

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi pada Five Points Coffee and Chocolate Semarang)**

ANDHIKA GARISWASITA

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102354@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil objek penelitian pada Five Points Coffee and Chocolate di Semarang disebabkan karena pelanggan yang terbanyak adalah mahasiswa. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh General Interior, Interior Display, Exterior, Store Layout pembelian pada Five Points Coffee and Chocolate. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik Purposive Sampling yaitu suatu teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan beberapa kriteria yang ditetapkan. Kriteria-kriteria responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini pengunjung Five Points Coffee and Chocolate, konsumen yang berumur 17 tahun karena dianggap sudah bisa mengambil keputusan sendiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara (Parsial) individu terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara General Interior (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), Interior Display (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), Exterior (X3) terhadap keputusan pembelian (Y), Store Layout (X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Dan General Interior (X1), Interior Display (X2), Exterior (X3) dan Store Layout (X4) secara (Simultan) bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y). Angka koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,579 berarti bahwa keputusan pembelian (Y) oleh konsumen sebesar 57,9% yang dapat dijelaskan oleh variabel General Interior (X1), Interior Display (X2), Exterior (X3), Store Layout (X4) secara bersama-sama. Sedangkan sisanya (100% - 57,9% = 42,1%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci : General Interior, Interior Display, Exterior, Store Layout dan Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON PURCHASING
DECISIONS
(Study on Five Points Coffee and Chocolate Semarang)**

ANDHIKA GARISWASITA

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211201102354@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRACT

The object of this research is Five Points Coffee and Chocolate in because the their most customers are university students. The purpose of this research is analyze the influence of General Interior, Interior Display, Exterior, Store Layout in Five Points Coffee and Chocolate. This research uses 100 respondents as samples by using Purposive Sampling method, which is a method to take samples by considering some certain criterias. The respondents criterias which becoming samples for this research are the customers of Five Points Coffee and Chocolate, 17 year-old because they are considered able to make decisions. The result of this research shows that partially there is significant and positive influence from General Interior (X1), Interior Display (X2), Exterior (X3), and Store Layout (X4) on customers purchasing decisions. The Adjusted R Square is 0,579 which means that the customers purchasing decisions is 57,9% that can be explained by variable General Interior (X1), Interior Display (X2), Exterior (X3), and Store Layout (X4) simultaneously. While the rest (100% - 57,9% = 49,1%) is explained by other variables outside the variable studied.

Keyword : General Interior, Interior Display, Exterior, Store Layout and Purchasing Decisions.