

ABSTRACT

Millisani Yusuf, Purchase Decision Affected Store Atmosphere At Mobile And Accessories Center Radja Cellular Bangkalan under the guidance Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si. and Triana Setiyarini, S.E., M.M. Management Studies Program. University of Trunojoyo Madura. July 2018.

The purpose of this study is to determine the effect of Store Atmosphere consist Exterior, General Interior, Store Layout and Interior Display to purchase decision on Radja Cellular Bangkalan. The method of this research is descriptive quantitative. Validation test data analysis, reliability test, normality test, t test and F test use SPSS 21.

The results of this research indicate that partially Exterior, General Interior, Store Layout and Interior Display effect to purchase decision significantly by t test. This simultaneously the Exterior, General Interior, Store Layout and Interior Display effect to purchase decision significantly by F test. The analysis indicate that Exterior variable are dominantly effect to purchase decision.

Keyword : Store Atmosphere, Purchase Decision

ABSTRAK

Millisani Yusuf, Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi *Store Atmosphere* Pada Pusat *Handphone* Dan Aksesoris Radja *Cellular* Bangkalan. Di bawah bimbingan Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si. dan Triana Setiyarini, S.E., M.M. Program Studi Manajemen . Universitas Trunojoyo Madura. Juli 2018.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *Store Atmosphere* yang terdiri dari *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout* dan *Interior Display* terhadap keputusan pembelian pada Radja *Cellular* Bangkalan. Metode Penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Menggunakan analisis data uji validasi, uji reabilitas, uji normalitas, uji t dan uji F dengan bantuan SPSS 21

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout* dan *General Interior* berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara signifikan dengan uji t. Secara simultan *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout* dan *Interior Display* berpengaruh terhadap keputusan Pembelian secara signifikan dengan uji F. Analisis menunjukkan bahwa variabel *Exterior* lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian