

ABSTRAK

Store Atmosphere menjadi salah satu keputusan pembelian konsumen selain promosi dan harga. Suasana toko sangat berpengaruh bagi sebuah toko untuk membuat pelanggan merasa betah dan nyaman dalam memilih jenis - jenis produk yang akan dibelinya. *Store atmosphere* dan minat beli konsumen sangat erat kaitannya dikarenakan seorang konsumen sering menilai sebuah cafe pada kesan pertamanya yang dilihat yaitu berupa exterior, general interior, store layout, dan interior display. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat beli Armor Kopi Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif.

Populasi yang dipilih oleh penulis adalah pengunjung Armor Kopi Bandung namun jumlah populasi belum diketahui dengan pasti. Sampel belum diketahui sehingga sampel diukur dengan pendekatan Bernouli dengan tingkat ketelitian (α) = 5% sehingga di dapat sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah *store atmosphere* yang terdiri dari *exterior facilities*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display*, secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen sebesar 62.9% dan sisanya sebesar 37.1% dipengaruhi variabel lainnya. Sedangkan secara parcial, *exterior facilities*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display*, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : *Store Atmosphere (Exterior Facilities, General Interior, Store Layout, Interior Display)*, Minat Beli Konsumen.