

ABSTRAK

Ruang Sepuluh merupakan sebuah kedai kopi yang mulai berdiri pada tahun 2018. Yang berlokasi di Jl. Warusatangkal No. 46, Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saat ini terdapat permasalahan yang dihadapi oleh Ruang Sepuluh yaitu mengenai keputusan pembelian konsumen. Permasalahan tersebut disebabkan karena lokasi usaha yang tidak strategis.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pada Ruang Sepuluh. Jenis penelitian dilakukan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif yang menggunakan metode penelitian Deskriptif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan angket serta data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan.

Berdasarkan data diperoleh dari hasil penelitian, bahwa regresi linear sederhana terdapat pengaruh positif lokasi usaha terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,459 dan koefisien determinasi sebesar 41,4%. Dengan demikian Lokasi Usaha (X) mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) sebesar 41,4% dan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian yang tidak teridentifikasi seperti Brand image, Store Atmosphere, kualitas produk, harga dan promosi.

Saran saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu perusahaan sebaiknya lebih mengoptimalkan kembali visibilitas dan lahan parkir agar para konsumen yang berkunjung ke Ruang Sepuluh merasa nyaman, selain itu sebaiknya Ruang Sepuluh menggunakan juru parkir agar para konsumen merasa terjamin atas keamanan kendaraannya.

Kata Kunci : Lokasi Usaha , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ruang Sepuluh is a coffee shop that started operating in 2018. It is located on Jl. Warusatangkal No. 46, Majalaya District, Bandung Regency. Based on the research results, it is known that currently there are problems faced by Ruang Sepuluh, namely regarding consumer purchasing decisions. This problem is caused by a business location that is not strategic.

The research objective was to determine the effect of business location on purchasing decisions in Ruang Sepuluh. The type of research carried out in this research is quantitative using descriptive research methods using primary data obtained through interviews, observation and questionnaires as well as secondary data obtained from literature studies.

Based on the data obtained from the research results, that simple linear regression has a positive effect on business location on purchasing decisions with a correlation coefficient of 0.459 and a coefficient of determination of 41.4%. Thus the business location (X) influences the purchase decision (Y) by 41.4% and the remaining 58.6% is influenced by other factors outside the research that are not identified such as Brand image, Store Atmosphere, product quality, price and promotion.

Suggestions that the researcher can put forward are that companies should optimize visibility and parking space more so that consumers who visit Ruang Sepuluh feel comfortable, besides that Room Ten should use a parking attendant so that consumers feel guaranteed the safety of their vehicles.

Keywords: Business Location, Purchasing Decision

ABSTRAK

Ruang Sepuluh mangrupikeun toko kopi anu mimiti nangtung di 2018. Tempatna di Jl. Warusatangkal No. 46, Kacamatan Majalaya Kacamatan Bandung. Dumasar kana hasil pangajaran dipikanyaho yén ayeuna aya masalah anu disanghareupan ku Ruang Sepuluh, nyaéta ngeunaan kaputusan méser. Masalahna disababkeun ku lokasi usaha anu henteu strategis.

Tujuan tina panalungtikan anu dilakukeun pikeun manggihan pangaruh lokasi usaha dina kaputusan pameseran di Ruang Sepuluh. Jinis panalungtikan anu dilakukeun dina ulikan ieu nyaéta kuantitatif anu ngagunakeun metode panalungtikan Descriptif nganggo data primér anu diala ngaliwatan wawancara, pangamatan sareng armature ogé data sekundér anu dicandak tina studi perpustakaan.

Dumasar data ditampa ti kening panalungtikan, yen regresi linier basajan aya pangaruh positip lokasi usaha ka kaputusan pameulian, kalawan peunteun koefisien korelasi sagede 0,459 sarta koefisien determinasi sagede 41,4%. Ku kituna lokasi usaha (X) mangaruhan kaputusan pameulian (Y) sagede 41,4% sarta sesana sagede 58,6% dipangaruhan ku paktor-paktor sanes diluar panalungtikan anu henteu teridentifikasi kayaning Gambar Brand, Suasana Toko, kualitas produk, harga jeung promosi.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaéta pausahaan kedah langkung ngaoptimalkeun visibilitas sareng lahan parkir supados konsumen anu nganjang ka Ruang Sepuluh ngarasa nyaman, salain ti éta Ruang Sepuluh kudu make tukang parkir sangkan konsumen ngarasa terjamin pikeun kasalametan kandaraan.

Kecap Konci : Lokasi Usaha sareng Kaputusan Pameuli