

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya data pertumbuhan kontribusi subsektor industri kreatif di Kota Bandung namun terdapat jumlah konsumen yang sangat fluktuatif menyebabkan pendapatan Cafe Urban Story menurun. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial. Besarnya pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 78% dan sisanya 22% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 25,9% dan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 52,1% sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Lokasi, Promosi Penjualan, dan Keputusan Pembelian