

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA TFP KOPI WARUNG PASAR GEDHE DI KOTA SURAKARTA)

SHALSABILLA PRAMOEDYA HAYU AULIA
NIM. 141190118

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta
Shalsabillapha@gmail.com

ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada TFP Kopi Warung Pasar Gedhe. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada TFP Kopi Warung Pasar Gedhe di Kota Surakarta. Sumber data yang dipakai yaitu data primer, metode teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode purposive sampling dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang ditentukan; Uji kelayakan model menunjukkan bahwa model ini layak untuk digunakan dan variabel *store atmosphere* memiliki pengaruh paling besar dibandingkan dari semua variable independent; Uji t dan regresi dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas produk; kualitas pelayanan; *store atmosphere*; keputusan pembelian