

## ABSTRAK

### **PENGARUH DIMENSI *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CENTRAL KULINER BANDAR LAMPUNG**

Oleh

**M Abduh Firman**

Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung

Central Kuliner adalah salah satu pujasera yang berada di Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dimensi *store atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih berdasarkan teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* dan beberapa kriteria yang telah ditetapkan. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 21.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kebersihan, musik, aroma, suhu, pencahayaan, warna dan tampilan atau tata letak berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan sebesar 76,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil analisis uji F diketahui bahwa dimensi kebersihan (X1), dimensi musik (X2), dimensi aroma (X3), dimensi suhu (X4), dimensi pencahayaan (X5), dimensi warna (X6), dan dimensi tampilan atau tata letak (X7) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), pada hasil uji t, dimensi kebersihan (X1), dimensi musik (X2), dimensi aroma (X3), dimensi suhu (X4), dimensi pencahayaan (X5), dimensi warna (X6), dan dimensi tampilan atau tata letak (X7) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

**Kata kunci : *Store atmosphere* dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF DIMENSION STORE ATMOSPHERE ON PURCHASE DECISION ON CENTRAL KULINER BANDAR LAMPUNG***

*By*

**M ABDUH FIRMAN**

***Management, Faculty Economic and Business University Of Lampung***

*Central Kuliner is one of the pujasera located in Bandar Lampung. This research aims to clarify the influence of store atmosphere to purchase decision. The research method used is descriptive and verification. The type of data used is qualitative and quantitative data. Primary and secondary data were used in this research. The data was collected through the distribution of questionnaires to 100 selected respondents based on technique of non-probability sampling by using purposive sampling method and some criteria that have been set. Data analysis using multiple linear regression analysis with the help of SPSS 21.0.*

*The result from this research is dimension cleanliness, music, scent, temperature, lighting, color and display or layout has a influence positive and significant on purchase decision as much as 76,4% and rest influence by other variables. The F test result found that the dimension cleanliness (X1), dimension music (X2), dimension scent (X3), dimension temperature (X4), dimension lighting (X5), dimension color (X6) and dimension display or layout (X7) significantly influence on purchase decision (Y). The t test, the dimension cleanliness (X1), dimension music (X2), dimension scent (X3), dimension temperature (X4), dimension lighting (X5), dimension color (X6) and dimension display or layout (X7) significantly influence on purchase decision (Y).*

***Keywords : Store Atmosphere and Purchase Decision***