

ABSTRAK

PENGARUH SUASANA TOKO DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUN KOPI (Studi Pada Konsumen Bun Kopi di Bandar Lampung)

Oleh

KETUT ARTINI

Bun Kopi memberikan suasana toko yang nyaman agar konsumen tertarik dan menetapkan pilihan alternatif sebagai keputusan berkunjung. Bun Kopi menghadirkan desain identik yang berbeda dimana menghadirkan pioneer botol kaca, dinding yang berwarna putih, jendela yang berbentuk lingkaran mengindahkan bentuk interior yang memberikan kesan menarik bagi konsumen. Penelitian ini menganalisis keputusan pembelian pada konsumen Bun Kopi di Bandar Lampung, dilihat dari aspek suasana toko dan persepsi harga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan kuesioner pada google form yang disebar kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan alat uji program SPSS 25. Berdasarkan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel suasana toko dan persepsi harga secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 44,5%. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel suasana toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bun Kopi Bandar Lampung. Sedangkan variabel persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bun Kopi Bandar Lampung.

Kata kunci : keputusan pembelian, suasana toko, dan persepsi harga

ABSTRACT

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND PRICE PERCEPTION ON THE PURCHASE DECISION AT BUN COFFEE (Study on Bun Coffee Consumers in Bandar Lampung)

By

KETUT ARTINI

Bun Kopi provides a comfortable store atmosphere so that consumers are interested and make alternative choices as a visiting decision. Bun Kopi presents a different identical design which presents pioneer glass bottles, white walls, circular windows that respect the interior shape which gives an attractive impression to consumers. This study analyzes the purchasing decisions of Bun Kopi consumers in Bandar Lampung, viewed from the aspect of store atmosphere and price perceptions. This study uses a quantitative approach, using a questionnaire on google form distributed to 100 respondents. Sampling technique in this study using purposive sampling technique. The data analysis technique used multiple regression analysis with SPSS 25 program test equipment. Based on the F (simultaneous) test, it showed that the store atmosphere and price perception variables simultaneously had a simultaneous influence on purchasing decisions with a coefficient of determination of 44.5%. Partially shows that the store atmosphere variable has a positive and significant influence on purchasing decisions at Bun Kopi Bandar Lampung. While the price perception variable has a positive and significant influence on purchasing decisions at Bun Kopi Bandar Lampung.

Key words : purchase decision, store atmosphere, and price perception.