

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE*, DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PELANGGAN PADA KOMA SPBU TEMPULING**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

LINGGA FADHIL ATILLA

2010522008

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2024

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *product quality*, *service quality*, *price*, dan *store atmosphere* terhadap *purchase decision* pada pelanggan Koma SPBU Tempuling. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah Pelanggan Koma SPBU Tempuling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung (offline) kepada 180 Pelanggan dari Koma SPBU Tempuling yang menjadi responden. Kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan bantuan *software* SmartPLS versi 4.1. Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *product quality* dan *price* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Sedangkan *service quality* dan *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *purchase decision*.

Keyword: *Product Quality, Service Quality, Price, Store Atmosphere, Purchase Decision*

