

ABSTRAK

Elli Ristiani (1820310203). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Istana Ayam Barongan Kudus), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, IAIN Kudus, 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh lokasi dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Di Istana Ayam Barongan Kudus). Analisis ini dapat memperdalam pengetahuan dalam bidang strategi penjualan khususnya mengenai penempatan lokasi dan store atmosphere dalam keputusan pembelian.

Penelitian ini menjelaskan teori-teori tentang, lokasi, store atmosphere, dan keputusan pembelian beserta hubungannya dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan Jenis penelitian (*Field Research*) penelitian lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Istana Ayam Barongan Kudus dengan sampel berjumlah 90 konsumen sebagai responden menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan *accidental sampling*.

Peneliti menggambarkan objek penelitian dan melakukan pengujian. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas hasilnya semua instrumen valid dan reliabel. Uji asumsi klasik dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi *multikolonieritas*, tidak terjadi *autokorelasi*, tidak terjadi *heteroskedastisitas*, dan data normal, sedangkan untuk uji hipotesis menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang menunjukkan Konstanta nilai yang positif $a = 0,826$, nilai koefisien regresi lokasi $= 0,215$, nilai koefisien regresi store atmosphere $= 0,310$, nilai $R = 0,522$. Lokasi menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,522 dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut kurang dari 0,05, nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($3,522 > 1,991$). Store Atmosphere menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,749 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut kurang dari 0,05, sehingga nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($4,749 > 1,991$). Uji F, didapat $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($16,331 > 3,10$) dengan si signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Lokasi dan Store Atmosphere secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus.

Kata Kunci : Lokasi, Store Atmosphere, Keputusan Pembelian.