

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Price*, Promosi, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian pada *Customer* di Giant Rajawali Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang berdomisili di Surabaya dan yang pernah membeli produk di Giant Supermarket Rajawali Surabaya.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lalu metode *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *sampling incidental* yaitu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan setiap kedatangan pengunjung yang sudah melakukan pembelian lebih dari satu kali pada Giant Rajawali Surabaya. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *price* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian karena harga yang dimiliki Giant Supermarket Rajawali lebih tinggi daripada pesaing-pesaingnya. Sedangkan untuk variabel promosi dan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan saat Giant Supermarket Rajawali mengadakan promosi terhadap produknya keputusan pembelian konsumen tampak meningkat secara signifikan, selain itu suasana toko yang mendukung konsumen lebih nyaman menghabiskan waktu selama berbelanja di Giant Supermarket Rajawali membuat keputusan pembelian meningkat juga.

**Kata Kunci :** *price*, harga, promosi, dan suasana toko

## ABSTRACT

This research aimed to find out and analyze the effect of Price, Promotion, and Store atmosphere on customers' buying decisions of Giant Rajawali, Surabaya. While, the population was 100 respondents who were in Surabaya and had bought some products at Giant Rajawali, Surabaya.

The data collection technique used non-probability sampling, in which the population did not have the same opportunity to be taken as the sample. Moreover, the sampling technique used incidental sampling, which was taken based on customers' visit and had bought more than ones at Giant Rajawali, Surabaya. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 20.

The research result concluded that price had a positive but insignificant effect on customers' buying decisions as the store had a higher price than any competitors. On the other hand, promotion and store atmosphere had a positive and significant effect on customers' buying decisions. This could be seen as the store gave promotion for every product, a number of customers increased significantly. Additionally, the store atmosphere which comforted customers while they were shopping; raised its buying decisions.

**Keywords:** Price, promotion, Store Atmosphere

