

ABSTRAK

Hapad Nizala (1188020075): Pengaruh Lokasi Usaha Dan Desain Interior Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Colada Café Kota Bandung)

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Lokasi usaha dan desain interior dapat mempengaruhi pada keputusan pembelian. Ketika semakin baik lokasi usaha dan desain interior yang diberikan maka keputusan pembelian konsumen akan lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh secara parsial dan secara simultan pada kualitas produk, suasana toko, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Colada Café Kota Bandung

Penelitian ini bertitik tolak dari kerangka pemikiran, bahwa kesuksesan suatu usaha tidak hanya tergantung pada produk yang unggul saja, akan tetapi banyak dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, faktor paling dominan adalah aspek marketing menyangkut unsur tempat maupun penyajian.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Colada Café Kota Bandung, dan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh sebanyak 100 sampel untuk responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Parsial (Uji-T), Uji Simultan (Uji-F) dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial lokasi usaha terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, berdasarkan uji statistika $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $7,306 > 1,985$ juga berdasarkan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai koefisien beta sebesar 0,396. Secara parsial desain interior terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, berdasarkan uji statistika $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $11,689 > 1,985$ juga berdasarkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien beta sebesar 0,654. Secara parsial desain interior terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Lalu, secara simultan lokasi usaha dan desain interior terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini berdasarkan uji statistika $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $(354,338 > 2,70)$ dan nilai signifikannya yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi sebesar 87,9% artinya keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh **lokasi usaha** dan **desain interior** sebesar 87,9%, sedangkan sebesar 12,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.