

ABSTRAK

Kota Bandung dikenal sebagai kota *fashion* di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya wisatawan baik dari wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang mengunjungi kota Bandung untuk berbelanja. Perkembangan industri fashion di kota Bandung pada saat ini berjalan dengan begitu pesat, dampak yang ditimbulkan adalah semakin ketatnya persaingan dalam industri fashion. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya butik, outlet, factory outlet maupun distro yang ada di kota Bandung.

Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung House of Leather. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “**Pengaruh Periklanan dan Suasana Toko Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Toko Tas Kulit House Of Leather**” (Survey Pada Pengunjung House Of Leather). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu membagikan kuisioner kepada 92 responden dari populasi 600 Pengunjung House of Leather.

Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisis Korelasi Berganda, Koefisien determinasi, Koefisien determinasi parsial (R^2), Uji Hipotesis Simultan, dan Uji Hipotesis Parsial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Periklanan dan Store Atmosphere (suasana toko) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian. Besar Koefisien Determinasi (R^2) adalah 55,7% yang artinya bahwa nilai sebesar 57,7%, Proses Keputusan Pembelian dipengaruhi variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 42,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

ABSTRACT

Bandung is known as a city of fashion in Indonesia This can be seen from the increasing number of tourists both local tourists and foreign tourists who visit the city of Bandung for shopping. The development of the fashion industry in the city of Bandung today runs so rapid, its impact is increasing competition in the fashion industry. this can be seen from the increasing number of boutiques, factory outlets and distribution outlets in the city of Bandung.

The object of this research is the visitor House of Leather. This study aimed to analyze the "**Influence of Advertising and Store Athmosphere Against Buying Decision Process on Toko Tas Kulit House Of Leather**" (**Survey On Visitor House Of Leather**). Analysis of the data used in this study are primary data .Teknik used data collection that is distributing questionnaires to 92 respondents from a population of 600 Visitor House of Leather.

The results using multiple linear regression analysis method, Validity, reliability test, Correlation analysis, coefficient of determination, the partial coefficient of determination (R²), Simultaneous Hypothesis Testing and Hypothesis Testing Partial. And research shows that the variable Advertising and Athmosphere Store (the store atmosphere) positive and significant impact on the purchase decision process. Large coefficient of determination (R²) was 55.7%, which means that the value of 57.7%, the Purchase Decision Process influenced the independent variable, while the remaining 42.3% is affected if other variables.