

ABSTRAK

Judul skripsi: **Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group Kudus)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen tunai Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group. Sampel yang digunakan berjumlah 40 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 16 *for windows*. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Store atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,367 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($\text{sig} < 0,05$). Sedangkan nilai t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3,675 > 2,028$. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,348 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($\text{sig} < 0,05$). Sedangkan nilai t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,274 > 2,028$. Keberagaman produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,265 dan nilai signifikansi sebesar 0,042 ($\text{sig} < 0,05$). Sedangkan nilai t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,107 > 2,028$. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh hasil persentase pengaruh variabel *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen sebesar 69,9%.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk, Minat Beli*