

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan atmosfer *coffee shop* terhadap keputusan pembelian konsumen *coffee shop* CoffeeGroove . Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 konsumen CoffeeGroove yang pernah datang dan mencoba produk minuman pada CoffeeGroove. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, dan menggunakan metode jenis *Sampling Insidental*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F, dan koefisien Determinasi (R^2).

Hasil analisis menggunakan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *coffee shop* CoffeeGroove. Kedua, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *coffee shop* CoffeeGroove. Ketiga, variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *coffee shop* CoffeeGroove. Keempat variabel atmosfer *coffee shop* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *coffee shop* CoffeeGroove

Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan atmosfer *coffee shop* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *coffee shop* CoffeeGroove. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi diketahui bahwa 59,8% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan atmosfer *coffee shop*, sedangkan 40,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Atmosfer Coffe Shop.