

ABSTRAK

Asriyani Haldun, NPM 02041411128, Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun “UNKHAIR” Ternate. Judul Penelitian “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Kota Ternate”. Dibawah bimbingan E. Ida Hidayanti dan Ibnu Sina Hi. Yusuf.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Kota Ternate. Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda, dan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 103 responden. Teknik pengolahan data menggunakan bantuan program *Spss 25.0 for Ios*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Artinya dimana konsumen semakin tertarik untuk berkunjung dan membeli jenis produk yang telah disediakan oleh indomaret. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan pembeli dapat melihat-lihat produk indomaret. Kedua Lokasi mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Suatu lokasi yang strategis diartikan sebagai letak yang dapat dijangkau oleh konsumen dan memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan hasil secara simultan kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Lokasi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Asriyani Haldun, NPM 02041411128, Department of Marketing Management, Faculty of Economics and Business, Khairun University "UNKHAIR" Ternate. The title of the research is "The Effect of Store Atmosphere and Location on Purchase Decisions at Indomaret, Ternate City". Under the guidance of E. Ida Hidayanti and Ibn Sina Hi. Joseph.

The purpose of this study was to determine the effect of Store Atmosphere and Location partially or simultaneously on purchasing decisions at Indomaret, Ternate City. The analytical model used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis, and the research method used is research with a quantitative approach with a sample of 103 respondents. Data processing techniques using the help of the program SPSS 25.0 . for iOS.

The results of this study indicate that: Store Atmosphere has a positive and significant influence on Purchase Decisions, meaning that consumers are increasingly interested in visiting and buying the types of products that have been provided by Indomaret. Each store has a physical layout that makes it easy for shoppers to browse Indomaret products. Both locations have a negative and significant influence on purchasing decisions. A strategic location is defined as a location that can be reached by consumers and provides various conveniences for consumers in meeting their needs. With simultaneous results, both variables have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Store Atmosphere, Location, and Purchase Decision