

## ABSTRAK

**Nurul Fatimah, NIM 1820310152, Pengaruh Promosi *Online*, *Life Style*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Salwa Jepon Blora.**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui Pengaruh Promosi Online, Life Style, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Salwa Jepon Blora. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian menggunakan teknik *Non-probability Sampling*. Langkah-langkah dalam penelitian ini yaitu menyebarkan angket kepada konsumen yang telah melakukan pembelian di Salwa Jepon Blora dengan 97 sampel.

Penelitian ini memperoleh hasil yaitu adanya pengaruh secara signifikan variabel Promosi *Online* terhadap Keputusan Pembelian di Salwa Jepon Blora berdasarkan nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $7,600 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Adanya pengaruh secara signifikan variabel *Life Style* terhadap Keputusan Pembelian di Salwa Jepon Blora, berdasarkan nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $26,553 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Adanya pengaruh secara signifikan variabel *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Salwa Jepon Blora, berdasarkan nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $2,184 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi ( $0,031 < 0,05$ ). Hasil uji F didapatkan angka Fhitung sebesar 302,605 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Jadi Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $302,605 > 2,70$ ) dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Promosi *Online*, *Life Style*, dan *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Salwa Jepon Blora. Pengaruh tersebut diketahui oleh Adjusted R Square sebesar 0,904. Angka ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Promosi *Online*, *Life Style*, dan *Store Atmosphere* sebanyak 90,4% dan sisanya sebanyak 9,6% dijelaskan oleh variabel lain.

***Kata Kunci* : Promosi *Online*, *Life Style*, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian**