

ABSTRAK

Tujuan penulisan skripsi ini untuk menguji pengaruh antara variabel Store Atmosphere dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Café Teanol di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode Purposive sampling yang dimana pengambilan sampel dengan menentukan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu pada populasi yang dipilih untuk menjadi sampel. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala likert terhadap 100 orang responden yaitu pada Masyarakat di Kota Jambi. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data Kuantitatif. Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji f dan uji t dengan bantuan software SPSS for windows. Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan bahwa Store Atmosphere berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Café Teanol. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Café Teanol. Store Atmosphere dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Cafe Teanol. Berdasarkan hasil penelitian Cafe diharapkan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas serta kuantitas Store Atmosphere untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen, untuk harga diharapkan dapat menyesuaikan agar konsumen datang kembali untuk meningkatkan Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Store Atmosphere, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of writing this thesis is to examine the effect of the Store Atmosphere and Price variables on Purchase Decisions at Café Teanol in Jambi City. This study used a purposive sampling method in which the sample was taken by determining the sample based on certain considerations in the population selected to be the sample. Data collection was carried out by distributing questionnaires with a Likert scale to 100 respondents, namely the community in Jambi City. The type of data used in this study is quantitative data. Data were analyzed using multiple linear regression analysis techniques, coefficient of determination, f test and t test with the help of SPSS for windows software. Based on the results of data processing, it was found that Store Atmosphere had a positive and significant effect on purchasing decisions at Café Teanol. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions at Café Teanol. Store Atmosphere and Price simultaneously affect the purchasing decision at Cafe Teanol. Based on the research results, the Cafe is expected to maintain and improve the quality and quantity of the Store Atmosphere to increase consumer purchasing decisions, prices are expected to be adjusted so that consumers come back to increase Purchasing Decisions.

Keywords: *Store Atmosphere, Price, Purchase Decision*