

## ABSTRAK

### **Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Nako Alam Sutera**

Irvan Septiawan <sup>1)</sup>, Zulkifli, S.E., M.M. <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Pertumbuhan industri kedai kopi di Indonesia menunjukkan tren yang semakin signifikan, seiring dengan perubahan gaya hidup urban dan meningkatnya konsumsi kopi di kalangan masyarakat. Kopi Nako cabang Alam Sutera, sebagai salah satu pelaku dalam industri ini, menghadapi tantangan kompetitif dalam mempertahankan preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris pengaruh harga, fasilitas, dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Nako Alam Sutera. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif, melibatkan 217 responden yang merupakan konsumen aktif dalam satu bulan terakhir. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen harga, fasilitas, dan media sosial berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa strategi harga yang kompetitif, penyediaan fasilitas yang menunjang kenyamanan konsumen, serta optimalisasi konten media sosial yang menarik dan interaktif menjadi faktor krusial dalam mendorong keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pemasaran modern dan menjadi acuan strategis bagi manajemen kedai kopi dalam meningkatkan kinerja pemasaran di tengah persaingan industri yang dinamis.

**Kata Kunci:** Harga, Fasilitas, Media Sosial, Keputusan Pembelian, Kopi Nako, Konsumen, Alam Sutera, Pemasaran Digital.