

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian survai pada konsumen Matahari Department Store di Kota Palembang dan sekitarnya. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Keragaman Produk dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Toko sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Konsumen Matahari Department Store).

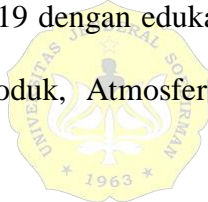
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen (keragaman produk dan atmosfer toko) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dengan variabel mediasi (citra toko).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Matahari Department Store di seluruh Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap citra toko, atmosfer toko berpengaruh positif terhadap citra toko, citra toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, citra toko memediasi hubungan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian dan citra toko memediasi hubungan antara atmosfer toko terhadap keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini ialah Matahari Department Store harus mampu membangun kembali kepercayaan masyarakat untuk berbelanja langsung ke gerai mereka di masa pandemi covid-19 dengan edukasi dan jaminan rasa aman ketika berbelanja.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Atmosfer Toko, Citra Toko, Keputusan Pembelian



SUMMARY

This research is a survey research on Matahari Department Store consumers in Palembang City and its surroundings. This research is entitled “The Influence of Product Diversity and Store Atmosphere on Purchase Decisions with Store Image as a Mediation Variable (Survey on Matahari Department Store Consumers).

This research aimed to examine the influence of independent variables (product diversity and store atmosphere) on the dependent variables (purchase decisions) with the mediating variable (store image).

Population of this research was customers of Matahari Department Store in Indonesian. The sample used purposive sampling.

Based on the results of statistical tests using SPSS showed product diversity has a positive significant impact on the store image. Store atmosphere has a positive significant impact on the store image, store image has a positive significant impact on the purchase decisions. Store image mediates the effect of product diversity on purchase decisions. Store image mediates the effect of store atmosphere on purchase decisions.

Implication of this research is Matahari Department Store must be able to rebuild public trust in shopping during the covid-19 pandemic with education and a sense of security when shopping.

Key Words: *Product Diversity, Store Atmosphere, Store Image, Purchase Decision*

