

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah lokasi, promosi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan membeli Warnet XYZ dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan membeli Warnet XYZ di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu para pengguna Warnet XYZ. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel lokasi dengan koefisien regresi sebesar 0,294, lalu promosi dengan koefisien regresi sebesar 0,318, kemudian diikuti dengan kualitas layanan dengan koefisien regresi sebesar 0,299. Warnet XYZ perlu mempertahankan elemen- elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

**Kata-kata kunci:** lokasi, promosi, kualitas layanan, keputusan membeli.