

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir” ini ditulis oleh Salma Khusniati, NIM. 126405212147, Dosen Pembimbing Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Kata Kunci : Lokasi, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Variasi Produk dan Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan bisnis kafe yang ada di daerah Tulungagung, sehingga menimbulkan adanya persaingan yang semakin ketat. Sehingga mendorong pemilik Kedai Kopi Onderan Kalidawir untuk menentukan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian. Dengan memperhatikan faktor-faktor seperti lokasi, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan variasi produk untuk dijadikan strategi dalam menarik konsumen agar mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian.

Tujuan dari penelitian yaitu untuk (1) menguji pengaruh signifikan salah satu variabel lokasi, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir (2) menguji pengaruh lokasi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir (3) menguji pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir (4) menguji pengaruh *store atmosphere* secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir (5) menguji pengaruh variasi produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *quota sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan menguji validitas dan reliabilitas data, uji multikolinearitas, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian ini adalah (1) lokasi, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan variasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir (2) lokasi, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir (3) variasi produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir.

ABSTRACT

This thesis entitled “The Influence of Location, Service Quality, Store Atmosphere and Product Variety on Purchasing Decisions at Onderan Kalidawir Coffee Shop” was written by Salma Khusniati, NIM. 126405212147, Supervisor Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Keywords: Location, Service Quality, Store Atmosphere, Product Variety and Purchasing Decisions.

This research is motivated by the development of the kafe business in the Tulungagung area, resulting in increasingly fierce competition. This prompted the owner of the Onderan Kalidawir Coffee Shop to determine the right strategy to retain customers and increase purchasing decisions. Factors such as location, service quality, store atmosphere, and product variety were considered as strategies to attract customers and encourage them to make purchasing decisions.

The purpose of the study is to (1) test the significant influence of one of the location variables, service quality, store atmosphere and product variety on purchasing decisions at the Onderan Kalidawir coffee shop (2) test the significant influence of location on purchasing decisions at the Onderan Kalidawir coffee shop (3) test the significant influence of service quality on purchasing decisions at the Onderan Kalidawir coffee shop (4) test the significant influence of store atmosphere on purchasing decisions at the Onderan Kalidawir coffee shop (5) test the significant influence of product variety on purchasing decisions at the Onderan Kalidawir coffee shop.

This study employed a quantitative approach with an associative approach. The sampling technique employed non-probability sampling with quota sampling. The sample size was 100 respondents. Primary data were obtained through questionnaire distribution. Data analysis included validity and reliability testing, multicollinearity testing, multiple linear regression testing, hypothesis testing, and classical assumption testing.

The results of this study are (1) location, service quality, store atmosphere and product variety simultaneously have a significant influence on purchasing decisions at the Onderan Kalidawir coffee shop (2) location, service quality and store atmosphere partially have a significant influence on purchasing decisions at the Onderan Kalidawir coffee shop (3) product variety partially does not have a significant influence on purchasing decisions at the Onderan Kalidawir coffee shop.