

ANALISIS PENGARUH LOKASI USAHA DAN *MOBILE ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Warung Makan “Angkringan Bang Toyib” di Jakarta)

Muhammad Afrizal¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh lokasi dan *mobile advertising* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari 150 responden yang berada di Angkringan Bang Toyib. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh positif secara individu (uji t) dan simultan (uji F) terhadap variabel terikat. Uji korelasi antara bukti lokasi usaha dan *mobile advertising* terhadap keputusan pembelian menunjukkan hubungan pada tingkatan rendah dengan nilai koefisien determinasi yang tergolong rendah.

Kata kunci:

Lokasi usaha, *mobile advertising*, keputusan pembelian.

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

EFFECT OF LOCATION AND MOBILE ADVERTISING ON PURCHASE DECISION OF ANGKRINGAN BANG TOYIB

Muhammad Afrizal²

ABSTRACT

This study aims to examine the location and mobile advertising on purchase decision of Angkringan Bang Toyib Jakarta. This study uses primary data from 150 respondents in Angkringan Bang Toyib. Data were collected through questionnaires using convenience sampling techniques. The results showed that independent variables have positive influence to dependent variable either as individual (t test) or simultaneously (f test). Correlations test between location and mobile advertising on purchase decision showed low-level of relation and low value of coefficient of determination.

Keyword:

Location, mobile advertising, purchase decision

² Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie