

## ABSTRAK

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu tujuan wisata yang paling dikenal oleh wisatawan domestic ataupun wisatawan asing. Tujuan wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan yaitu wisata belanja di daerah Malioboro. Diantara banyaknya toko batik dan kerajinan yang ada di sekitar Malioboro salah satunya adalah Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta. *Store Atmosphere* adalah salah satu faktor yang dapat diindikasikan mempunyai pengaruh terhadap suatu keputusan pembelian konsumen. Untuk itu Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta harus menerapkan *Store Atmosphere* pada tokonya dimana nantinya akan membuat para konsumen melakukan keputusan pembelian di Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan data primen dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda yang sebelumnya diuji dengan asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedestisitas, uji F, uji t, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 20.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan  $F_{hitung}$  sebesar 24,195 dan  $F_{tabel}$  2,47. Berdasarkan hasil hipotesis secara parsial di dapat variabel *Exterior* (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dari nilai  $t_{hitung}$  2,553 >  $t_{tabel}$  1,661. Variabel *General Interior* (X2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dari nilai  $t_{hitung}$  2.164 >  $t_{tabel}$  1,661. *Store layout* (X3) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. dari nilai  $t_{hitung}$  4.088 >  $t_{tabel}$  1,661. Dan variabel interior display (X4) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dari nilai  $t_{hitung}$  2.373 >  $t_{tabel}$  1,661.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, dan *Interior (P.O.P) Display* bersama-sama mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta. *Store Layout* merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Yogyakarta Special Region became one of the most well known tourist destination by foreign tourists or domestic tourists . Tourist destination frequented by tourists are shopping in Malioboro area. Among many stores batik and crafts around malioboro one is Mirota Batik branches Malioboro Yogyakarta. Store Atmosphere is one of the factors that can have an influence on the indicated consumer purchasing decisions. Therefore Mirota Batik branches Malioboro Yogyakarta must implement store atmosphere on store is where will make the consumers decision do purchases in Mirota Batik branches Malioboro Yogyakarta.

In this research methods used is descriptive method. Data was collected with the primary data and secondary data. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis were previously tested with the classical assumption of normality test, multicollinearity, heteroskedestitas test, F test, t test, correlation coefficient, coefficient of determination and processing of data using SPSS software version 20.

The results showed that simultaneous store atmosphere influence on purchase decisions, this is evidenced by the  $F_{count} > F_{table}$  with F count of 24,195 and  $F_{table}$  2.47. Based on the results in the partial hypothesis may Exterior variable (X1) partially significantly influence the purchasing decisions of  $t_{count} 2,553 > t_{table} 1,661$ . Variable General Interior (X2) partially significantly influence purchasing decisions. This can be seen from  $t_{count} 2,164 > t_{table} 1,661$  e. Store layout (X3) partially significantly influence purchasing decisions of  $t_{count} 4,088 > t_{table} 1,661$ . And variable Interior ( *P.O.P* ) Display (X4) partially significantly influence purchasing decisions of  $t_{count} 2,373 > t_{table} 1,661$ .

From the research it can be concluded that the Exterior, General Interior, Store Layout, and Interior (POP) Display jointly influence on the purchase decision Mirota Batik Branch Yogyakarta Malioboro. Store layout is the most influential factor in the purchase decision Mirota Branch Batik Yogyakarta Malioboro

Keywords: Store Atmosphere, Purchase Decision