

## **ABSTRAK**

Siti Fatimatul Zharoh. 2025 Pengaruh Harga, Promosi, Kelengkapan Produk, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sari Rasa Kota Madiun . Tugas Akhir. Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Pembimbing (I) Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M, (II) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.,

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, kelengkapan produk, store atmosphere, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sari Rasa Kota Madiun. Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya persaingan toko perabotan rumah tangga di Kota Madiun dan pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 384 konsumen yang pernah berbelanja di Toko Sari Rasa, yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, store atmosphere, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, variabel kelengkapan produk berpengaruh positif namun tidak signifikan, dan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh aspek kenyamanan berbelanja, promosi yang menarik, serta pelayanan yang baik, dibandingkan dengan faktor harga dan kelengkapan produk semata.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kelengkapan Produk, Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

## **ABSTRAK**

Siti Fatimatul Zharoh. 2025 The Effect of Price, Promotion, Product Availability, Store atmosphere, and Service Quality on Purchasing Decisions at the Sari Rasa Store in Madiun City. Final Project. Undergraduate Management Program, Faculty of Economics and Business, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Supervisors: (I) Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M., (II) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.

This study aims to analyze the influence of price, promotion, product availability, store atmosphere, and service quality towards purchasing decisions at Sari Rasa Store in Madiun City. The background of this research is based on the high competition among home furnishing stores in Madiun City and the importance of understanding the factors that influence consumers' purchasing decisions. The method used in this study was quantitative with an associative approach. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 384 consumers who had shopped at Sari Rasa Store, who were selected purposively. The results show that promotion, store atmosphere, and service quality has a positive and significant effect towards purchasing decisions. Meanwhile, product availability has a positive but insignificant effect, and price had a negative and insignificant effect towards purchasing decisions. These findings indicate that consumer purchasing decisions are more influenced by shopping convenience, attractive promotions, and good service, rather than price and product availability alone.