

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Promosi, Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 7 Bintang *Coffee* Tulungagung” ini ditulis oleh Muhammad Al Hub Zulfikar Sentiko, NIM. 12405193032 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Dosen Pembimbing Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Penelitian ini di latar belakang oleh meningkatnya perkembangan bisnis kuliner dan cafe yang ada di daerah Tulungagung, sehingga menuntut pemilik usaha untuk lebih cermat dalam mengatur usaha bisnis yang dijalankan. Namun hal tersebut memiliki permasalahan tentang strategi pemasaran yang ada pada 7 Bintang *Coffee*. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat guna mempertahankan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian. Strategi tersebut dapat ditingkatkan dengan meningkatkan lokasi, promosi, kualitas produk, dan *store atmosphere*.

Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui pengaruh lokasi, promosi, kualitas produk, dan *store atmosphere* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee* Tulungagung 2) untuk mengetahui pengaruh lokasi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee* Tulungagung 3) untuk mengetahui pengaruh promosi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee* Tulungagung 4) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee* Tulungagung 5) untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee* Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan adalah *non probability* dengan teknik *quota sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kusioner kepada konsumen 7 Bintang *Coffee*. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linear berganda yaitu untuk menguji validitas dan reliabilitas data, menguji multikolinieritas, uji regresi linear berganda, uji hipotesis yang meliputi uji simultan dan uji parsial, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi untuk membuktikan hipotesis penelitian menggunakan IBM SPSS 26.

Hasil dari penelitian ini adalah secara simultan 1) lokasi, promosi, kualitas produk, dan *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee*. Secara parsial 2) lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee*. 3) promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee*. 4) kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee*. 5) *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada 7 Bintang *Coffee*.

Kata Kunci: Lokasi, Promosi, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This thesis with the title “The Effect of Location, Promotion, Product Quality, and Store Atmosphere on Consumer Purchasing Decisions at 7 Bintang Coffee Tulungagung” was written by Muhammad Al Hub Zulfikar Sentiko, NIM. 12405193032 Sharia Business Management Study Program, Supervisor Rendra Erdkhadifa, M.Si.

This research is motivated by the increasing development of culinary businesses and cafes in the Tulungagung area, thus requiring business owners to be more careful in managing their business ventures. However, this has problems regarding the marketing strategy that exists at 7 Bintang Coffee. For this reason, the right strategy is needed to retain consumers and increase purchasing decisions. This strategy can be improved by improving location, promotion, product quality, and store atmosphere.

The objectives of this study are: 1) to determine the effect of location, promotion, product quality, and store atmosphere simultaneously on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee Tulungagung 2) to determine the effect of location significantly on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee Tulungagung 3) to determine the effect of promotion significantly on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee Tulungagung 4) to determine the effect of product quality significantly on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee Tulungagung 5) to determine the effect of store atmosphere significantly on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee Tulungagung.

This study uses quantitative methods and associative research types. The sample used is non probability with quota sampling technique. The number of samples was 100 respondents. In this study using primary data obtained by distributing questionnaires to consumers of 7 Bintang Coffee. This study uses data analysis with multiple linear regression, namely to test the validity and reliability of data, test multicollinearity, multiple linear regression tests, hypothesis testing which includes simultaneous tests and partial tests, classical assumption tests which include normality, heteroscedasticity, and autocorrelation tests to prove the research hypothesis using IBM SPSS 26.

The results of this study are simultaneously 1) location, promotion, product quality, and store atmosphere have a significant positive effect on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee. Partially 2) location has a significant positive effect on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee. 3) promotion has a significant positive effect on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee. 4) product quality has a significant positive effect on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee. 5) store atmosphere has a significant positive effect on purchasing decisions at 7 Bintang Coffee.

Keywords: Location, Promotion, Product Quality, Store Atmosphere, Purchasing Decisions