

## ABSTRAK

**Azza Silviah, 1620210194, “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minna Market Bandungrejo Jepara”.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel harga, kelengkapan produk, dan *store atmosphere* memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian di Minna Market Bandungrejo Jepara. Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan yaitu metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Minna Market Bandungrejo Jepara. Total sampel yang diambil adalah 135 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Metode yang dipakai untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dengan kuesioner dan memakai skala *likert* sebagai skala pengukurannya.

Hasil yang ditunjukkan dalam penelitian adalah variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *store atmosphere* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian secara simultan variabel harga, kelengkapan produk dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, besarnya pengaruh variabel harga, kelengkapan produk dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian berdasarkan *Adjusted R Square* adalah sebesar 34,7%, dan selebihnya sebesar 65,3% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain diluar penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 17,515 + 0,291 X_1 + 0,210 X_2 + 0,241 X_3 + e$ .

**Kata kunci:** Harga, Kelengkapan Produk, *Store Atmosphere* dan Keputusan Pembelian.