

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada outlet edelweissoutdoor Lumajang. Baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan tidak dapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada outlet edelweissoutdoor Lumajang. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan Teknik yang dipilih *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel *store atmosphere* tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian. Dengan koefisien determinasi (*adjiisted R<sup>2</sup>*) diperoleh sebesar 0,243, yang menunjukkan bahwa 24,3% variabel independen yaitu *store atmosphere* dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 75,7% keputusan pembelian oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

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

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of store atmosphere and service quality on purchasing decisions at Lumajang e-outlet outlets. Both partially and simultaneously. This study tests the hypothesis which states that there is no influence of store atmosphere on purchasing decisions and there is an influence of service quality on purchasing decisions at Lumajang e-outlet outlets. This type of research used is quantitative research and uses multiple linear regression analysis techniques. The sampling used in this study is to use nonprobability sampling with the technique chosen accidental sampling. The results showed that for the store atmosphere variable there was no influence on purchasing decisions while for service quality variables had a partial effect on purchasing decisions. With the coefficient of determination (adjusted  $R^2$ ) obtained by 0.243, which shows that 24.3% of the independent variables namely store atmosphere and service quality while the remaining 75.7% of purchasing decisions by other variables not examined in this study. The limitation of this study is only to examine the effect of store atmosphere and service quality on purchasing decisions, while other variables that influence purchasing decisions are expected to be investigated by subsequent researchers.*

*Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, and Purchasing Decisions.*

