

ABSTRAK

Ivonne Br Siallagan. NIM 7133210037 “Pengaruh Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengaruh Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Kampung Kuliner Binjai sebanyak 95 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner (angket) yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel (responden) dan mengumpulkannya kembali. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Sebelum data diregresikan maka terlebih dahulu di uji keterkaitannya antara variabel, datanya diuji menggunakan uji normalitas data, multikolinearitas, dan heterokedastisitas. Serta untuk mengetahui kontribusi faktor Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian digunakan rumus Koefisien Determinasi (R^2).

Dari hasil analisis data maka diperoleh persamaan analisis regresi berganda $6,340 + 0,364 X_1 + 0,440 X_2$. Variabel Promosi Penjualan mempunyai pengaruh yang positif sebesar 4,749 terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikan sebesar 0%, variabel *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh yang positif sebesar 5,023 terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikan sebesar 0%. Variabel Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* secara Simultan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 36,271 dengan signifikan sebesar 0%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai.

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

ABSTRACT

Ivonne Br Siallagan. NIM 7133210037 "The Influence of Sales Promotion and Store Atmosphere on Purchase Decision in Culinary Village of Binjai".

This study aims to determine the Influence of Sales Promotion and Store Atmosphere Effect on Purchase Decision on Culinary Village Binjai. The sample in this research is all visitors of Culinary Village of Binjai counted 95 people. Data collection techniques used are through questionnaires (questionnaires) that is by distributing questionnaires to the sample (respondents) and collect them back.

Data analysis technique used is Multiple Linear Regression. Before the data is diregresikan then first in the test association between variables, the data tested using the test of data normality, multicollinearity, and heterokedastisitas. And to know the contribution factors of Sales Promotion and Store Atmosphere Against Purchase Decision is used the formula Coefficient of Determination (R²).

From result of data analysis hence obtained equation of multiple regression analysis $6,340 + 0,364 X_1 + 0,440 X_2$. Sales Promotion Variables have a positive influence of 4.749 to Purchase Decision with a significant level of 0%, Store Atmosphere variables have a positive effect of 5.023 on Purchase Decision with a significant level of 0%. Sales Promotion Variables and Store Atmosphere Simultaneously have a positive influence on the Purchase Decision of 36.271 with a significant 0%.

Thus it can be concluded that the Sales Promotion and Store Atmosphere have a positive effect on the Purchase Decision at Culinary Village Binjai.

Keywords: Sales Promotion, Store Atmosphere, Purchase Decision

