

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA WEDANG KOPI PRAMBANAN**

Yulli Arta Nugraha

NIM. 141150338

artanugraha26@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Wedang Kopi Prambanan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda menggunakan aplikasi SPSS. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda menunjukkan hasil yaitu: (1) *Store Atmosphere*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. 2) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 4) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 5) kualitas Produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *store atmosphere*, kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian