

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPI LINGSIR BANGLI**

Oleh

**Komang Crisna Adi Putra S, NIM 1817041162**

**Jurusan Manajemen**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian pada Kopi Lingsir Bangli. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 130 responden, teknik sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 14,4%. (2) *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 7.6%. (3) kualitas produk dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 78,5% serta pengaruh variabel lain sebesar 21,5%.

**Kata Kunci :** keputusan pembelian, kualitas produk, *store atmosphere*

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND ATMOSPHERE STORE ON  
PURCHASE DECISIONS IN LINGSIR BANGLI COFFEE***

**By**

**Komang Crisna Adi Putra S, NIM 1817041162**

**Jurusan Manajemen**

***ABSTRACT***

*This study aims to examine the effect of product quality and store atmosphere either simultaneously or partially on purchasing decisions at Kopi Lingsir Bangli. The number of samples in this study were 130 respondents, the sample technique used was purposive sampling technique. The data collection method used is the questionnaire method. The data analysis technique in this research is quantitative using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) product quality has a positive and partially significant effect on purchasing decisions with a contribution of 14.4% influence. (2) store atmosphere has a positive and significant effect partially on purchasing decisions with a contribution of 7.6% influence. (3) product quality and store atmosphere have a significant effect on purchasing decisions with a contribution of 78.5% influence and the influence of other variables of 21.5%.*

***Keywords:*** *purchasing decisions, product quality, store atmosphere*

