

## ABSTRAK

Nama : Nazila Firza  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Graha *Coffee&Resto* di Lhokseumawe

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap keputusan berkunjung pada Graha *Coffee & Resto* di Lhokseumawe. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 96 orang. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan penyebaran kuesioner, dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal dan buku. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji instrumen (validitas dan reliabilitas), pengujian hipotesis (uji-t dan uji-F) dengan menggunakan program SPSS versi 21.0. Hasil pengujian menunjukkan bahwa : 1) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Graha *Coffee & Resto* di Lhokseumawe. Hasil pengujian tersebut diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 11,346 dengan signifikansi  $0,007 > 0,05$ . dengan demikian hasil pengujian hipotesis pada uji F(simultan) menunjukkan adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan *store atmosphere* secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung. 2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Graha *Coffee & Resto* di Lhokseumawe. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,098 maka H1 diterima, kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,005 maka H2 diterima, dan *store atmosphere* ( $X_3$ ) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,048 maka H3 diterima. Dari ketiga variabel mempunyai nilai signifikansi  $< 0,05$ , dengan demikian hasil uji t (parsial) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) serta *store atmosphere* ( $X_3$ ) terhadap keputusan berkunjung (Y) pada Graha *Coffee & Resto* di Lhokseumawe.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Keputusan Berkunjung.

## **ABSTRACT**

*Name : Nazila Firza  
Study Program : Management  
Title : The Influence of Service Quality, Product Quality and Store Atmosphere on the Decision to Visit Graha Coffee & Resto in Lhokseumawe.*

*The purpose of this study is to determine and analyze the influence of service quality, product quality and store atmosphere on the decision to visit Graha Coffee & Resto in Lhokseumawe. This type of research uses associative research types and sampling techniques in this study using purposive sampling techniques with a total of 96 respondents. Primary data in this study were taken by distribution of questionnaires, and secondary data obtained from journals and books. The data analysis techniques used are descriptive analysis methods and multiple linear regression analysis, classical assumption tests, instrument tests (validity and reliability), hypothesis testing (t-test and F-test) using the SPSS program version 21.0. The test results showed that: 1) simultaneously influenced the decision to visit Graha Coffee & Resto in Lhokseumawe. The test results obtained a  $F_{\text{calculate}}$  value of 11.346 with a significance of  $0.007 > 0.05$ . thus the results of hypothesis testing on the F (simultaneous) test show the influence of service quality variables, product quality and store atmosphere together on the decision to visit. 2) paarsial influence on the decision to visit Graha Coffee & Resto in Lhokseumawe. The test results partially show that service quality ( $X_1$ ) has a regression coefficient of 0.098 then  $H_1$  is accepted, product quality ( $X_2$ ) has a regression coefficient of 0.005 then  $H_2$  is accepted, and store atmosphere ( $X_3$ ) has a regression coefficient of 0.048 then  $H_3$  is accepted. Of the three variables, it has a significance value of  $< 0.05$ , thus the results of the t test (partial) show a positive and significant influence of the variables of service quality ( $X_1$ ), product quality ( $X_2$ ) and store atmosphere ( $X_3$ ) on the decision to visit (Y) at Graha Coffee & Resto in Lhokseumawe.*

**Keywords: Service Quality, Product Quality, Store Atmosphere, Visit Decision.**