

Judul Penelitian : **Pengaruh *Digital Marketing*, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Coffee Kovii)**

Dosen Pembimbing : Dr. Nur Hidayati, S.E., M.M., CSRS., CSRA
: Aprilia Dian Evasari, S.E., M.M.

Nama Mahasiswa : Kiki Maulana Kurniawan
NPM : 20.13021.0068

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *digital marketing*, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap pada keputusan pembelian (studi kasus pada *Coffee Kovii*), Kota Kediri. Metode kuantitatif digunakan dengan sampel 85 konsumen yang diambil secara *Incidental Sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, R^2 , uji t, dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. *Store atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan *digital marketing*, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Digital marketing*. *Store atmosphere*. Kualitas pelayanan. Keputusan pembelian.