

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DI BALE KOPI DESA GUCIALIT

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand awareness*, *customer experience*, dan lokasi terhadap keputusan pembelian kopi di Bale Kopi Desa Gucialit. Penelitian ini menggunakan metode Roscoe dengan melibatkan 80 responden yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand awareness* membantu konsumen dalam mengenali dan mempercayai produk yang ditawarkan, *customer experience* yang menyenangkan menciptakan kesan positif dan meningkatkan loyalitas, sedangkan lokasi yang strategis memudahkan konsumen dalam mengakses tempat usaha. Ketiga variabel ini saling mendukung dalam membentuk persepsi positif dan kenyamanan konsumen selama proses pembelian, sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.

Kata Kunci: *brand awareness*, *Customer Experience*, Lokasi, dan Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, CUSTOMER EXPERIENCE
AND LOCATION ON COFFEE PURCHASE DECISIONS AT BALE KOPI,
GUCIALIT VILLAGE**

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how brand awareness, customer experience, and location influence purchasing decisions for coffee at Bale Kopi in Gucialit Village. This research employs the Roscoe method, involving 80 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that all three variables have a significant influence on purchasing decisions. Brand awareness helps consumers recognize and trust the products offered; a pleasant customer experience creates a positive impression and enhances loyalty; and a strategic location makes it easier for consumers to access the business. These three variables work together to shape positive consumer perceptions and comfort during the purchasing process, thereby encouraging purchasing decisions

Keyword: *brand awareness, Customer Experinece, Location and Purchase Decision*

