

Penelitian dilakukan pada perusahaan Gate Store Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Kaliurang KM. 5 Pandega Karya No. 290, Sleman, Yogyakarta. Pengambilan data dimulai bulan maret 2015 sampai dengan bulan April 2015. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi liner berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah kualitas produk, harga, promosi penjualan, dan citra toko secara serempak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gate Store Yogyakarta. Hasil ini dapat dilihat dari nilai F sebesar 24,152 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Pengaruh Variabel kualitas produk, harga, promosi penjualan, dan citra toko terhadap keputusan pembelian sebesar 44,6% sedangkan sisanya 55,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Secara parsial variabel kualitas produk, promosi penjualan, dan citra toko mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, terbukti nilai signifikansi t dari ketiga variabel masing-masing lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ ($X1: 0,015 < 0,05$) ($X3: 0,010 < 0,05$) ($X4: 0,000 < 0,05$). Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh x signifikan terhadap keputusan pembelian, terbukti nilai signifikansi t lebih besar dari $\alpha = 5\%$ ($X2: 0,863 > 0,05$). Hal ini berarti semakin kuat kualitas produk, promosi penjualan dan citra toko maka semakin kuat pula keputusan pembelian. Terbukti variabel citra toko mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada konsumen pada Gate Store, yaitu dengan nilai koefisien beta sebesar 39,5%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan, Citra Toko, Keputusan Pembelian.