

ABSTRAK

PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA APLIKASI FORE COFFEE PADA GENERASI ZELENIAL DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

FEBI ANDIFFAH

Dalam era digital saat ini, aplikasi mobile telah menjadi salah satu alat utama dalam melakukan transaksi sehari-hari, termasuk Fore Coffee dalam mendistribusikan minumannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Fore Coffee pada generasi Z. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *explanatory research* melalui program SPSS 27.0 sebagai pengolahan data. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi Fore Coffee di Bandar Lampung (Generasi Z). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa potongan harga dan kemudahan transaksi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian uji R² menunjukkan bahwa sebanyak 56,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh potongan harga dan kemudahan transaksi, sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Kata kunci : Potongan Harga, Kemudahan Transaksi, Keputusan Pembelian, Aplikasi, Fore Coffee

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DISCOUNTED PRICES AND EASE OF TRANSACTIONS ON PURCHASING DECISIONS FOR FORE COFFEE APPLICATION USERS IN THE ZELENNIAL GENERATION IN BANDAR LAMPUNG

By

FEBI ANDIFFAH

In today's digital era, mobile applications have become one of the main tools in carrying out daily transactions, including Fore Coffee in distributing its drinks. This study aims to determine the effect of price discounts and ease of transactions on purchasing decisions for Fore Coffee application users in generation Z. The type of research used is quantitative research using the explanatory research method through the SPSS 27.0 program as data processing. The population in this study were Fore Coffee application users in Bandar Lampung (Generation Z). The sampling technique in this study was purposive sampling sample of 100 respondents. Based on the results of research and data analysis, it shows that price discounts and ease of transactions partially and simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. Then the R² test shows that as much as 56.5% of purchasing decisions are influenced by price discounts and ease of transactions, the rest is influenced by other variables.

Keywords: Price Discount, Ease of Transaction, Purchase Decision, Application, Fore Coffee