

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung” ini ditulis oleh Erda Nur Laillya, NIM 12405193243, Program Studi Manajemen Bisnis Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing: Fitriyanatsany, S.Sos., M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi industri F&B yang berkembang pesat di Tulungagung, salah satunya adalah sektor usaha kuliner angkringan. Setiap angkringan di Tulungagung memiliki keunikan tersendiri sehingga menimbulkan permasalahan persaingan pada usaha sejenis sebagai dampak dari tumbuhnya usaha angkringan di sana. Angkringan IKI adalah salah satu angkringan yang ada di Tulungagung, dan meskipun berada di bagian selatan kota, namun mendapat banyak pelanggannya. Berbagai macam strategi dilakukan untuk menarik konsumen agar merasa puas sehingga terbentuklah keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui signifikansi pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung, pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung, dan pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden, yaitu pengunjung yang pernah melakukan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung. Teknik pengambilan data dengan menggunakan skala *likert* melalui penyebaran kuesioner, yang selanjutnya dilakukan analisis uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis yaitu uji t, uji f, uji koefisien determinasi dan uji regresi linier berganda

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *store atmosphere* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung, variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung, variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung, dan variabel *store atmosphere*, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan IKI di Tulungagung.

Kata kunci: *store atmosphere, kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian*

ABSTRACT

This thesis with the title "The Effect of Store Atmosphere, Product Quality, and Promotion on Purchasing Decisions at Angkringan IKI in Tulungagung" was written by Erda Nur Laillya, NIM 12405193243, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor: Fitriyanatsany, S.Sos., M.A.

This research is motivated by the rapidly growing F&B industry in Tulungagung, one of which is the angkringan culinary business sector. Each angkringan in Tulungagung has its own uniqueness, causing competition problems in similar businesses as a result of the growth of the angkringan business there. Angkringan IKI is one of the angkringan in Tulungagung, and although it is located in the southern part of the city, it has many customers. Various kinds of strategies are carried out to attract consumers to feel satisfied so that purchasing decisions are formed.

This study aims to test and determine the significance of the effect of store atmosphere on purchasing decisions at Angkringan IKI in Tulungagung, the effect of product quality on purchasing decisions at Angkringan IKI in Tulungagung, the effect of promotion on purchasing decisions at Angkringan IKI in Tulungagung, and the effect of store atmosphere, product quality, and promotion on purchasing decisions at Angkringan IKI in Tulungagung.

This study uses a quantitative approach with an associative research type. The sampling technique used was purposive sampling, with a sample size of 100 respondents, namely visitors who have made purchases at Angkringan IKI in Tulungagung. Data collection techniques using a Likert scale through distributing questionnaires, which were then analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing, namely the t test, f test, coefficient of determination test and multiple linear regression test.

The results of this study indicate that the store atmosphere variable partially has no positive and significant effect on purchasing decisions at Angkringan IKI in Tulungagung, the product quality variable partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at Angkringan IKI in Tulungagung, the promotion variable partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at Angkringan IKI in Tulungagung, and the store atmosphere, product quality, and promotion variables together have a positive and significant effect on purchasing decisions at Angkringan IKI in Tulungagung.

Keywords: *store atmosphere, product quality, promotion, and purchasing decisions*