokasi dan Keputusan Pembelian Pelanggan di perusahaan.*

*Strategi lokasi memainkan peran penting dalam menentukan keberlanjutan laba perusahaan dengan memiliki strategi lokasi yang tepat dan iklan yang tepat. Akhirnya, dapat disimpulkan telah terbukti bahwa keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh strategi lokasi yang dipilih oleh perusahaan PT Brengga Rowa Indonesia di Medan.*

**Kata kunci:** *Strategi Lokasi, Keputusan Pembelian Pelanggan, Strategi Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan, PT Brengga Rowa Indonesia.*

*Referensi:* 32