

ABSTRAK

Perumusan Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Resto Azkiya Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner terhadap 90 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel lokasi dan store atmosphere, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil lokasi dan store atmosphere, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : lokasi, store atmosphere dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research at customers of the Azkiya Resto Jember. This research aims to determine the effect of location and store atmosphere on purchasing decisions. In this study data was collected by means of a questionnaire to 90 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (t test and coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that location variables and store atmosphere, all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test, the location and store atmosphere results are obtained, all of which have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *location, store atmosphere and purchasing decisions*

