

**PENGARUH SUASANA TOKO, KERAGAMAN PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KOPERASI KARYAWAN MUSTIKATAMA DI LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Afiqotul Fitri
NIM. 214121904

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

PENGARUH SUASANA TOKO, KERAGAMAN PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPERASI KARYAWAN MUSTIKATAMA DI LUMAJANG

Abstrak

Koperasi Karyawan Mustikatama disingkat menjadi KKMT, merupakan bagian dari pasar modern yang menyediakan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan lainnya. Kenyamanan dalam suasana toko pada KKMT tersebut yaitu kesabaran dari karyawan dalam merapikan barang-barang setelah diacak-acak pembeli, terdengar alunan musik yang santai, kemudian tata letak produk yang rapi, kebersihan ruangan, pendingin beserta pengharum ruangan. Harga jualnya juga *standart* dan sedikit lebih murah dari toko swalayan lainnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara parsial dan simultan. Jumlah responden 40 orang yang melakukan pembelian pada KKMT di Lumajang. Dengan metode analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya keragaman produk dan persepsi harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisiendeterminasi sebesar 0,792.

Kata Kunci: Suasana Toko, Keragaman Produk, Dan Persepsi Harga

***THE EFFECT OF SHOP ATMOSPHERE, PRODUCT DIVERSITY,
AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS AT THE
MUSTIKATAMA EMPLOYEE COOPERATION IN LUMAJANG***

Abstract

Mustikatama Employee Cooperative abbreviated as KKMT, is part of the modern market that provides a variety of daily needs products both basic and other needs. Convenience in the atmosphere of the shop at the KKMT is the patience of employees in tidying up goods after ransacked buyers, sounds the music relaxed, then the layout of a neat product, cleanliness of the room, coolers and air freshener. The selling price is also standard and slightly cheaper than other supermarkets. The purpose of this research is to know the influence of store atmosphere, product diversity, and perception of price as partial and simultaneous. Number of respondents 40 people who made purchases at KKMT in Lumajang. With multiple linear regression analysis method, the result of research indicate that partially only product diversity and price perception influence to purchase decision. While simultaneously store atmosphere, product diversity, and price perception have an effect on purchasing decision. This is evidenced by the coefficient determination of 0.792.

Keywords: Store Atmosphere, Product Diversity, And Price Perception

