

ABSTRAK

Anggoro Adipura (1229240023): “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Retail Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko DanDan Cabang Bumi Panyileukan Kota Bandung”

Penelitian ini didasarkan pada persaingan yang semakin ketat dalam industri ritel kosmetik modern di Indonesia. Perkembangan kanal belanja digital menyebabkan toko ritel fisik tidak hanya dituntut menarik kunjungan konsumen, tetapi juga mendorong terjadinya keputusan pembelian. Kondisi tersebut diduga dipengaruhi oleh *store atmosphere* dan *retail service quality* yang diterapkan perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan *retail service quality* baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada toko Dan+Dan cabang bumi panyileukan kota bandung. penelitian ini menggunakan teori *store atmosphere* dari Berman et al. (2018), teori *retail service quality* dari Dabholkar et al. (1996), dan teori keputusan pembelian dari Kotler dan Keller (2016).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Toko Dan+Dan Cabang Bumi Panyileukan Kota Bandung. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 32.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *store atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 2,959 > 1,985 t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. *Retail service quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 4,809 > 1,985 t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Kombinasi *store atmosphere* dan *retail service quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai $F_{hitung} 51,011 > 3,09 F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* dan *retail service quality* merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Dan+Dan Cabang Bumi Panyileukan Kota Bandung, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi sebesar 50,3% menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, *Retail Service Quality*, Keputusan Pembelian, Manajemen Pemasaran