

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh store atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen eiger adventure store jember. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah membeli di Eiger Adventure Store Jember. Sampling Pengambilan sampel menggunakan metode jenis *purposive sampling*. Sampling didapat dari penilaian 60 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. System analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Store Atmosphere dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen eiger adventure store jember.

Kata Kunci: Store Atmosphere, Harga, Keputusan Pembelian, Eiger Adventure Store Jember.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of store atmosphere and price on consumer purchasing decisions eiger adventure store jember. The population of this study are all customers who have purchased at the Eiger Adventure Store Jember. Sampling used a purposive sampling method. Sampling was obtained from the assessment of 60 respondents. The data used in this study are primary data. The analysis system used is multiple linear regression analysis to determine the effect of the independent variable on the dependent variable. The results showed that the Store Atmosphere and Price had a significant effect on the purchasing decisions of consumers of eiger adventure store jember.

Keywords: Store Atmosphere, Price, Purchase Decision, Eiger Adventure Store Jember.

