ABSTRAK

Lingga *Coffee* adalah kedai kopi yang tengah berkembang di Karawang. Lingga *Coffee* ini terletak di Jalan Bendungan Walahar No, 208 Karawang. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saat ini terdapat permasalahan yang dihadapi oleh Lingga *Coffee* yaitu menegenai keputusan pembelian konsumen. Permasalahan tersebut disebabkan karena lokasi usaha yang tidak stategis.

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lingga *Coffee* Karawang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian keputusan dan penelitian lapangan berupa wawancara, observasi, non partisipan dan penyebaran angket sampel di ambil dari 30 responden yang merupakan konsumen Lingga *Coffee* Karawang. Pada tahapan analisis data digunakan uji validitas, realibilitas, regresi linier sederhana, koefisien korelasi rank spearman, uji hipotesis dan koefisien.

Berdasarkan data diperoleh dari hasil penelitian, bahwa regresi linier sederhana terdapat pengaruh positif lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,863dan koefisien determinasi sebesar 74,48 %. Dengan demikian Lokasi Usaha (X) mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen (Y) sebesar 74,48 % dan sisanya sebesar 25,16% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian yang tidak teridentifikasi.

Lingga *Coffee* Karawang dalam pelaksanaan pemilihan lokasi usaha mengalami beberapa hambatan ,yaitu akses atau jangkauan menuju Lingga *Coffee* sangat juah dari pusat kota, ekspansi atau tempat yang tidak cukup luas apabila ada perluasan usaha dikemudian hari dan banyaknya pesaing.

Saran – saran yang dapat peneliti kemukakan antara lain pengusaha sebaiknya berperan penting untuk memilih tempat atau lokasi untuk dijadikan usaha, karena pemilihan tempat atau lokasi sangat berperan penting terhadap keputusn pembelian konsumen. Lingga *Coffee* sebaiknya memperhatikan hal-hal tentang keputusan pembelian konsumen yang belum sepenuhnya dilakukan.

**Kata kunci : Lokasi Usaha , Keputusan Pembelin Konsumen**

*ABSTRACT*

*Lingga Coffee is a coffee shop that is developing in Karawang. Lingga Coffee is located at Jalan Bendungan Walahar No, 208 Karawang. Based on the results of the study, it is known that there are problems faced by Lingga Coffee now, namely regarding consumer purchasing decisions. The problem is caused by the non-strategic business location.*

*The purpose of the study was to know the effect of business locations on consumer purchasing decisions at Lingga Coffee Karawang. The research method used is descriptive research method. Data collection techniques were carried out by decision research and field research in the form of interviews, observation, non-participants and sample questionnaires taken from 30 respondents who were consumers of Lingga Coffee Karawang. At the stage of data analysis used the test of validity, reliability, simple linear regression, spearman rank correlation coefficient, hypothesis testing and coefficient.*

*Based on the data obtained from the results of the study, that simple linear regression there is a positive influence of business location on consumer purchasing decisions, the conversion coefficient value is 0.863 and the determination coefficient is 74.48%. Thus Business Location (X) affects Consumer Purchasing Decisions (Y) is 74.48% and the remaining is 25.16% were influenced by other factors outside of unidentified research.*

*Lingga Coffee Karawang in the implementation of the selection of business locations experienced several obstacles. First, access or reach to Lingga Coffee is far from the city center, expansion or a place that is not wide enough if there is business expansion in the future and aa lot of competitors.*

*Suggestions that researchers can put forward include employers should play an important role in choosing a place or location to be a business place, because the choice of place or location plays an important role in the decision of consumer purchases. Lingga Coffee should pay attention to things about consumer purchasing decisions that have not been fully carried out.*

**Keywords: Business Location, Consumer Purchase Decision**

ABSTRAK

Lingga *Coffee* nyaeta kedai kopi anu keur ngembang di Karawang. Lingga *Coffee* ieu tempatna di Jalan Bendungan Walahar No,208 Karawang. Dumasar kenging panalungtikan dipikanyaho yen ayeuna aya masalah anu disanghareupan ku Lingga *Coffee* yaktos menegenai kaputusan pameli konsumen. Masalah kasebat jalaran margi lokasi usaha anu hnteu strategis.

Tujuan panalungtikan anu dipigawe nyaeta kanggo terang pangaruh lokasi usaha ka kaputusan pembelian konsumen dina Lingga *Coffee* Karawang. Padika panalungtikan anu dipake nyaeta padika panalungtikan deskriptif. Teknik pengumpulan data dipigawe kalawan panalungtikan kaputusan sarta panalungtikan lapang mangrupi wawancara,observasi,non partisipan sarta sumebarna angket sampel di bantun ti 30 responden anu mangrupa konsumen Lingga *Coffee* Karawang. Dina tahapan analisis data dipake uji validitas,realibilitas,regresi linier basajan,koefisien korelasi rank spearman,uji, hipotesis serta koefisien.

Dumasar data ditampa ti kenging panalungtikan,yen regresi linier basajan aya pangaruh positip lokasi usaha ka kaputusan pembelian konsumen,kalawan peunteun koefisien korelasi sagede 0 , 863 sarta koefisien determinasi sagede 74 , 48 %. ku kituna Lokasi Usaha (X) mangaruhan Kaputusan Pembelian Konsumen (Y) sagede 74 , 48 % sarta sesana sagede 25 , 16% dipangaruhan ku faktor-faktor sanes diluar panalungtikan anu henteu teridentifikasi.

Lingga *Coffee* Karawang dina palaksanaan pemilihan lokasi usaha ngalaman sababaraha tahanan , yaktos akses atawa hontalan nuju Lingga *Coffee* juah pisan ti pusat dayeuh,ekspansi atawa tempat anu teu mahi lega lamun aya perluasan usaha saterusna dinten serta lobana pesaing.

Bongbolongan anu tiasa peneliti kemukakan antawis sanes pangusaha sasaena berperan peryogi kanggo milih tempat atawa lokasi kanggo dijadikeun usaha,margi pemilihan tempat atawa lokasi berperan pisan peryogi ka keputusn pembelian konsumen. Lingga *Coffee* sasaena nengetan perkawis-perkawis ngeunaan kaputusan pembelian konsumen anu teacan sapinuhna dipigawe.

**Sanggem konci : Lokasi Usaha , Kaputusan Pameuli Konsumen**