

ABSTRAK

FIA MUHAFILAH, NIM. 3402190434. “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Product Assortment* terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen *Fashion Muslim Pawestri Store* di Bandung)”. Dibawah bimbingan Mochamad Aziz Basari, S.Sos., M.M (Pembimbing I) dan Enjang Nursolih, S.H., M.M. (Pembimbing II).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi 1) Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli. 2) Bagaimana pengaruh *product assortment* terhadap minat beli. 3) Bagaimana pengaruh *store atmosphere* dan *product assortment* terhadap minat beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1) Pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli. 2) Pengaruh *product assortment* terhadap minat beli. 3) Pengaruh *store atmosphere* dan *product assortment* terhadap minat beli.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif dan analisis asosiatif meliputi Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Berganda, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F).

Adapun hasil analisis regresi linear berganda diketahui $Y = 13,189 + 0,476bX_1 + 0,116bX_2$, yang diartikan bahwa apabila bobot X_1 bertambah 1 maka bobot Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,476, begitu pula apabila X_2 bertambah 1 maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,116. Dari hasil analisis koefisien korelasi berganda dapat diketahui bahwa koefisien korelasi antara variabel *store atmosphere* dan *product assortment* terhadap minat beli yaitu sebesar 0,642. Berdasarkan tabel angka 0,642 berada di antara interval 0,60 – 0,799 yang artinya kuat.

Saran dari peneliti ini yaitu: 1) Untuk meningkatkan *store atmosphere*, pihak perusahaan harus lebih memperhatikan dari aspek *general interior* (interior umum) pada *Pawestri Store*. 2) Untuk meningkatkan *product assortment*, pihak perusahaan harus meningkatkan variasi merek. 3) Untuk meningkatkan minat beli, sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan informasi terkait produk yang ada di *Pawestri Store* kepada konsumen. 4) Bagi pihak lain untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan perbandingan dan referensi. Dan diharapkan menambah variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini, seperti variabel kualitas produk, harga, promosi penjualan dan sebagainya sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait minat beli.

Kata kunci : *Store Atmosphere, Product Assortment, Minat Beli.*