

ABSTRAK

Halodo The Slowbar merupakan salah satu UKM yang bergerak di bidang minuman. Halodo The Slowbar berada di The Hallway Space yang terletak di pasar Kosambi, Halodo The Slowbar berdiri pada tahun 2020, tepatnya pada tanggal 30 September oleh dua pemuda yg bernama Adezha Ridho dan Zein Wira, dan ciri khas produk mereka yaitu mocktail. Tetapi peneliti menemukan masalah dalam Halodo The Slowbar yaitu masih rendahnya keputusan pembelian konsumen yang salah satunya disebabkan oleh lokasi yang dipilih oleh Halodo The Slowbar yang kurang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen pada Halodo The Slowbar di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dengan observasi, wawancara dan kuisisioner (angket). Data sekunder yaitu melalui literatur-literatur yang digunakan sebagai bahan referensi untuk menyusun kajian pustaka atau teori-teori penelitian. Sampel yang diambil sejumlah 30 jumlah responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis, koefisien korelasi rank spearman dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Halodo The Slowbar Bandung dengan pengaruh sebesar 64,3%, dan sisanya 35,7% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa dan penelitian ini seperti harga, diskon, perilaku konsumen dan lain-lain.

Peneliti dapat mengemukakan saran yang diberikan untuk Halodo The Slowbar Bandung, Halodo The Slowbar dapat mempertimbangkan suatu visibilitas atau penetapan lokasi yang dapat dilihat secara mudah oleh masyarakat luas, dan juga melakukan promosi secara konsisten agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Lokasi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Halodo The Slowbar is one of the UMKM engaged in the beverage sector. Halodo The Slowbar is located at The Hallway Space which is located in the Kosambi market, Halodo The Slowbar was established in 2020, to be precise on September 30 by two young men named Adezha Ridho and Zein Wira, and the hallmark of their product is mocktails. But the researchers found a problem in Halodo The Slowbar, namely the low customer purchasing decisions, one of which was caused by the lack of locations chosen by Halodo The Slowbar.

This study aims to determine how much influence the business location has on customer purchasing decisions at Halodo The Slowbar in Bandung City. The research method used in this research is descriptive method with a quantitative approach, the data collection technique used is primary data by observation, interviews and questionnaires (questionnaire). Secondary data is through the literature that is used as reference material for compiling a literature review or research theories. The sample taken is 30 respondents. The data analysis technique used is the validity test, reliability test, simple linear regression analysis, hypothesis testing, Spearman rank correlation coefficient and coefficient of determination analysis.

The results of the study prove that there is a significant influence of location on Consumer Purchase Decisions for Halodo The Slowbar Bandung with an influence of 64.3%, and the remaining 35.7% is determined or explained by other variables not included in this analysis and research such as price, discount, behavior. consumers and others.

Researchers can put forward suggestions given to Halodo The Slowbar Bandung, Halodo The Slowbar can consider a visibility or location determination that can be seen easily by the wider community, and also carry out promotions consistently in order to improve consumer purchasing decisions.

Keywords: Location and Purchase Decision

ABSTRAK

Halodo The Slowbar mangrupikeun salah sahiji UKM anu aya dina sektor inuman. Halodo The Slowbar perenahna di The Hallway Space anu aya di pasar Kosambi, Halodo The Slowbar didirikan taun 2020, tepatna tanggal 30 Séptémber ku dua pamuda anu ngaranna Adezha Ridho jeung Zein Wira, sarta ciri khas produk maranéhanana nyaéta mocktails. . Tapi panalungtik manggihan masalah dina Halodo The Slowbar, nya éta rendahna kaputusan meuli, salah sahiji anu disababkeun ku kurangna lokasi dipilih Halodo The Slowbar.

Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nangtukeun sabaraha pangaruh lokasi usaha dina kaputusan purchasing di Halodo The Slowbar Kota Bandung. Méthode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta métode déskriptif kalawan pendekatan kuantitatif, téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta data primer ku cara observasi, wawancara jeung angket (angket). Data sékundér nya éta ngaliwatan pustaka anu dijadikeun bahan rujukan pikeun nyusun pustaka atawa tiori panalungtikan. Sampel anu dicandak aya 30 réspondén. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta uji validitas, uji réliabilitas, analisis régrési liniér basajan, uji hipotésis, koefisien korelasi rank Spearman jeung analisis koefisien determinasi.

Hasil panalungtikan ngabuktikeun aya pangaruh lokasi anu signifikan kana Kaputusan Meuli Konsumen Halodo The Slowbar Bandung kalayan pangaruh 64,3%, sarta 35,7% sésana ditangtukeun atawa dipedar ku variabel séjén anu teu kaasup kana ieu analisis jeung panalungtikan saperti sakumaha harga, diskon, kabiasaan konsumén jeung sajabana.

Panalungtik bisa nepikeun bongbolongan anu dibikeun ka Halodo The Slowbar Bandung, Halodo The Slowbar bisa nimbang visibilitas atawa penentuan lokasi anu gampang ditingali ku masarakat lega, sarta ogé ngalaksanakeun promosi sacara konsistén dina raraga ngaronjatkeun kaputusan beuli konsumen.

Kecap Konci: Lokasi sareng Kaputusan Meuli