

ABSTRAK

Cengkrama Space merupakan perusahaan yang bergerak di bidang f&b atau *food and beverage* yang menjual berbagai aneka minuman kopi dan tidak kopi. Cengkrama Space ini berdiri pada tahun 2021 yang berlokasi di Jl. Sangkuriang Bawah No.42. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan mengenai keputusan pembelian yang disebabkan karena lokasi usaha yang kurang strategis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengenai seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi Cengkrama Space. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif dengan jenis deskriptif. Jenis data yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah responden sebanyak 100 responden dengan populasi konsumen yang pernah mengunjungi kedai kopi Cengkrama Space. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi rank spearman, koefisien determinasi, uji hipotesis, uji validitas dan uji reliabilitas.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat pengaruh lokasi usaha (X) terhadap keputusan pembelian (Y) dalam kategori sedang. Hambatan yang terjadi pada kedai kopi Cengkrama Space yaitu karena lokasi usaha yang kurang strategis sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, adapun upaya yang harus kedai kopi Cengkrama Space lakukan dengan mengoptimalkan hambatan tersebut.

Saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu perusahaan sebaiknya lebih mengoptimalkan visibilitas untuk jangkauan konsumen dan mulai memikirkan ekspansi untuk perluasan dan pengembangan usaha agar konsumen merasa nyaman saat berkunjung.

Kata Kunci : Lokasi Usaha, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Cengkrama Space is a company operating in the f&b or food and beverage sector which sells various coffee and non-coffee drinks. Cengkrama Space was founded in 2021, located on Jl. Lower Sangkuriang No.42. Based on the research results, it is known that there are problems regarding purchasing decisions due to the less strategic location of the business.

This research aims to determine how much influence business location has on purchasing decisions at the Cengkrama Space coffee shop. The method used in this research is a quantitative method with a descriptive type. The types of data needed in this research are primary data and secondary data. Sampling used the Slovin formula with a total of 100 respondents with a population of consumers who had visited the Cengkrama Space coffee shop. The data analysis technique used in this research uses simple linear regression analysis techniques, Spearman rank correlation coefficient, coefficient of determination, hypothesis testing, validity testing and reliability testing.

Based on the research results, it is known that there is an influence of business location (X) on purchasing decisions (Y) in the medium category. The obstacles that occur at the Cengkrama Space coffee shop are because the business location is less strategic, which influences consumer purchasing decisions. The efforts that the Cengkrama Space coffee shop must make are to optimize these obstacles.

Suggestions that researchers can put forward are that companies should further optimize visibility for consumer reach and start thinking about expansion for business expansion and development so that consumers feel comfortable when visiting.

Keywords: Business Location, Purchasing Decision

ABSTRAK

Cengkrama Space mangrupikeun perusahaan anu beroperasi dina sektor f&b atanapi tuangeun sareng inuman anu ngajual rupa-rupa inuman kopi sareng non-kopi. Cengkrama Space diadegkeun taun 2021, ayana di Jl. Handap Sangkuriang No.42. Dumasar kana hasil panalungtikan, dipikanyaho aya masalah ngeunaan kaputusan beuli alatan lokasi usaha anu kurang strategis.

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun nangtukeun sabaraha pangaruh lokasi usaha kana kaputusan meuli di warung kopi Cengkrama Space. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta méthode kuantitatif jeung tipe déskriptif. Jenis data anu diperlukeun dina ieu panalungtikan nya éta data primer jeung data sekunder. Sampling ngagunakeun rumus Slovin anu jumlahna aya 100 responden kalayan populasi konsumen anu kungsi nganjang ka warung kopi Cengkrama Space. Téhnik analisis data anu digunakeun dina ieu panalungtikan ngagunakeun téhnik analisis régrési liniér basajan, koefisien korelasi rank Spearman, koefisien determinasi, uji hipotésis, uji validitas jeung uji réliabilitas.

Dumasar kana hasil panalungtikan, dipikanyaho aya pangaruh lokasi usaha (X) kana kaputusan meuli (Y) dina kategori sedeng. Halangan anu lumangsung di Warung Kopi Cengkrama Spasi téh lantaran lokasi usaha anu kurang strategis, anu mangaruhan kana kaputusan beuli konsumen. Usaha anu kudu dipigawé Warung Kopi Cengkrama Space nyaéta pikeun ngaoptimalkeun éta halangan.

Saran anu panalungtik tiasa diteruskeun nyaéta yén perusahaan kedah langkung ngaoptimalkeun pisibilitas pikeun jangkauan konsumen sareng mimitian mikir ngeunaan ékspansi pikeun ékspansi bisnis sareng pamekaran supados konsumen betah nalika nganjang.

Konci: Lokasi Usaha, Kaputusan Meuli