

ABSTRAK

Perkembangan dunia yang semakin modern, banyak masyarakat yang mulai meninggalkan hal-hal yang serba tradisional dan beralih pada hal-hal yang lebih modern. Terlihat dari perilaku masyarakat yang lebih suka berbelanja di toko modern daripada berbelanja di toko tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di GM Plaza Lumajang. Selanjutnya untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian di GM Plaza Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh pada penelitian ini didapatkan dari para konsumen yang telah berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang. Dalam penentuan sampel menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, Harga dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The development of an increasingly modern world, many people are starting to leave things that are completely traditional and switch to things that are more modern. It can be seen from the behavior of people who prefer to shop at modern stores rather than shopping at traditional stores. This study aims to determine the effect of Store Atmosphere, Product Diversity and Prices on Clothing Purchase Decisions at GM Plaza Lumajang. Furthermore, to find out which variables have the most influence on clothing purchasing decisions at GM Plaza Lumajang. The method used in this research is quantitative. The data obtained in this study were obtained from consumers who had shopped for clothes at GM Plaza Lumajang. In determining the sample using probability sampling with simple random sampling technique with the number of respondents as many as 60 respondents. Data were obtained by distributing questionnaires which were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study indicate that partially Store Atmosphere and Product Diversity variables have no effect on purchasing decisions. While the price variable has an effect on purchasing decisions.

Keywords: Store Atmosphere, Product Diversity, Price and Purchase Decision

