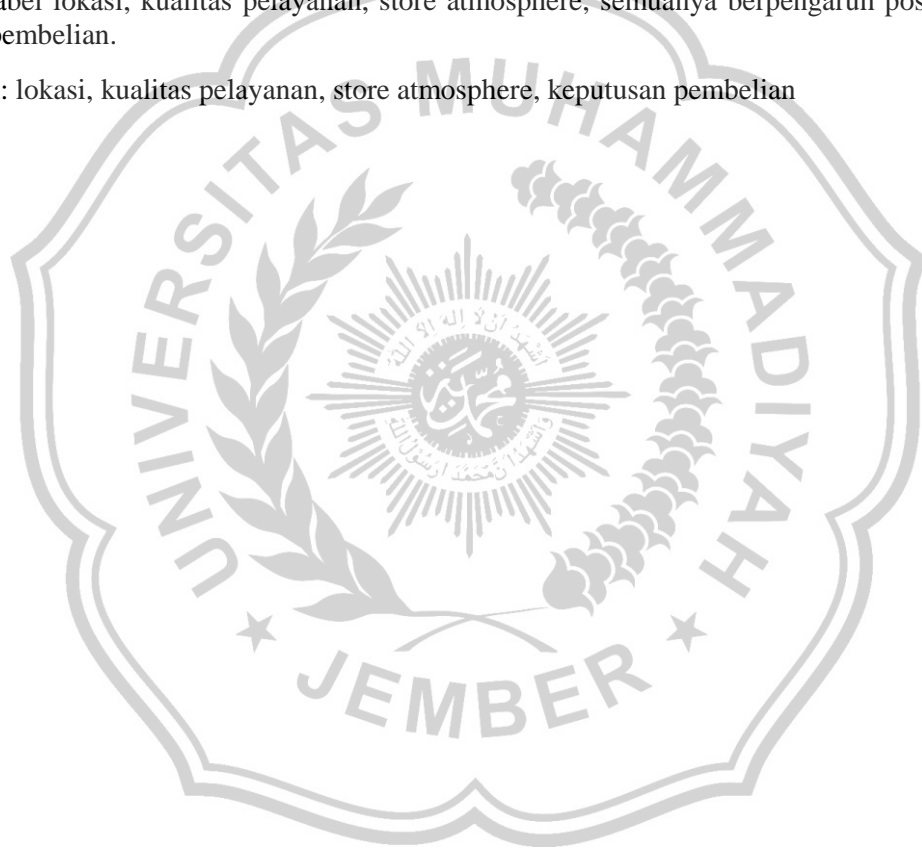


## ABSTRAK

Persaingan antar tempat makan menjadi semakin ketat dalam memikat konsumen dan meningkatkan penjualan. Berbagai cara dapat digunakan dalam meningkatkan penjualan, mempertahankan pelanggan lama, dan mendapatkan pelanggan baru. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, dari masalah tersebut Warung Toebruk Jember harus mampu mensiasati kekurangan tersebut agar tetap dapat memberikan pelayanan yang prima. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, store atmosphere terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah lokasi, kualitas pelayanan, store atmosphere berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* sedangkan data yang digunakan berupa data sekunder dan data primer. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan software IBM SPSS 23.0. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel lokasi, kualitas pelayanan, store atmosphere, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

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



## **ABSTRACT**

*Competition between places to eat is getting tougher in attracting consumers and increasing sales. Various methods can be used to increase sales, retain existing customers, and acquire new customers. Purchasing decisions can be influenced by several variables, from these problems Warung Toebruk Jember must be able to deal with these deficiencies in order to continue to provide excellent service. The purpose of this study was to determine the effect of location, service quality, store atmosphere on purchasing decisions. The hypothesis in this study is location, service quality, store atmosphere partially significant effect on purchasing decisions. The sampling technique in this study is non-probability sampling using purposive sampling, while the data used are secondary data and primary data. The analysis used is multiple linear regression using IBM SPSS 23.0 software. From the results of the analysis using regression, it can be seen that the variables of location, service quality, store atmosphere, all have a positive effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *location, service quality, store atmosphere, purchasing decisions*

