

## **ABSTRAK**

**Fakultas Ekonomi**

**Program Studi S-1 Manajemen**

**(2021)**

(Pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepuasan konsumen)

112 halaman + xii halaman, 28 tabel, 6 gambar, dan lampiran

### **Uraian Abstrak**

Banyak usaha dibidang minuman menyebabkan persaingan bisnis yang kompetitif, hal tersebut berdampak kepada pemilihan konsumen yang beraneka ragam, dan menuntut setiap usaha untuk selalu unggul baik dari kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi lapangan dengan melakukan survey. Data primer yang dikumpulkan dari 134 responden melalui penyebaran Kuesioner. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *moe*. Sedangkan untuk analisis data penulis menggunakan *path analysis* dimana analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli kopi di *coffee shop* Teras Senja.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa variable *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian kopi di *coffee shop* Teras Senja.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Faculty Of Economy And Bussiness  
Study Program S-1 Management  
2021*

***The Effect of service quality and store atmosphere on purchasing decisions mediated by customer satisfaction***

*112 pages + xii pages, 28 tables, 6 pictures and attachments*

### ***Abstract***

Many beverage businesses lead to competitive business competition, this has an impact on the selection of diverse consumers, and requires every business to always excel in service quality, store atmosphere, and customer satisfaction in order to influence purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and store atmosphere on purchasing decisions mediated by consumer satisfaction.

The data collection technique used is a field study with do a survey. Primary data collected from 134 respondents through Questionnaire distribution. The sample in this study was taken using moe technique. As for the analysis of the data writer uses path analysis where this analysis aims to determine whether these variables affect consumer purchasing decisions in buying coffee at the Teras Senja coffee shop.

The results of this study indicate that the variables of the store atmosphere, and the quality of service that most influence the decision to purchase coffee at the Teras Senja coffee shop.

Keywords: Service Quality, Store Atmosphere, Purpose, and Purchase Decision