

## ABSTRAK

### PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *STUDY KASUS* DI LOTTE GROSIR LAMPUNG PADA MASA PASCA PANDEMI *COVID-19*

Oleh

**KHOIRUN NAJAH**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli di Lotte Grosir Lampung pada masa pasca pandemi *covid-19*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan dengan metode kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Lotte Grosir Lampung. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 110 responden. Sumber data yang diperoleh pada penelitian ini yaitu jurnal, buku, arsip perusahaan yang diberikan oleh pihak Lotte Grosir Lampung dan *website*. Adapun Teknik pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran koesioner yang disebarakan melalui *google form* ke media sosial melalui *direct message*, melalui observasi lapangan yang dilakukan pada 16 September sampai 25 Oktober 2021 dan juga diperoleh melalui dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai *R square* sebesar 0.685 atau 68,5%.

**Kata Kunci :** *Store Atmosphere*, Minat Beli

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON CONSUMERS' INTEREST TO BUY CASE STUDY AT LOTTE WHOLESALE LAMPUNG IN POST PANDEMI COVID-19***

**By**

**KHOIRUN NAJAH**

*This study aims to determine the effect of store atmosphere on buying interest at Lotte Grosir Lampung during the post-covid-19 pandemic. The type of research used is quantitative research using causal methods. The population in this study are consumers who have shopped at Lotte Grosir Lampung. The sampling technique in this study was non-probability sampling with accidental sampling technique with a sample of 110 respondents. Sources of data obtained in this study were journals, books, company archives provided by Lotte Grosir Lampung and the website. The data collection technique was obtained through distributing questionnaires which were distributed via Google forms to social media via direct messages, through field observations which were conducted from 16 September to 25 October 2021 and also obtained through documentation. Data analysis in this study used descriptive analysis and simple linear regression analysis. Based on the results of research and data analysis, it shows that store atmosphere has a positive and significant effect on purchase intention with an R square value of 0.685 or 68.5%.*

**Keyword : Store Atmosphere, Buying Interest**