

ABSTRAK

Bella Lutfiyya, 11219322

PENGARUH HARGA, WORD OF MOUTH (WOM), DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO BUKU GRAMEDIA DEPOK MARGONDA.

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2021.

Kata Kunci : *Keputusan Pembelian, Harga, Word of Mouth, Store Atmosphere*
(xiii + 70 + Lampiran)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga, *Word of Mouth* (WOM) *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Toko Buku Gramedia Depok Margonda berusia ≥ 17 tahun yang pernah berkunjung minimal satu (1) kali serta seberapa besar pengaruh yang diberikan.

Penelitian dilakukan menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah uji instrumen, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi dengan alat bantu SPSS versi 25.

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Harga, *Word of Mouth* (WOM), dan *Store Atmosphere* baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Buku Gramedia Depok Margonda sebesar 65,1%.

Daftar Pustaka (2016-2021)