

## ABSTRAK

MUH. FARID AFANDI. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Cabang Perintis Kemerdekaan Makassar*. Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing 1 Andi Mappatempo dan Pembimbing 2 Muchriana Muchran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen Giant di kota Makassar. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner (primer) mengenai *store atmosphere* Giant dengan mengambil sampel 100 (seratus) responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* yang terdiri atas *store exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* secara serentak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Giant dan variabel *interior display* memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap variabel keputusan pembelian dengan *t* hitung sebesar 2.665. Sebesar 30,6% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independennya sedangkan sisanya 69,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: *store atmosphere*, *store exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display*, Keputusan Pembelian