

PURCHASE DECISION AT COFFEE SHOP ROUTINE

By Meirina Purnama Ningrum

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of store atmosphere and service quality on purchase decision. The population in this study are consumer and customer of coffee shop Routine. The sample size was taken as many as 50 respondents, with a probability sampling method, with simple random sampling. Data collection was carried out through questionnaires using google form. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicate that (1) store atmosphere significantly influence purchase decision with path coefficient values of 0,680. (2) service quality does not influence purchase decision with the path coefficient of 0,244.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality and Purchase Decision.

KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP ROUTINE*

Oleh Meirina Purnama Ningrum

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dan pelanggan *coffee shop Routine*. Ukuran Sampel yang diambil sebanyak 50 responden, dengan metode *probability sampling*, yaitu *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui google form. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (Partial Least Square) dengan *software SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,680. (2) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,244.

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