

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Survey pada konsumen Kafe “Silol Kopi and Eatery” Yogyakarta)

REZA GILANG HUTAMA

NIM : 141130132

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

Rezagilangh@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian serta mengetahui pengaruh secara bersamaan *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen kafe “Silol Kopi and Eatery” yang sedang berada di kafe “Silol Kopi and Eatery” Yogyakarta. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda . Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa secara parsial variabel *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat koefisien 0,655 dan nilai probabilitas sebesar 0,000, variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat koefisien 0,169 dan nilai probabilitas sebesar 0,013, variabel keragaman produk berpengaruh positif signifikan dengan keputusan pembelian dengan tingkat koefisien 0,139 dan nilai probabilitas sebesar 0,03. Penelitian ini juga menemukan bahwa secara bersamaan variabel *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 48,897 dan probabilitas sebesar 0,000.

Kata Kunci : *Store Atmosphere, Lokasi, keragaman produk, Keputusan Pembelian*