

ABSTRAKS

Taufik Aditya Solihin (1168020282) “Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Backspace Coffe & Eatery Jatinangor)”

Pada zaman sekarang ini perkembangan bisnis ritel sangatlah pesat, maka tidak heran setiap pengusaha ritel saling bersaing dalam meraih dan mempertahankan pelanggannya. Persaingan dunia bisnis saat ini bukanlah hal yang baru, karena pada dasarnya semua perusahaan akan selalu berusaha melakukan yang terbaik bagi usahanya untuk menghadapi persaingan yang ada. Dunia bisnis terkhusus dibidang kuliner semakin terasa keberadaanya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Salah satu bidang kuliner yang sedang menjadi trend saat ini yaitu kedai kopi, hal ini ditandai dengan semakin menjamurnya bisnis kedai kopi atau di berbagai kota di seluruh Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh masing-masing variabel, pengaruh Store atmosphere (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) pada konsumen Backspace Coffe & Eatery Jatinangor, dan mengetahui apakah pengaruh store atmosphere dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Backspace Coffe & Eatery Jatinangor.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen Backspace Coffe & Eatery Jatinangor yang diambil dengan metode non probability sampling dengan teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebutuhan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji parsial, dan uji simultan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan store atmosphere dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%).

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Taufik Aditya Solihin (1168020282) "The Effect of Store Atmosphere and Price on Purchasing Decisions (Study on Backspace Coffee & Eatery Jatinangor)".

In this day and age, the development of the retail business is very fast, so it's no wonder every retail entrepreneur competes with each other to reach and retain their customers. Competition in the business world today is nothing new, because basically all companies will always try to do their best for their business to face the existing competition. The world of business, especially in the culinary field, is increasingly being felt in people's daily lives. One of the culinary fields that is currently becoming a trend, namely coffee shops, this is indicated by the proliferation of coffee shop businesses or in various cities throughout Indonesia.

This study aims to determine whether there is an effect of each variable, the influence of Store atmosphere (X1) and Price (X2) on purchasing decisions (Y) on consumers of Backspace Coffee & Eatery Jatinangor, and to determine whether the effect of store atmosphere and price together influence on consumer purchasing decisions Backspace Coffee & Eatery Jatinangor..

The research method used is descriptive verification method with a quantitative approach. Respondents in this study were 100 consumers of Backspace Coffe & Eatery Jatinangor who were taken by non-probability sampling method with incidental sampling technique, which is a sampling technique based on needs, i.e. anyone who accidentally / incidentally meets the researcher can be used as a sample, if people perceive it. which happened to be found was suitable as a data source. The analysis method uses multiple linear regression analysis, partial test, and simultaneous test using SPSS version 26.0 application.

The results showed that store atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions, prices have a positive and significant impact on purchasing decisions. Simultaneously store atmosphere and price together have a significant effect on purchasing decisions as evidenced by a significance level of $0.000 < 0.05$ (5%).

Keywords: Store Atmosphere, Price, Purchasing Decisions