

ABSTRAK

Rosalia Nandari 2023. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Store Atmosphere Sebagai Variabel Moderasi Pada Konsumen Toko Central Di Kota Gajah. Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA. Pembimbing (2) Nina Lelawati, S.E., M.M.

Semakin menjamurnya bisnis Toko Serba Ada menjadikan tingginya kompetisi antar kompetitor sehingga sangat penting untuk menentukan strategi yang tepat agar konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Pada Toko Central melakukan inovasi yang berbeda dalam menawarkan produknya atau alat-alat rumah tangga yang dijualnya kepada konsumen, dikarenakan target konsumen Toko Central sendiri cenderung membeli Produk atau alat-alat rumah tangga di pasar tradisional dari pada ke Toko besar seperti Toko Central. Maka dari itu Toko Central harus Melakukan kebijakan strategi pemasarannya seperti Produk, Harga, Store Atmosphere dan Promosi. Variabel pada strategi pemasaran diterapkan agar dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan atau melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan. Rumusan masalah dalam penelitian yaitu : Apakah Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko Central di Kota Gajah, Bagaimana peran Store Atmosphere pada Harga dan Promosi keputusan pembelian toko Central di Kota Gajah.

Tujuan penelitian yaitu Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko Central di Kota Gajah, Untuk mengetahui peran Store Atmosphere pada Harga dan Promosi keputusan pembelian pada konsumen dan pembelian toko Central di Kota Gajah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatori kuantitatif. Objek serta populasi penelitian adalah Para Konsumen Toko Central di Kota Gajah serta jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 82. Harga dan Promosi Berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta Store Atmosphere mampu mengetahui peran pada Harga dan Promosi Keputusan Pembelian dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut Harga berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap keputusan Pembelian, Promosi berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian, Store Atmosphere mampu memberi peran pada Harga dan Promosi Keputusan Pembelian.