

## ABSTRAK

**Ajeng Putri Rahayu, Nim. 3402190574. “Pengaruh *Surroundings* dan *Virtual Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Suatu Studi Pada Toserba Yola Rancah)”. Dibawah bimbingan Bapak Mochamad Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Surroundings* dan *Virtual Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Suatu Studi pada Toserba Yola Rancah).

Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh *surroundings* terhadap keputusan pembelian konsumen di Toserba Yola Rancah?; 2]. Bagaimana pengaruh *Virtual Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba Yola Rancah?; 3]. Bagaimana pengaruh *Surroundings* dan *Virtual Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba Yola Rancah?. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1]. Pengaruh *Surroundings* terhadap keputusan pembelian konsumen di Toserba Yola Rancah; 2]. Pengaruh *Virtual Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba Yola Rancah; 3]. Pengaruh *Surroundings* dan *Virtual Advertising* terhadap keputusan pembelian Konsumen di Toserba Yola Rancah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Uji Koefisien Korelasi Sederhana, Uji Koefisien Korelasi Berganda, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (Uji t), dan Uji Hipotesis (Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1). *Surroundings* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toserba Yola Rancah dengan besar pengaruh sebesar 51,04% sedangkan sisanya 48,06% dipengaruhi faktor lain; 2). *Virtual Advertising* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Yola Rancah dengan besar pengaruh sebesar 37% sedangkan sisanya 63% dipengaruhi faktor lain. 3). *Surroundings* dan *Virtual Advertising* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toserba Yola Rancah dengan besar pengaruh 31,2% sedangkan sebesar 68,08% dipengaruhi faktor lain. Diharapkan pada Toserba Yola Rancah mempertahankan *Surroundings* dan *Virtual Advertising* sehingga akan meningkatkan Keputusan Pembelian pada Konsumen.

**Kata Kunci : *Surroundings*, *Virtual Advertising*, dan Keputusan Pembelian Konsumen**