

ABSTRAK

Miftahul Ulum, 130211100125. Pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian pada toko Abel Telang Bangkalan. Dibawah bimbingan Bapak Dr. A.Yahya Surya Winata, SE., M. Si. Dan Ibu Purnamawati, S.E., M.Si.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada toko Abel Telang Bangkalan. Sampel penelitian 133 orang, mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang pernah membeli barang di toko Abel Telang Bangkalan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampel secara acak dengan menggunakan rumus slovin. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan menggunakan analisis deskriptif serta menggunakan uji t (parsial) dan uji F (simultan), sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS 21. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, data dalam penelitian ini diperoleh langsung dari kuesioner yang diisi oleh mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang pernah membeli di toko Abel Telang Bangkalan menjadi responden.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan analisis deskriptif adalah variabel keputusan pembelian yang sangat baik menurut persepsi responden. Kemudian berdasarkan hasil uji t variabel store atmosphere terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan uji F store atmosphere, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pengaruh, Store atmosphere, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Miftahul Ulum, 130211100125. Effect of Store Atmosphere on purchasing decisions at Abel Telang Bangkalan stores. Under the guidance of Dr. A. Yahya Surya Winata, SE., M. Si. And Mrs. Purnamawati, S.E., M.Sc.

This research is conducted with the aim to determine the effect of store atmosphere on purchasing decisions at retail stores in the area. The sample of 133 people, Trunojoyo University students in Madura who had bought goods at the shop was abandoned by sampling techniques using random samples using Slovin formula. The analysis used is multiple regression analysis, using descriptive analysis and using the test (partial) and F test (simultaneous), while processing data using SPSS 21. This study uses primary data and secondary data, the data in this study are obtained directly from the questionnaire filled in by the Trunojoyo Madura University students who had bought in the shop after leaving became a respondent.

The results of this study based on descriptive analysis are very good purchasing decision variables according to the perceptions of the respondents. Then based on the results of the t test, the store atmosphere variable on purchasing decisions has a significant effect on purchasing decisions while the product quality variable has no significant effect on purchasing decisions and is based on the F store atmosphere test, having a simultaneous effect on purchasing decisions.

Keywords: Influence, Store Atmosphere, and Purchasing Decisions