

ABSTRAK

Laily Auliya (2017). “PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PUBLIC SPACE COFFEE CORNER BANDUNG”.

Pengambilan judul ini dilatarbelakangi oleh menurunnya penjualan di Public Space Coffee Corner Bandung yang cukup signifikan, menurunnya keputusan pembelian pada Public Space Coffee Corner Bandung yang berdampak pada penurunan penjualan, dilihat pada bauran pemasaran yang kurang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keragaman produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Public Space Coffe Corner Bandung baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 96 konsumen. Teknik sampling yang digunakan menghitung besarnya ukuran sampel dalam *nonprobability sampling*. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah uji asumsi regresi, regresi linear ganda, korelasi ganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS.21

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara keragaman produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara parsial keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan suasana toko juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil koefisien determinasi didapat kontribusi sebesar 41,4%, yang mengartikan bahwa keragaman produk dan suasana toko secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dimana keragaman produk berpengaruh lebih besar dibandingkan dengan suasana toko.

Kata kunci: Keragaman produk, Suasana toko dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

Laily Auliya (2017). "THE INFLUENCE OF THE DIVERSITY OF PRODUCTS AND THE STORE ATMOSPHERE OF THE PURCHASING DECISIONS OF CONSUMERS IN PUBLIC SPACE COFFEE CORNER BANDUNG".

This title is distributed retrieval by declining sales in Public Space Coffee Corner Bandung significant depreciation of the purchasing decision in the Public Space Coffee Corner Bandung resulted in a decrease in sell, seen on the less good marketing mix.

This research aims to find out how much influence the diversity of products and the store atmosphere of the store to the consumer purchase decisions in the Public Space Coffee Corner Bandung either partialy or simultaneous. The research method use is descriptive and verifikatif with a total sample of 96 of the consumer. The sampling technique that is use to calculate the magnitude of sample size in the nonprobability sampling. While the method of data analysis use is test the assumption of linear regression regression, binary, binary correlation, coefficients determination and test hypotheses using program SPSS.21.

Research results showed the present of simultaneous significant influence among the diversity of products and the store atmosphere of the store of purchasing decision, while partialy a diversity of products effects on purchasing decision and the store atmosphere of the store have influence on purchasing decision. From the results of the determination coefficients obtanained contribution amounting to 41,4%, which mean that the diversity of products and the store atmosphere at the same time an impact on purchasing decision, where diversity is greater in the influential products compare the store atmosphere.

Keywords: diversity of products, store atmosphere and purchasing decision