

**THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND STORE  
ATMOSPHERE ON THE DECISION TO PURCHASE THE HIJAB  
PRODUCT at TOKO RAJA MURAH BERINGHARJO, YOGYAKARTA**

**Agung Norman Sasongko**

Management  
Faculty of Economy and Business  
Pembangunan Nasional “Veteran” University  
Yogyakarta

**Abstract**

*Price affects purchasing decisions. The price is more affordable then the purchase decision will increase. In general, people think if the quality of products offered by the store is good then it will have an impact on increasing purchasing decisions. In addition, a good store atmosphere and make consumers comfortable will also have an impact on increasing purchasing decisions. This research was conducted in Toko Raja Murah Beringharjo, Yogyakarta, which aims to know the influence of price, product quality and store atmosphere to purchase decision of hijab product. Respondents in this study amounted to 120 people, where therespondents are consumers of hijab product in Toko Raja Murah Beringharjo, Yogyakarta. The Analyzer used is by using Multiple Linear Regression and Hypothesis Test (F test and T test). The result of this study prove that the price, product quality and store atmosphere have a positive and significant impact on purchasing decisions.*

**Keywords:** Price, Product Quality, Store Atmosphere, and Purchase Decision.

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN SUASANA TOKO  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAB DI TOKO  
RAJA MURAH BERINGHARJO, YOGYAKARTA**

**Agung Norman Sasongko**

Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta

**Abstrak**

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin harga terjangkau maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Pada umumnya orang berpendapat kualitas produk yang ditawarkan toko adalah baik akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian. Selain itu, suasana toko yang baik dan membuat konsumen nyaman juga akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Toko Raja Murah Beringharjo Yogyakarta, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian produk hijab. Responden dalam penelitian ini berjumlah 120 orang, di mana responden adalah para konsumen produk hijab Toko Raja Murah Beringharjo, Yogyakarta. Alat analisis yang dipakai menggunakan Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis (uji F dan uji T). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga, kualitas produk dan suasana toko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Suasana Toko, dan Keputusan Pembelian.