

## ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu yang sulit untuk dipelajari. Dalam keputusan pembelian, erat kaitannya dengan perilaku konsumen yang memiliki kriteria berbeda-beda dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Toko Buku Gramedia Jember secara parsial dan simultan. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang membeli buku di Toko Buku Gramedia Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, menggunakan teknik *non probability* sampling dengan pendekatan *purposive* sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan *software* SPSS 21. Hasil uji t menunjukkan signifikansi *store atmosphere* (0,048), harga (0,041), dan lokasi (0,045) lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan *store atmosphere*, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *store atmosphere* (0,331), harga (0,432) dan lokasi (0,319) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 37,1% keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Jember dipengaruhi oleh *store atmosphere*, harga dan lokasi. Sedangkan sisanya 62,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas produk, cotra merek, kualitas pelayanan dan lain-lain.

**Kat Kunci** : *Store Atmosphere*, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*Purchasing decisions are a difficult thing to learn. In purchasing decisions, closely related to consumer behavior that has different criteria in decision making. This study aims to determine the effect of Store Atmosphere, Price, and Locations of Purchasing Decision on consumers Gramedia Book Store Jember partially and simultaneously. Quantitative descriptive research type with survey research design. The population in this study is all the people who bought the book at Gramedia Bookstore Jember. The sample used was 40 respondents, using non probability sampling technique with purposive sampling approach. The analytical technique used in this research is multiple linear regression with SPSS 21 software. The result of t test shows significance of store atmosphere (0,048), price (0,041), and location (0,045) less than 0,05, so that partially significant buying decision. F test results show that store atmosphere, price and location have a significant effect on purchasing decision. The result of multiple linear regression analysis shows that store atmosphere (0,331), price (0,432) and location (0,319) have positive effect to purchasing decision. The coefficient of determination test shows that 37.1% purchase decision in Gramedia Bookstore Jember is influenced by store atmosphere, price and location. While the remaining 62.9% influenced by other variables not included in this study such as promotion, product quality, brand cotra, service quality and others.*

**Keywords:** *Store Atmosphere, Price, Location, Purchase Decision*