

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, *Store Atmosphere*, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan (Studi pada Konsumen Swalayan Gunung Makmur Kandat” ini ditulis oleh Arina Rosyada, NIM. 126405212076 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Dosen Pembimbing Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Variasi Produk.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan industri ritel yang pesat, sehingga memicu intensitas persaingan antar pelaku usaha di sektor yang sama. Kondisi ini membuat konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan ritel dengan mempertimbangkan faktor harga, kemudahan akses, kebiasaan dalam berbelanja, kenyamanan, serta persepsi terhadap lingkungan toko. Untuk dapat bersaing secara optimal, pelaku usaha perlu merancang strategi pemasaran yang didasarkan pada pemahaman perilaku konsumen, melalui peningkatan citra merek, *store atmosphere*, variasi produk, dan kualitas pelayanan.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk menguji pengaruh signifikan salah satu diantara variabel citra merek, *store atmosphere*, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen swalayan Gunung Makmur Kandat. 2) Untuk menguji pengaruh signifikan variabel citra merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Gunung Makmur Kandat. 3) Untuk menguji pengaruh signifikan variabel *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Gunung Makmur Kandat. 4) Untuk menguji pengaruh signifikan variabel variasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Gunung Makmur Kandat. 5) Untuk menguji pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Gunung Makmur Kandat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan 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 kuesioner kepada konsumen swalayan Gunung Makmur Kandat. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan *Software IBM SPSS 25* dengan menguji validitas dan reliabilitas data, uji multikolinieritas, uji regresi linear berganda, uji hipotesis yang meliputi uji simultan dan uji parsial, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi.

Hasil penelitian ini adalah 1) *Store atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen swalayan Gunung Makmur Kandat. 2) Citra merek, variasi produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen swalayan Gunung Makmur Kandat.

ABSTRACT

Thesis with the title “The Influence of Brand Image, Store Atmosphere, Product Variety, and Service Quality (Study on Consumers of Gunung Makmur Supermarket Kandat” is written by Arina Rosyada, NIM. 126405212076 Sharia Business Management Study Program, Supervisor Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Keywords: Brand Image, Product Variety, Purchasing Decisions, Service Quality, Store Atmosphere.

This research is motivated by the rapid growth of the retail industry, thus triggering the intensity of competition between business actors in the same sector. This condition makes consumers faced with various alternative retail choices by considering price factors, ease of access, shopping habits, comfort, and perceptions of the store environment. To be able to compete optimally, businesses need to design marketing strategies based on understanding consumer behavior, through improving brand image, store atmosphere, product variety, and service quality.

The objectives of this study were 1) To examine the significant influence of one of the variables of brand image, store atmosphere, product variety, and service quality on purchasing decisions of Gunung Makmur Kandat supermarket consumers. 2) To test the significant effect of brand image variables on purchasing decisions for consumers of Gunung Makmur Kandat Supermarket. 3) To test the significant effect of store atmosphere variables on purchasing decisions for consumers of Gunung Makmur Kandat Supermarket. 4) To test the significant effect of product variety variables on purchasing decisions for consumers of Gunung Makmur Kandat Supermarket. 5) To test the significant effect of service quality variables on purchasing decisions for consumers of Gunung Makmur Kandat Supermarket.

The research method used in this research is quantitative method with associative research type. The sample used is non probability with quota sampling technique. The sample size was 100 respondents. In this study using primary data obtained by distributing questionnaires to consumers of Gunung Makmur Kandat Supermarket. This study uses data analysis with IBM SPSS 25 software by testing the validity and reliability of the data, multicollinearity test, multiple linear regression test, hypothesis testing which includes simultaneous test and partial test, classical assumption test which includes normality test, heteroscedasticity, and autocorrelation.

The results of this study are 1) Store atmosphere does not have a significant effect on purchasing decisions of Gunung Makmur Kandat supermarket consumers. 2) Brand image, product variety, and service quality have a significant effect on purchasing decisions of Gunung Makmur Kandat supermarket consumers.