

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Store Layout* (X1), *Interior Display* (X2), Harga (X3), Kualitas Pelayanan (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Minimarket Ozzie Mart Jember. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 75 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji T dan koefisien determinasi). Hasil penelitian ini menunjukkan dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel *Store Layout* (X1), *Interior Display* (X2), harga (X3), Kualitas pelayanan (X4), semua berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari uji t diperoleh hasil *Store Layout* (3,861), *Interior Display* (3,953), Harga (6,454), Kualitas Pelayanan (4,543), semua berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Ozzie Mart Jember. Keempat variabel ini berpengaruh sebesar 80,1% dan sisanya 19,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Kata kunci :*Store Layout, Interior Display, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the influence Store Layout (X1), Interior Display (X2), Price (X3), Quality of Service (X4) of the Purchase Decision (Y) on Ozzie Mart Minimarket Jember. This research is a quantitative descriptive study using purposive sampling method with a sample of 75 respondents. As for the nature of the research is the explanation (explanatory). Analysis of test instruments used include the data (validity and reliability testing), multiple linear regression analysis, classical assumption (normality test, test and test multicollinearity heteroskedastisitas), and hypothesis testing (test T and the coefficient of determination).The results of this study indicate the results of regression analysis showed that the variables Store Layout (X1), Interior Display (X2), price (X3), quality of service (X4), all positive influence on the purchase decision (Y). T test results obtained Store Layout (3.861), Interior Display (3.953), price (6.454), Quality of Service (4.543), all positive influence on purchase decision in Ozzie Mini Mart Jember. The fourth variable effect of 80.1% and the remaining 19.9% influenced or explained by other factors.

Keywords: **Store Layout, Interior Display, Price, Quality Services and Purchasing Decisions**