ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan *store atmosphere* untuk mempengaruhi keputusan pembelian, dimana citra restoran digunakan sebagai variabel intervening terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pondok Ijo Weleri Kendal.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil *sample* menggunakan terknik *purposive sampling*, yaitu konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli di Restoran Pondok Ijo minimal satu kali dan berusia minimal 14 tahun hingga 40 tahun keatas. Pengumpulan data diperoleh dari 100 konsumen Restoran Pondok Ijo dengan memberikan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terbuka dianalisis secara kualitatif, dan jawaban terhadap pertanyaan tertutup dianalisis dengan metode Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS 22.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan *store atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap cita restoran dan citra restoran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, *Store Atmosphere*, Citra Restoran, Keputusan Pembelian