

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. PASAR
SWALAYAN MAJU BERSAMA MEDAN**

**Farrell Joovan¹ Callista Vivian Yu²
Program Studi Management
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

Abstrak

PT. Pasar Swalayan Maju Bersama adalah bagian dari Maju Bersama Group yang memiliki 14 toko yang tersebar di berbagai wilayah di kota Medan. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan adanya penurunan jumlah konsumen yang melakukan pembelian setiap tahunnya. Akibatnya, toko yang sebelumnya ramai pengunjung kini terlihat sepi. Fenomena ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di perusahaan selama tahun 2022, namun jumlah pastinya tidak diketahui. Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan sampel, dan diperoleh sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, di mana responden dipilih secara acak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, begitu juga dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Secara keseluruhan, *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian