

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Noah's Barn Coffeenery cabang Garuda baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 98 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* berada pada kategori kurang baik dan promosi penjualan berada pada kategori kurang menarik. Sedangkan untuk variabel keputusan pembelian berada pada kategori kurang kuat. Secara parsial promosi penjualan lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 45,8%. Sedangkan *store atmosphere* pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 25,3%. Sehingga didapatkan pengaruh *store atmosphere* dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 71,1%.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the store atmosphere and sales promotion on purchasing decisions on Garuda's Noah's Barn Coffeenerly branch either partially or simultaneously. The research method used is descriptive and verification with a sample of 98 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews and distributing questionnaires. Data analysis methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation, hypothesis testing and coefficient of determination.

The results of this study indicate that the store atmosphere variable is in the unfavorable category and the sales promotion is in the less attractive category. Whereas the purchase decision variable is in the less strong category. Partially, sales promotion has a greater influence on purchasing decisions, which is 45.8%. While the store atmosphere effect on purchasing decisions is 25.3%. So we get the influence of store atmosphere and sales promotions on purchasing decisions of 71.1%.

Keywords: Store Atmosphere, Sales Promotion and Purchasing Decisions