

ABSTRAK

Muhammad Helmi. 2023. *Pengaruh Lokasi dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Thuis Coffee Barabai*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Hariyanto, S.E., M.M

Kata Kunci: Lokasi, *Digital Marketing*, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Masyarakat perkotaan memiliki kesibukan yang cenderung padat dan mobilitas yang tinggi membuat masyarakat di perkotaan membutuhkan suatu tempat untuk bersantai sekedar melepas lelah itu biasanya dengan bersantai makan, minum, mendengarkan musik ataupun sekedar berkempul bersama dan berbincang dengan kerabat ataupun teman dekat. Melihat peluang dan pergeseran gaya hidup masyarakat di perkotaan menjadikan kegiatan tersebut sebagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis melirik usaha *coffee shop*. Penelitian ini juga dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian di Thuis *Coffee Barabai* secara simultan maupun secara parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) yang disebar melalui *Google Form* dan dokumentasi. Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan peneliti adalah teknik nonprobability sampling dan teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dan pengujian data menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25 For Windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Thuis Coffee Barabai; 2) *Digital Marketing* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Thuis Coffee Barabai; 3) Lokasi dan *Digital Marketing* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Thuis Coffee Barabai.