

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM CRISPY KRIUK ( ACK ) DI SINGARAJA**

Oleh

**Kadek Suardana, NIM. 2217011055**

**Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang merupakan konsumen ACK di Singaraja. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi yang diolah menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, *store atmosphere* juga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, variabel kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *store atmosphere* mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 84,1%, sedangkan sisanya sebesar 15,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND STORE ATMOSPHERE  
PURCHASING DECISIONS FOR AYAM CRISPY KRIUK ( ACK ) IN SINGARAJA***

**By**

**Kadek Suardana, NIM. 2217011055**

***Economic Education Study Program***

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of service quality on purchasing decisions, to analyze the effect of store atmosphere on purchasing decisions, and to analyze the simultaneous effect of service quality and store atmosphere on consumer purchasing decisions. This study uses a quantitative approach with data collection techniques through interviews and the distribution of questionnaires to 150 respondents who are consumers of ACK in Singaraja. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing was conducted using the t-test, F-test, and coefficient of determination test processed using SPSS version 25. The results show that partially, service quality has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. In addition, store atmosphere also partially has a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the variables of service quality and store atmosphere have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. The coefficient of determination results indicate that service quality and store atmosphere contribute 84.1% to purchasing decisions, while the remaining 15,9% is influenced by other variables not examined in this study.*

*Keywords : service quality, purchase decisions, store atmosphere*