

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Alfiandi Shafar Muhammad

120.2017.014

Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kedai Kopi Teras Senja Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Konsumen Produk Kedai Kopi Teras Senja).

xii halaman + 102 halaman + 24 tabel + 3 gambar + 8 lampiran

Uraian Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Store Atmosphere*, Harga dan Gaya Hidup mempengaruhi keputusan pembelian, serta mengetahui apakah *Store Atmosphere*, Harga dan Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam pandangan Islam. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengumpulan data adalah penggunaan kuesioner, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai Kopi Teras Senja, berjumlah 100 orang, sedangkan pengambilan sampel teknik menggunakan *Probability Sampling* yang dipilih dengan *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan uji deskriptif. Uji asumsi klasik, Uji Statistik (uji t dan F) dan koefisien determinasi, pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil tersebut menunjukkan *Store Atmosphere* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Agar pemasaran dapat berjalan dengan lancar dan mendapat berkah Kedai Kopi Teras Senja juga menjalankan etika bisnis Islam sendiri di antaranya menjaga kebersihan dan kenyamanan *Store Atmosphere*, memberikan Harga yang adil dan tidak meraup untung sebanyak banyaknya, menerapkan Gaya Hidup yang sangat sederhana dan sesuai dengan kebutuhan.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Harga, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.