

***THE INFLUENCE OF LOCATION, QUALITY OF SERVICE AND CAFÉ ATMOSPHERE  
ON THE DECISION TO PURCHASE IN PANDAWA PONDOK KOPI LAMONGAN***

DIAN FEBRI PRASETYO

20042022

***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to determine the influence of location, service quality, café atmosphere partially and simultaneously on PT purchasing decisions. Pandawa Pondok Kopi Lamongan. This research uses quantitative research methods, the sample size is 100 respondents with multiple regression analysis using SPSS 25.0. The research results show that Location (X1) has a significant influence on purchasing decisions, Service Quality (X2) has a significant influence on purchasing decisions and Café Atmosphere (X3) also has a significant influence on purchasing decisions. the independent variables (Location X1, Service Quality X2, Cafe Atmosphere Meanwhile, the adjusted R Square value for Location X1, Service Quality X2, Cafe Atmosphere X3 as an influence of 0.720 or 72% on purchasing decisions, while the remaining 0.28 or 28% is influenced by other variables not examined in this research.*

***Keywords:*** Location, Service Quality, Cafe Atmosphere and purchasin

# **PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA CAFÉ TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PANDAWA PONDOK KOPI LAMONGAN**

Oleh

DIAN FEBRI PRASETYO

20042022

## **ABSTRAK**

. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Suasana Café secara persial dan simultan terhadap keputusan pembelian PT. Pandawa Pondok Kopi Lamongan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif , jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan analisis regresi berganda melalui SPSS 25.0. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Lokasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan Suasana Café (X3) juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. variabel *independent* (Lokasi X1, Kualitas Pelayanan X2, Suasana Cafe X3) terhadap variabel *dependent* keputusan pembelian adalah kuat dan berpengaruh secara bersama-sama (simultan). Sedangkan nilai adjust R Square Lokasi X1, Kualitas PelayananX2, Suasana CafeX3 berpengaruh sebesar 0,720 atau 72% terhadap keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 0,28 atau 28% dipengaruhi oleh varibel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini..

**Kata kunci :** Lokasi, Kualitas Pelayanan, Suasana Cafedan keputusan pembelian