

ABSTRAK

Pelaku bisnis *coffee shop* dituntut untuk memiliki kesadaran terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen melalui inovasi yang disajikan dalam produk dan jasa yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada *Coffee Toffee MERR* Surabaya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang datang dan melakukan pembelian di *Coffee Toffee MERR* Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Penelitian ini menggunakan data primer dan metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Hasil regresi linier berganda memiliki hubungan positif antara harga, lokasi dan suasana toko dengan keputusan pembelian. Uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Uji kelayakan model menunjukkan bahwa model ini layak untuk digunakan dan uji t menunjukkan harga, lokasi dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian..

Bagi *Coffee Toffee MERR* Surabaya diharapkan dapat memperhatikan harga, lokasi dan suasana toko karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Bagi penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel lain yang belum dicantumkan dalam penelitian ini agar dapat memperluas penelitian dan periode penelitian yang lebih *update*.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Suasana Toko, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Coffee shop business people are required to have an awareness of the needs and desires of consumers through the innovations presented in the products and services offered. The purpose of this research to determine the influence of price, location and atmosphere of the store to purchase decisions on Coffee Toffee MERR Surabaya.

The population used in this research are consumers who come and make a purchase at Coffee Toffee MERR Surabaya with the number of samples of 98 respondents. This research uses primary data and data collection method is done by spreading the questionnaire. The results of multiple linear regression have a positive relationship between the price, location and atmosphere of the store with the purchase decision. The classical assumption test used has met the specified criteria. The model feasibility test indicates that this model is feasible to use and t test shows the store price, location and mood to have a significant influence on purchasing decisions.

For Coffee Toffee MERR Surabaya expected to pay attention to price, location and store atmosphere because it can influence purchase decision. For further research to add other variables that have not been included in this research in order to expand research and the research period more update.

Keywords: price, location, store atmosphere and purchase decision.

