

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen *Tea House* Teabumi Bandung secara simultan dan parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 89 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis korelasi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi dan media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh lokasi dan media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian secara simultan 28,3% dan sisanya 71,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sejumlah 11,13% dan pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian sejumlah 17,17%, sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Lokasi, Media Sosial Instagram dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of location and Instagram social media on consumer purchasing decisions of Tea House Teabumi Bandung simultaneously and partially. The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 89 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis and multiple correlation analysis.*

*The results showed that there was a positive and significant influence between location and Instagram social media on purchasing decisions. The magnitude of the influence of location and Instagram social media on purchasing decisions simultaneously is 28.3% and the remaining 71.7% is influenced by other variables not examined. Partially the influence of location on purchasing decisions is 11.13% and the influence of Instagram social media on purchasing decisions is 17.17%, so it can be concluded that Instagram social media has a greater influence on purchasing decisions.*

***Keywords : Location, Social Media Instagram and Purchasing Decision***