

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap *Impulse Buying* dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Bana Central Park Ujung Gading. Metode pengumpulan data melalui survey dan mengedarkan kuesioner, dengan besar populasi tidak diketahui dan menetapkan sampel 97 responden yang didapatkan dari rumus Cochran Sugiyono. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian yang didapatkan dimana terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif yang signifikan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas produk terhadap *Impulse Buying*. Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan Lokasi terhadap *Impulse Buying*. Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas Produk terhadap *Impulse Buying* melalui Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif yang signifikan Lokasi terhadap *Impulse Buying* melalui Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian, *Impulse Buying*