

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Memilih program kesetaraan pada PKBM CKB Lembang dimana variabel independen yaitu lokasi dan promosi dan kemudian keputusan memilih sebagai variabel dependennya. Penelitian dilakukan di sekolah PKBM Cahaya Kahuripan Bangsa (CKB) Jl. Maribaya No.1 Desa Jayagiri Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner/angket yang di isi oleh responden yaitu siswa siswi program kesetaraan PKBM CKB Lembang. Pengambilan sampel sebanyak 80 responden, metode dalam penelitian skripsi ini, adalah metode kuantitatif, analisis yang digunakan diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien korelasi dan determinasi, dan kemudian pengujian hipotesis meliputi uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$  maka ada pengaruh signifikan antara lokasi dan promosi terhadap keputusan memilih.

Kata kunci : Lokasi, Promosi, Keputusan Memilih

## **ABSTRACT**

This study aims to explain the effect of location and promotion on the decision to choose an equality program at PKBM CKB Lembang where the independent variables are location and promotion and then decision to choose as the dependent variable. The research was conducted at the PKBM Cahaya Kahuripan Bangsa (CKB) school, Jl. Maribaya No.1 Jayagiri village, Lembang district, West Bandung Regency. The data collection method used was a questionnaire/questionnaire which was filled out by respondents, namely students of PKBM CKB Lembang equivalence program. Sampling of 80 respondents, the method in this thesis research, is a quantitative method, the analysis used includes validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, correlation coefficient test and determination, and then hypothesis testing includes T test and F. The results showed that with a significance of  $0.000 < 0.05$ , there was a significant influence between location and promotion on the decision to choose.

**Keywords : Location, Promotion, Choice Decision**