

**PENGARUH LOKASI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUTI KEDIRI MALL**

Oleh:  
Celcia Aprilia Ardiati  
16418800

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan BUTI Kediri Mall. Pemilihan Sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Rao Ourba yaitu:  $N = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$  dan diperoleh hasil sebanyak 96 responden yang dijadikan sampel. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikoloneritas, uji heteroskedastisitas. Uji analisis data yang digunakan dalam menguji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Lokasi dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian di Buti Kediri Mall yang ditunjukkan dengan nilai R Square sebesar 0,905 atau 90,5% yang dimaksud angka tersebut yaitu pada penelitian ini, memiliki tingkat yang mampu dijelaskan sebesar 90,5% yang dijelaskan oleh variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat. Kemudian sisanya adalah  $100\% - 90,5 = 9,5\%$ . Pada penelitian ini, yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 9,5% karena tidak dicantumkan pernyataan pada penelitian ini.

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

**PENGARUH LOKASI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUTI KEDIRI MALL**

Oleh:  
Celcia Aprilia Ardiati  
16418800

**ABSTRAK**

This study aims to determine the effect of location and store atmosphere on purchasing decisions. The population in this study were all customers of BUTI Kediri Mall. Sample selection uses the Non Probability Sampling method, which is a sampling technique that does not provide equal opportunities / opportunities for each element or member of the population to be selected as samples. Sampling using the Rao Ourba formula, namely:  $N = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$  and the results obtained were 96 respondents who were sampled. The analysis prerequisite test includes normality test, autocorrelation test, multicolonary test, heteroscedaticity test. Test data analysis used in testing the hypothesis in this study using multiple regression analysis.

The results showed a positive and significant effect of Location and Store Atmosphere on Purchasing Decisions at Buti Kediri Mall as indicated by the R Square value of 0.905 or 90.5%, which means that in this study, it has an explainable level of 90.5. % which is explained by the independent variables on the dependent variable. Then the remainder is  $100\% - 90.5 = 9.5\%$ . In this study, what could not be explained by the independent variable on the dependent variable was 9.5% because there was no statement in this study.

**Keywords:** Location, Store Atmosphere, and Purchase Decisions