

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Resto Azkiya Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 96 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel lokasi, kualitas pelayanan dan store atmosphere, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil lokasi, kualitas pelayanan dan store atmosphere, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This research was conducted at customers of Resto Azkiya Jember. This study aims to determine the effect of location, service quality and store atmosphere on purchasing decisions. In this study the data was collected by means of observations, interviews and questionnaires on 96 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (t test and coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that location variables, service quality and store atmosphere, all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test results obtained location, service quality and store atmosphere, all have a significant effect on purchasing decisions.

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

