

ABSTRACT

The research was aims to know the influence of store atmosphere and word of mouth on consumer's buying decision. The object for this research is visitor at Bakoel Koffie Cikini and Bintaro. This research was done to 100 respondents samples were determined by using the non probability and convinience sampling method and using quantitative-descriptive approach.. The multiple linear regression is run by SPSS software version 21 was used to analyse the data.

The result of this research shows that the variable store atmosphere not influence positive on buying decision and the variable word of mouth influence positive on buying decision at the Bakoel Koffie Cikini and Bintaro.

Keywords : Store Atmosphere, Word Of Mouth, and Buying Decicion.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suasana toko dan komunikasi dari mulut ke mulut terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Objek penelitian ini adalah pengunjung di Bakoel Koffie Cikini dan Bintaro. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan metode non probabilitas dan convenience sampling dan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Regresi Linear Berganda yang dijalankan dengan perangkat lunak SPSS versi 21 digunakan untuk menganalisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa store atmosphere tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan word of mouth berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Bakoel Koffie Cikini dan Bintaro.

Kata Kunci : Suasana Toko, Komunikasi dari Mulut ke Mulut, dan Keputusan Pembelian

