

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BAHAN KUE INTISARI YOGYAKARTA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian di Toko bahan kue Intisari Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Yang menjadi responden penelitian adalah konsumen yang melakukan transaksi pembelian secara langsung di Toko Intisari dalam rentang waktu bulan Juni – Agustus 2021 dengan usia minimal 17 tahun. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian membuktikan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian membuktikan bahwa *store atmosphere* merupakan variabel independen yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Intisari Yogyakarta.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, AND ATMOSPHERE STORE ON PURCHASE DECISIONS AT INTISARI CAKE MATERIAL STORE* YOGYAKARTA**

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality, product quality, and store atmosphere on purchasing decisions at the Intisari Yogyakarta bakery, either partially or simultaneously. This research was conducted using quantitative methods. The technique used to determine the number of samples is purposive sampling method with a total sample of 100 respondents. The research respondents are consumers who make direct purchase transactions at Intisari Stores in the period from June to August 2021 with a minimum age of 17 years. The results of the study prove that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the study prove that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the study prove that the store atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results also prove that simultaneously service quality, product quality and store atmosphere have a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the study prove that store atmosphere is the most dominant independent variable in influencing purchasing decisions at the Intisari Store Yogyakarta.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Store Atmosphere, Purchase Decision*