

ABSTRACT

Sifa Ainun Najib, *“Store Atmosphere Influence On The Purchasing Decision At The Wafa Nurul Shop (WN) Telang Kamal Bangkalan”* under the guidance Nirma Kurriwati, S.P., M.Si. and Helmi Buyung Aulia Safrizal, ST., SE.,MT. Management Studies Program. University of Trunojoyo Madura. July 2019.

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 Wafa Nurul (WN) Shop. The method of this research is descriptive quantitative

The results of this research indicate that partially Exterior, General Interior, and Store Layout effect to purchase decision significantly, except Interior Display have a negative effect to purchasing decision. This simultaneously the Exterior, General Interior, Store Layout and Interior Display effect to purchase decision significantly. The analysis indicate that Exterior variable are dominantly effect to purchase decision.

Keyword : Store Atmosphere, Purchase Decision

ABSTRAK

Sifa Ainun Najib, Pengaruh Store Atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Wafa Nurul (WN) Telang Kamal Bangkalan. Di bawah bimbingan Nirma Kurriwati, S.P., M.Si. and Helmi Buyung Aulia Safrizal, ST., SE.,MT. Program Studi Manajemen . Universitas Trunojoyo Madura. Juli 2019.

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 Toko Wafa Nurul (WN). Metode Penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif.

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

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian