

ABSTRAK

Pengaruh Lokasi Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Greens Food and View Café Bandung

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Greens food and view cafe Bandung. penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi penelitian ini populasinya adalah konsumen Greens food and view cafe Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampling insidental dengan berdaarkan pada perhitungan sebanyak 100 responden. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan realibitasnya. Teknik analiis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis yaitu uji regresi linear berganda, uji t, uji F, korelasi dan Determunasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkann bahwa secara simultan variabel Lokasi dan Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di green food and view cafe Bandung. Uji parsial variabel lokasi dan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di green food and view cafe Bandung. Untuk tingkat keeratan koefisien determinasi (R^2) sebesar 38,8 % dan sisanya dipengaruhi oleh faktor faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Lokasi, Digital Marketing, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Location and Digital Marketing on Purchasing Decisions at Greens Food and View Café Bandung

This research aims to determine and analyze the factors that influence purchasing decisions at Greens food and view cafe Bandung. This research is quantitative research with descriptive methods. The population of this research is consumers of Greens food and view cafe Bandung. The sampling technique used is incidental sampling based on a calculation of 100 respondents. The types and sources of data used are primary and secondary data. Data collection techniques use questionnaires whose validity and reality have been tested. The data analysis techniques used to answer the hypothesis are multiple linear regression test, t test, F test, correlation and determination (R²). The results of this research show that simultaneously the Location and Digital Marketing variables have a positive and significant effect on purchasing decisions at Green Food and View Cafe Bandung. Partial test of location variables and digital marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions at green food and view cafe Bandung. The level of closeness coefficient of determination (R²) is 38.8% and the remainder is influenced by other factors not discussed in this research.

Keywords: Location, Digital Marketing, Purchase Decision