

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Konsumen Noms Kopi Klotok Semarang)

Alvina Aprilia Diasty 17.05.51.0124

Penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk, persepsi harga, *store atmosphere*, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Noms Kopi Klotok Semarang). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Noms Kopi Klotok Semarang. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner sebanyak 105 responden yang berkunjung dan melakukan pembelian di Noms Kopi Klotok Semarang. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *loading factor*, uji reliabilitas dengan *alpha cronbach* dan uji analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, STORE ATMOSPHERE, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS (A Study On Customer Noms Kopi Klotok Semarang)

Alvina Aprilia Diasty 17.05.51.0124

This study is to explain the influence of product quality price perception, store atmosphere, and service quality on purchasing decisions (study on consumers of Noms Kopi Klotok Semarang). The population in this study is all consumers who visit and make purchases at Noms Kopi Klotok Semarang. The data collection of this study using questionnaire dissemination method as many as 105 respondents who visited and made purchases at Noms Kopi Klotok Semarang. The data testing techniques used in this study used validity tests with loading factors, reliability tests with alpha cronbach and multiple regression analysis tests. The results showed the quality of the product did not have a significant effect on the purchase decision, the perception of the price had a positive and significant effect on the purchase decision, the store atmosphere had no significant effect on the purchase decision, the quality of the service had a positive and significant effect on the purchase decision.

Keywords : Product Quality, Price Perception, Store Atmosphere, Service Quality to Purchase Decisions