

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen Roempi Coffee Cabang Gegerkalong secara simultan dan parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan melibatkan konsumen Roempi Coffee Cabang Gegerkalong sebagai 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 secara simultan. Secara parsial, lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Media sosial Instagram memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan lokasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram merupakan faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen Roempi Coffee Cabang Gegerkalong dibandingkan dengan lokasi.

Kata Kunci: Lokasi, Media Sosial Instagram, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of location and Instagram social media on consumers' purchasing decisions at Roempi Coffee Gegerkalong Branch, both simultaneously and partially. The research method used is descriptive and verificative research, involving consumers of Roempi Coffee Gegerkalong Branch as respondents. The data analysis methods used are multiple linear regression analysis and multiple correlation analysis.

The results show that location and Instagram social media have a positive and significant effect on purchasing decisions simultaneously. Partially, location does not have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, Instagram social media has a positive and significant effect on purchasing decisions. Instagram social media has a greater influence on purchasing decisions compared to location. Therefore, it can be concluded that Instagram social media is a more dominant factor in influencing consumers' purchasing decisions at Roempi Coffee Gegerkalong Branch compared to location.

Keywords: Location, Instagram Social Media, Purchasing Decision.