

## ABSTRAK

**Chusnun Nadia, 1950110078, Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pelanggan B'lian Resto di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, service quality, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelanggan B'lian Resto di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan B'lian Resto dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability dengan teknik accidental sampling. Data yang digunakan menggunakan data primer yaitu kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS 25. Berdasarkan hasil uji t brand image menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil thitung  $>$  ttabel ( $2,492 > 1,661$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji t service quality menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil thitung  $<$  ttabel ( $0,018 < 1,661$ ) dengan nilai signifikansi  $0,986 > 0,05$ . Hasil uji t store atmosphere menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil thitung  $>$  ttabel ( $6,961 > 1,661$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil uji f menunjukkan bahwa brand image, service quality, dan store atmosphere secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan hasil fhitung  $>$  ftabel ( $38,875 > 2,700$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

**Kata Kunci :** *Brand Image*, *Service Quality*, *Store Atmosphere*, *Keputusan Pembelian*