

ABSTRAK

Nadia Anburika, 1620310099, Pengaruh Lokasi, *Store Atmospher*, dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Brotherhood Coffee & Co.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, *store atmosphere*, dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen Brotherhood Coffee & Co. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan data primer. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu teknik sampel *non probability sampling* dengan cara sampling aksidental dengan menyebarkan kepada 100 responden konsumen Brotherhood Coffee & Co. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Brotherhood Coffee & Co, 2) *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Brotherhood Coffee & Co, 3) *Social Media Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Brotherhood Coffee & Co, 4) Lokasi, *Store Atmosphere*, dan *Social Media Marketing* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Brotherhood Coffee & Co.

Kata Kunci : Lokasi, *Store Atmosphere*, *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian