

ABSTRAK

PENGARUH ATMOSFER TOKO, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KOSMETIK SOCIOLLA MALL BOEMI KEDATON (Survei Pada Konsumen Sociolla di Bandar Lampung)

Oleh

ADINDA WIDIA SALINA

Industri kosmetik di Indonesia mengalami perkembangan pesat yang berdampak positif dengan tersedianya saluran pembelian baik secara *online* maupun *offline*. Meskipun belanja online semakin populer, belanja *offline* tetap relevan karena konsumen dapat melihat produk secara langsung. Kajian ini tujuannya untuk menganalisis pengaruh atmosfer toko, kualitas pelayanan, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian di toko kosmetik Sociolla Mall Boemi Kedaton, Bandar Lampung. Kajian ini berpendekatan kuantitatif disertai metode *explanatory research*, dengan populasi konsumen yang telah melakukan pembelian di Sociolla Mall Boemi Kedaton. Sampel penelitian melibatkan 100 responden di mana terpilih melalui teknik *purposive sampling* dan pengumpulan datanya memanfaatkan kuesioner dianalisis dengan SPSS 29. Perolehan kajian memperlihatkan adanya atmosfer toko berpengaruh signifikan secara parsial pada keputusan pembelian, kualitas pelayanan dengan parsial memberi pengaruh signifikannya pada keputusan pembelian dan kepercayaan merek juga dengan parsial memberi pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian. Secara bersamaan, atmosfer toko, kualitas pelayanan, beserta kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Atmosfer Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian, Sociolla.

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, AND
BRAND TRUST ON PURCHASE DECISION AT SOCIOLLA COSMETIC
STORE, BOEMI KEDATON MALL
(Survey on Sociolla Consumers in Bandar Lampung)***

By

ADINDA WIDIA SALINA

The cosmetics industry in Indonesia has grown quickly, leading to more options for purchasing products both online and offline. While online shopping is becoming more popular, offline shopping is still important because it allows consumers to see the products in person. This study aims to examine how store atmosphere, service quality, also brand trust affect purchasing decisions at the Sociolla Cosmetics Store in Boemi Kedaton Mall, Bandar Lampung. The study employed a quantitative methodology with an explanatory research method, focusing on consumers who have made purchases at the Sociolla store in Boemi Kedaton Mall. The sample consists of 100 respondents, chosen using purposive sampling, and the data collected from questionnaires were analyzed using SPSS 29. The results finding that store atmosphere, service quality, also brand trust all have a significant impact on purchasing decisions. Additionally, when combined, these three factors also significantly influence consumers' decisions to buy.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Brand Trust, Purchase Decision, Sociolla.