ABSTRAK

Fashion muslim mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Kini busana muslim bukan sekedar untuk menutup aurat, namun telah bergeser menjadi trend bagi masyarakat. Hal ini disebabkan karena fashion muslim senantiasa melakukan perubahan menjadi lebih modern. Kini persaingan industri fashion muslim sangat ketat. Latar belakang penelitian ini adalah omzet Alifa Moslem Shopping Center yang fluktuatif dan cenderung menurun dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan karena semakin banyaknya pesaing yang menjual busana muslim.

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Store Image* dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Alifa Moslem Shopping Center. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store image* dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang pernah berbelanja di Alifa Moslem Shopping Center. Metode yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan software SPSS 22 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *store image* dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Alifa Moslem Shopping Center. Berdasarkan hasil uji F, hasil penelitian menunjukkan bahwa *store image* dan lokasi secara simultan mempengaruhi proses keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,278, hal ini berarti 27,8% proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel *store image* dan lokasi, sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya *hedonic shopping motivation*, promosi dan atribut produk.

Kata kunci: *store image*, lokasi dan proses keputusan pembelian.

ABSTRACT

Moeslem fashion occured significantly developments. Now muslim fashion not just to cover the genitals, but has shifted society trend. This is because muslim fashion always make changes to become modern. Now the moeslem fashion industry competition is very tight. The background of this research is the fluctuations turnover and disposed to decline in recent years. This is because the growing number of competitors that sell moslem clothing.

The research entitled Influence of Store Image and Location on Purchase Decision Process at Alifa Moslem Shopping Center. The research aims to determine influence of store image and location towards customer purchase decision at Alifa Moslem Shopping Center. Researcher disseminate questionnaire to 100 consumer who have ever shop at Alifa Moslem Shopping Center. The method used is non-probability sampling technique. Methods of data analysis performed using SPSS 22 software for windows.

The results of research showed, store Image and location have significant effect on customer purchase decision process. Based on F test result, showed store image and location simultaneously have significant effect on customer purchase decision. The coefficient of determination obtained for 0,278, this means 27,8% purchase decision process is influenced by the variables store image and location, while the rest can be explained by other variables not examined in this research, example hedonic shopping motivation, promotion and product attributes.

Keywords: store image, location and purchase decision process