

**PENGARUH LOKASI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI PESONG MANNA  
BENGKULU  
SELATAN**



**SKRIPSI**

**OLEH**

**METRIZA ELAN SAYHARI**  
**NPM. 17040110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS DEHASEN  
BENGKULU  
2022**

# KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI PESONG MANNA BENGKULU SELATAN

Oleh:

**Metriza Elan Sayhari<sup>1)</sup>**

**Ahmad Soleh dan Rahman Febliansa<sup>2)</sup>**

## RINGKASAN

Peranan lokasi juga sangat berpengaruh besar dalam menentukan tingkat penjualan maupun menarik lebih banyak konsumen agar mau datang pada kedai pesong Manna Bengkulu Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada Kedai Pesong Manna Bengkulu Selatan.

Sampel dalam penelitian ini 65 orang pelanggan pada Kedai Pesong Manna Bengkulu Selatan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis.

Hasil regresi berganda memiliki persamaan  $Y = 10,272 + 0,332 (X_1) + 0,430 (X_2) + e$ , karena arah regresi yang positif maka dapat diartikan jika lokasi dan *store atmosphere* meningkat maka keputusan pembelian pada Kedai Pesong Manna Bengkulu Selatan juga akan meningkat. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Pesong Manna Bengkulu Selatan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  (3,224 > 1,669) dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Pesong Manna Bengkulu Selatan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  (3,518 > 1,669) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Lokasi ( $X_1$ ) dan *Store atmosphere* ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada Kedai Pesong Manna Bengkulu Selatan, hal ini dibuktikan dengan uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (20,101 > 3,15) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05

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

1) Calon Sarjana Ekonomi (Manajemen)

2) Dosen Pembimbing