

ABSTRACT

Agus Supriadi 090211100107. Influence Store Atmosphere on Consumer Purchase Decision in Bami Gili Restaurant Surabaya. Under the guidance of Drs. Mohamad Tambrin., MM and Suyono, S.E., M.S.M

The purpose of this research is to determine influence Store Atmosphere consisting of General Exterior, Interior General, Store Layout, Interior Display on consumer purchasing decisions in a Bakmi Gili restaurant Surabaya.

This study is a descriptive with quantitative methods. The sampling technique using incidental sampling, and analysis used is multiple regression anaisis.

The hypothesis of this research is the store atmosphere that consists of general exterior, interior general, store layout, and interior displays influential simultaneously and partially on purchasing decisions in Bakmi Gili Restaurant Surabaya.

The conclusion of this study is the Exterior has the most powerful influence on purchasing decisions Bakmi Gili Surabaya with t value 3.253 and significant 0.002. General interior does not have an influence on purchasing decisions Bakmi Gili Surabaya with t value 1.845 and the significant value 0.072. Store layout does not have an influence on purchasing decisions Bakmi Gili Surabaya with t value 1.602 and the significant value 0,116. Interior display does not have an influence on purchasing decisions Bakmi Gili Surabaya with t value 0.279 and significant value 0.781. The influence of the exterior, general interior, store layout, interior display simultaneously affect the results value of the F test 15.796 and significant value 0.000. The results also show that the analyst four variables used in this research may explain the 54.7 variation purchasing decisions while 45.3 the rest is explained by other factors that are not used in this research.

Keywords: Exterior, General interior, Store layout, Interior display, Purchase decisions

ABSTRAK

Agus Supriadi 090211100107. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Bakmi Gili Surabaya. dibawah Bimbingan Drs. Mohamad Tambrin., MM dan Suyono, S.E., M.S.M

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *Store Atmosphere* yang terdiri dari *General Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, *Interior Display* terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran bakmi gili Surabaya.

Penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling incidental*, dan analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah *store atmosphere* yang terdiri dari *general exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian di Restoran Bakmi Gili Surabaya.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *Exterior* memiliki pengaruh yang paling kuat dalam keputusan pembelian Bakmi Gili Surabaya dengan nilai t hitung sebesar 3,253 dengan signifikan 0,002. *General interior* tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian bakmi gili Surabaya dengan nilai t hitung sebesar 1,845 dan nilai signifikan 0,072. *Store layout* tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian bakmi gili Surabaya dengan nilai t hitung sebesar 1,602 dan nilai signifikan 0,116. *Interior display* tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian bakmi gili Surabaya dengan nilai t hitung sebesar 0,279 dengan nilai signifikan 0,781. Pengaruh *Exterior*, *General interior*, *Store layout*, *Interior display* secara bersamaan berpengaruh dengan nilai hasil uji F 15,796 dan nilai signifikan 0,000. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan 54,7 variasi keputusan pembelian sedangkan 45,3 sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Exterior General interior Store layout Interior display* dan Keputusan Pembelian