



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH SUASANA (*STORE ATMOSPHERE*), LOKASI DAN
KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP MOTIVASI
KONSUMEN BERBELANJA DI SWALAYAN
INDO A.YANI TANJUNG
BALAI KARIMUN**

Oleh

**Muhamad Ramdhani Khalid
11471106004**

Salah satu faktor pendorong konsumen untuk berbelanja adalah karna adanya motivasi. Motivasi merupakan suatu dorongan yang timbul dari dalam diri supaya dapat memenuhi semua keinginan dan kebutuhan kemudian menimbulkan dampak terhadap pembelian. Banyak perusahaan menarik dan memotivasi konsumen untuk berbelanja, hal ini secara otomatis akan diiringi dengan munculnya beberapa perusahaan sejenis yang menjadi kompetitor terberat. Semakin ketatnya persaingan antara pembisnis ritel modern, menyebabkannya di perlukannya peningkatan dalam perusahaan agar mampu menarik dan memotivasi konsumen untuk berbelanja dengan cara memunculkan keunikan atau ciri khas perusahaan yang membedakan dengan para pesaing, dengan demikian memungkinkan konsumen termotivasi untuk berbelanja. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, lokasi dan kelengkapan produk terhadap motivasi konsumen dalam berbelanja. Lokasi dalam penelitian ini pada Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden dengan menggunakan metode penarikan sampel accidental sampling dan analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian yang telah dilaksanakan, secara parsial dan simultan *store atmosphere*, lokasi dan kelengkapan produk memiliki pengaruh terhadap motivasi konsumen berbelanja pada Swalayan Indo A.Yani. Sementara koefisien determinasi (R^2) sebesar 60,3% *store atmosphere*, lokasi, dan kelengkapan produk dapat mempengaruhi motivasi konsumen untuk berbelanja pada Swalayan Indo A.Yani sementara sisanya 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Store Atmosphere, Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Motivasi Konsumen