

## ABSTRAK

Di kota Bandung banyak pelaku bisnis *food service* yang melirik usaha *coffee shop* yang paling sesuai dengan trend dan gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini. *Cafe* tersebut berlomba – lomba untuk berinovasi dan menciptakan keunggulan yang berbeda-beda. Keunggulan tersebut dilihat dari lokasi dan suasana tempat yang nyaman atau juga dapat dari hal –hal pendukung yang diberikan seperti *live music* dan hotspot. Salah satu *coffee shop* diantaranya banyaknya *coffee shop* di kota Bandung adalah ROEMAH KOPI Bandung yang memiliki konsep etnik Indonesia sehingga memberikan nuansa yang berbeda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap proses keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan penekanan kuantitatif yang melibatkan 100 konsumen ROEMAH KOPI Bandung sebagai responden, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda yang sebelumnya diuji dengan asumsi klasik yaitu normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Kemudian melakukan uji F, uji T, koefisien korelasi, koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengaruh terhadap proses keputusan pembelian pada sub variabel *Exterior* ( $X_1$ ) sebesar 1.1%, *General Interior* ( $X_2$ ), sebesar 11.6%, *Store Layout* ( $X_3$ ) sebesar 29,2% dan *Interior Display* ( $X_4$ ) sebesar 40.2%. Sedangkan secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *Store Atmosphere* memiliki pengaruh sebesar 82,1% sedangkan sisanya 17.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini ROEMAH KOPI Bandung sebaiknya dapat memertahankan elemen-elemen *store atmosphere* yang telah dianggap baik pelaksanaannya oleh konsumen.

**Kata Kunci : *Store Atmosphere*, proses keputusan Pembelian, Regresi Berganda**