

ABSTRAK

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GEPREK KING DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

M. Yusuf Irfan Al Wahid

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Store Atmosphere, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Geprek King Bandar Lampung, jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah konsumen yang membeli Geprek King di Kota Bandar Lampung, sehingga sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Ferdinand (2014) yaitu 18×5 dimana 18 adalah seluruh indikator variable penelitian, berdasarkan rumus tersebut sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 90 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik proporsive sampling dengan total pernyataan sebanyak 40 pernyataan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan variable yang diteliti yaitu Store Atmosphere (X1), Cita Rasa (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, berdasarkan uji t secara persial seluruh variable bebas yaitu Store Atmosphere (X1) dengan nilai T_{hitung} 3,392, Cita Rasa (X2) nilai T_{hitung} 2,812 dan Kualitas Pelayanan (X3) dengan nilai T_{hitung} 2,256 secara persial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) pada Geprek king di Kota Bandar Lampung. Atas dasar hasil penelitian ini maka saran pada penelitian adalah manajemen atau pengelola Geprek King di Kota Bandar Lampung harus mempertahankan kinerja manajemen untuk meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen pada Geprek King di Kota Bandar Lampung dengan memperhatikan Store Atmosphere, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan yang ada di Geprek King Bandar Lampung.

Keyword : *Store Atmosphere, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, TASTE, AND QUALITY SERVICE ON PURCHASE DECISION GEPREK KING IN BANDAR LAMPUNG

By :

M. Yusuf Irfan Al Wahid

This research aims to determine the effect of Store Atmosphere, Taste and Service Quality on Purchasing Decisions at Geprek King Bandar Lampung. The type of research used is quantitative with a consumer population of Geprek King in Bandar Lampung City. Samples were taken using the Ferdinand formula, and 90 people were obtained. Data collection techniques used a questionnaire with a purposive sampling technique. The analytical tool used is multiple linear regression. The research result states that based on the t-test, partially all independent variables affect purchase decision. This research suggest to management to improve purchase dicision by paying attention to Store Atmosphere, Taste, and Service Quality.

Keywords : Store Atmosphere, Taste, Service Quality, Purchase Decision