

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA JO AND ANN CAFE LUMAJANG**

ABSTRAK

Jo and Ann Cafe adalah salah satu *cafe* yang berada di kota Lumajang. *Jo and Ann Cafe* menyediakan berbagai macam makanan dan minuman kekinian. Tempatnya *intragammable* dan terdapat wifi gratis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *Jo and Ann Cafe Lumajang*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan dalam penelitian ini banyaknya responden yang digunakan adalah 60 responden. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut: 1) *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Jo and Ann Cafe Lumajang*. 2) kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Jo and Ann Cafe Lumajang*. 3) *word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Jo and Ann Cafe Lumajang*. 4) koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,542 atau 54,2% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan *word of mouth*.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Word of Mouth, dan Keputusan Pembelian*

**THE INFLUENCES OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, AND
WORD OF MOUTH ON PURCHASING DECISIONS
AT JO AND ANN CAFE LUMAJANG**

ABSTRACT

Jo and Ann Cafe is one of the cafes in the city of Lumajang. Jo and Ann Cafe provides a varieties of contemporary foods and beverages. The place is also instagrammable and there is also free wifi. This study aims to determine how much influence store atmosphere, service quality, and word of mouth on the purchase decision of Jo and Ann Cafe Lumajang. The research method used in research is quantitative. Data was collected through the distribution of questionnaires, and in this study the number of respondents used was 60 respondents. With the population number in this study is infinite and the sampling technique used is accidental sampling technique. Hypothesis testing is carried out by multiple regression analysis techniques. After carrying out partial testing or t test, the following results were obtained: 1) store atmosphere has a significant effect on the purchase decision in Jo and Ann Cafe Lumajang. 2) service quality has a significant effect on the purchase decision in Jo and Ann Cafe Lumajang. 3) word of mouth did not had a significant influence on the purchase decision in Jo and Ann Cafe Lumajang. 4) The coefficient of determination (R^2) obtained is 0.542 or 54.2% of purchase decision can be explained by the variables store atmosphere, service quality, and word of mouth.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Word of Mouth, and Purchase Decision