

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, *STORE IMAGE*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TRI MART DI BLAHBATUH, GIANYAR**

**Abstrak**

Tri Mart Blahbatuh, Gianyar merupakan salah satu minimarket yang sampai saat ini mampu bersaing dengan minimarket sejenis yang semakin banyak bermunculan, sehingga untuk bertahan lebih baik dibutuhkan peningkatan keragaman produk, *store image*, dan *store atmosphere* untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh keragaman produk, *store image*, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Tri Mart di Blahbatuh, Gianyar.

Penelitian ini dilakukan pada Tri Mart Blahbatuh, Gianyar, menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen Tri Mart di Blahbatuh, Gianyar yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Sampel yang digunakan sebanyak 85 orang dengan metode *accidental sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian, *store image* berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian, dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian Tri Mart di Blahbatuh, Gianyar.

**Kata Kunci:** Keragaman Produk, *Store Image*, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

UNMAS DENPASAR

## **Abstract**

*Tri Mart Blahbatuh, Gianyar is one of the minimarkets that until now has been able to compete with similar minimarkets which are increasingly popping up, so to survive better it requires an increase in product variety, store image and store atmosphere to provide convenience for consumers. This study aims to examine and obtain empirical evidence of the effect of product diversity, store image, and store atmosphere on purchasing decisions at Tri Mart in Blahbatuh, Gianyar.*

*This research was conducted at Tri Mart Blahbatuh, Gianyar, using qualitative and quantitative data types. The population in this study is all consumers of Tri Mart in Blahbatuh, Gianyar whose exact number is not known. The sample used was 85 people with the accidental sampling method. The analytical tools used are multiple linear analysis.*

*The results of this study indicate that product diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions, store image has a positive and significant effect on purchasing decisions, and store atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions on Tri Mart in Blahbatuh, Gianyar.*

**Keywords:** *Product Diversity, Store Image, Store Atmosphere, Purchase Decision*

