

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di *Cafe Kopi Keun* yang berlokasi di Jalan Pahlawan Bandung, penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu Lokasi  $X_1$ , Bukti Fisik  $X_2$  dan Promosi Melalui Media Sosial  $X_3$  sebagai variabel independen dan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, bukti fisik dan promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian, selain itu penelitian ini digunakan untuk mengetahui fenomena-fenomena apa saja yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian konsumen. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah populasi yaitu 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, koefisien korelasi berganda, uji hipotesis secara simultan (F), uji hipotesis secara parsial (T) dan koefisien determinasi.

Hasil perhitungan statistik dengan analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan persamaan regresi  $Y = 7,985 + 0,327 X_1 + 0,532 X_2 + 0,382 X_3$  dari persamaan regresi diketahui bahwa lokasi, bukti fisik, dan promosi melalui media sosial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi memiliki besar pengaruh yang positif sebesar 0,751 atau 71,5%. Sedangkan sisanya sebesar 28,5% yang merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Pengaruh lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 25,5%, bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 25,3% sedangkan promosi melalui media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 20,7%. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi, bukti fisik dan promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian baik secara simultan dan parsial.

Kata Kunci : Lokasi, Bukti Fisik, Promosi Melalui Media Sosial, Keputusan Pembelian