

ABSTRAK

Umi Istiqomah (1420310015). Pengaruh *Store Atmosphere* (Suasana Toko) dan *Store Location* (Lokasi Toko) Terhadap Minat Beli di Soenan Milk Cafe Pati. Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Prodi Manajemen Bisnis Syariah, IAIN KUDUS 2018

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *store atmosphere* (suasana toko) dan *store location* (lokasi toko) terhadap minat beli konsumen soenan milk cafe Pati.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *field research*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 95 orang konsumen soenan milk cafe Pati. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan bantuan program olah data SPSS versi 16,0 *for windows*.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen. Hal ini terlihat pada nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,773 > 1,986$) dan $p\ value$ (Sig) 0,000 dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Adanya pengaruh negatif signifikan antara *store location* terhadap minat beli konsumen. Hal ini terlihat pada nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-5,250 < 1,986$) dan $p\ value$ (Sig) 0,000 dibawah 0,05 (tingkat signifikan). *Store atmosphere* (suasana toko) dan *store location* (lokasi toko) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, nilai F_{hitung} sebesar 24,515 dan nilai F_{tabel} 3,947 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Store Location*, Minat Beli.