

## ABSTRAK

Perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memasukan kebutuhan dan keinginan mereka Pada Indomaret Cabang Undaan ini mengalami permasalahan tingkat penjualan yang tidak stabil. Tingkat penjualan yang tidak stabil ini bisa diakibatkan oleh tingkat beli masyarakat yang menurun atau karena berbagai macam faktor. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu: Untuk menganalisis pengaruh *customer perception* terhadap keputusan Pembelian di minimarket Kudus (Studi kasus pada Indomaret Cabang Undaan) Untuk menganalisis Pengaruh *Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Kudus (Studi kasus pada Indomaret Cabang Undaan) Untuk menganalisis Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Kudus (Studi kasus pada Indomaret Cabang Undaan) Untuk menganalisis Pengaruh *Customer Perception, Price Discount, Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Kudus (Studi kasus pada Indomaret Cabang Undaan).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 81 orang, sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *customer perception* terhadap keputusan pembelian, Ada pengaruh antara *price discount* terhadap keputusan pembelian Ada pengaruh antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Pada pengujian simultan menunjukkan adanya pengaruh, sehingga model regresi dapat dikatakan bahwa *customer perception, price discount* dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

**Kata Kunci:** *Customer Perception, Price Discount, Store Atmosphere, Keputusan Pembelian*