

**PENGARUH LOKASI, KERAGAMAN PRODUK DAN *STORE*  
*ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA BINA SEJAHTERA MART**

**Abstrak**

Bina Sejahtera Mart merupakan toko ritel yang menjual berbagai kebutuhan pokok, yang mengalami penurunan tingkat penjualan pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh lokasi, keragaman produk dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bina Sejahtera Mart.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh lokasi, keragaman produk dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bina Sejahtera Mart. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bina Sejahtera Mart dengan 85 orang sebagai sampel. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bina Sejahtera Mart. (2) Keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bina Sejahtera Mart. (3) *Store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bina Sejahtera Mart.

Keterbatasan dalam penelitian ini berdasarkan hasil analisis determinasi, diperoleh nilai bahwa 38% dari prediksi terhadap variabel keputusan pembelian dipengaruhi atau diprediksi variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini. Hal tersebut bisa menjadi saran bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan berbagai variabel terkait keputusan pembelian agar memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat dan komprehensif.

UNMAS DENPASAR

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