

ABSTRAK

Auli Rahmawati, NIM. 3402180325. “Pengaruh Atmosfer Toko Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis)”. Dibawah bimbingan Ibu Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M (Pembimbing 1) dan Ibu Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Atmosfer Toko Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis). Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: 1] Bagaimana pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis? 2] Bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis? 3] Bagaimana pengaruh atmosfer toko dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1] Pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis 2] Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis 3] Pengaruh atmosfer toko dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan terdiri dari analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji t, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi berganda, analisis regresi linier berganda, serta uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika atmosfer toko semakin baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin baik. Kemudian terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika faktor sosial semakin baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin baik. Selanjutnya terdapat pengaruh atmosfer toko dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika atmosfer toko dan faktor sosial semakin baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin baik.

Kata Kunci: Atmosfer Toko, Faktor Sosial dan Keputusan Pembelian