

ABSTRAK

May Sarah Siregar, NIM 7183510040, “Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rapexga Store Rantau Prapat”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada toko Rapexga Store Rantau Prapat. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung bulan Juli 2021-Juni 2022 yaitu sebanyak 4.190. Sementara jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui angket (kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala likert dan diolah secara statistik dengan menggunakan metode analisis regresi berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ serta diolah dengan program SPSS 25 *for windows*. Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial lokasi dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengunjung Rapexga Store Rantau Prapat. Dan secara simultan lokasi dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dimana besar pengaruh antara variabel lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 47,6%.

Kata kunci: lokasi, *store atmosphere*, keputusan pembelian



ABSTRACT

May Sarah Siregar, NIM 7183510040, "The Influence of Location and Store Atmosphere on Purchasing Decisions at the Rapexga Store Rantau Prapat".

This research aims to determine and explain the influence of location and store atmosphere on purchasing decisions at the Rapexga Store Rantau Prapat store. The population in this study was 4,190 visitors from July 2021-June 2022. Meanwhile, the sample size is 100 respondents. The data collection technique used was through a questionnaire which was measured using a Likert scale and processed statistically using the multiple regression analysis method with the equation $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ and processed using the SPSS 25 for Windows program. Based on the research results, partially location and store atmosphere have a positive and significant effect on purchasing decisions for visitors to the Rapexga Store Rantau Prapat. And simultaneously location and store atmosphere influence purchasing decisions. Where the magnitude of the influence between location and store atmosphere variables on purchasing decisions is 47.6%.

Keywords: *location, store atmosphere, purchasing decisions*

