

ABSTRAK

“Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan *Sales Promotion* terhadap Keputusan pembelian pada Warung Update di Bandar Lampung”

Oleh:

Fakhrudin Rabbani

1812110486

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* Harga dan *Sales Promotion* terhadap keputusan pembelian pada Warung Update di Bandar Lampung. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif kausalitas. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling dan purposive sampling Jumlah sample dalam penelitian ini yaitu 85 responden dengan rumus Hair. Alat analisis data pada penelitian ini menggunakan SmartPls 3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Warung Update di Bandar Lampung. Harga (X2) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Warung Update di Bandar Lampung. *Sales Promotion* (X3) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Warung Update di Bandar Lampung.

Kata kunci : *Store Atmosphere*, Harga, *Sales Promotion*, Dan Keputusan Pembelian