

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Quality Product* terhadap **Keputusan Pembelian** dengan **Citra Merek** sebagai Variabel Intervening. Variabel penelitian yaitu *Store Atmosphere*, *Quality Product*, **Keputusan Pembelian** dan **Citra Merek**. Metode pengumpulan data melalui survei dan menyebarkan kuesioner dengan sampel **100** responden. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Structral Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS). untuk uji hipotesis digunakan yaitu Path Coeficient yaitu pengujian yang dilakukan untuk melihat pengaruh langsung dan Indirect Effect merupakan pengujian yang bertujuan untuk melihat pengaruh tidak langsung.

Hasil penelitian yang didapatkan yaitu : a). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Habie Store Padang. b). Tidak terdapat pengaruh antara *Quality Product* terhadap Keputusan Pembelian pada Habie Store Padang. c). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap Citra Merek pada Habie Store Padang. d). Tidak terdapat pengaruh antara antara *Quality Product* terhadap Citra Merek pada Habie Store Padang. e). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Habie Store Padang. f). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara antara *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek sebagai variabel intervening pada Habie Store Padang. g).Tidak terdapat pengaruh antara *Quality Product* terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek sebagai variabel intervening pada Habie Store Padang.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Quality Product*, Keputusan Pembelian, Dan Citra Merek.

ABSTRACT

This study aims to determine how big the influence of Store Atmosphere and Product Quality on Purchase Decisions with Brand Image as an Intervening Variable. The research variables are Store Atmosphere, Product Quality, Purchase Decision and Brand Image. Methods of collecting data through surveys and distributing questionnaires with a sample of 100 respondents. The analytical method used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS). To test the hypothesis, the Path Coefficient is used, which is a test carried out to see the direct effect and the Indirect Effect is a test that aims to see the indirect effect.

The research results obtained are: a). There is a positive and significant influence between Store Atmosphere on Purchase Decisions at Habie Store Padang. b). There is no influence between Product Quality on Purchase Decisions at Habie Store Padang. c). There is a positive and significant influence between Store Atmosphere on Brand Image at Habie Store Padang. d). There is no influence between Quality Product on Brand Image at Habie Store Padang. e). There is a positive and significant influence between Brand Image on Purchase Decisions at Habie Store Padang. f). There is a positive and significant influence between Store Atmosphere on Purchase Decisions through Brand Image as an intervening variable at Habie Store Padang. g). There is no influence between Product Quality on Purchase Decisions through Brand Image as an intervening variable at Habie Store Padang.

Keywords: Store Atmosphere, Product Quality, Purchase Decision, And Brand Image.