

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis peran mediasi keputusan pembelian dalam hubungan antara suasana toko, harga dan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen dengan studi kasus pada *Uppercase Apparel Store* Semarang. Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan dari *Uppercase Apparel Store* yang berjumlah 100 orang dengan pengambilan responden melalui teknik *purposive sampling* yaitu peneliti menentukan sendiri sampel yang akan diambil berdasarkan karakteristik tertentu. Alat analisis yang digunakan adalah *path analysis*. Dari hasil pengujian data dengan menggunakan SPSS diperoleh bahwa suasana toko, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya apabila suasana toko, harga dan kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas konsumen juga akan meningkat. Kemudian suasana toko, harga dan kualitas pelayanan melalui keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, artinya apabila suasana toko, harga dan kualitas pelayanan meningkat melalui keputusan pembelian, maka loyalitas konsumen juga meningkat. Variabel keputusan pembelian terbukti sebagai variabel intervening dengan memediasi suasana toko, harga, dan kualitas pelayanan.

Kata kunci : Suasana toko, harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, loyalitas konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the mediating role of purchasing decisions in the relationship between store atmosphere, price and service quality with consumer loyalty with a case study in the Uppercase Apparel Store Semarang. The sample in this study were customers from Uppercase Apparel Store which amounted to 100 people with the taking of respondents through purposive sampling technique that is the researchers determine themselves the samples to be taken based on certain characteristics. The analytical tool used is path analysis. From the results of testing the data using SPSS, it was found that the store atmosphere, price and service quality had a positive and significant effect on consumer loyalty. This means that if the store atmosphere, prices and service quality increase, consumer loyalty will also increase. Then the atmosphere of the store, price and quality of service through purchasing decisions have a positive and significant impact on consumer loyalty, meaning that if the atmosphere of the store, price and service quality increases through purchasing decisions, then consumer loyalty also increases. Purchase decision variables proved to be intervening variables by mediating the store atmosphere, price, and service quality.*

*Keywords: Store atmosphere, price, service quality, purchasing decisions, consumer loyalty.*