

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG MINA PEGUYANGAN

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat pesat sejalan dengan zaman modern, hal itu membuat para pelaku usaha harus bersaing dengan pesaing yang ada. Setiap usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya untuk mempertahankan eksistensi usahanya ditengah persaingan. Ketatnya persaingan dan terjadinya fluktuasi pendapatan tahun 2020 di Warung Mina Peguyangan menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada Warung Mina Peguyangan cenderung tidak stabil. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *store atmosphere*, lokasi, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Warung Mina Peguyangan yang diambil pada tahun 2021. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere*, lokasi, dan variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Store Atmosphere*, Lokasi, Variasi Produk, dan Keputusan Pembelian

