

ABSTRAK

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Café Djoeroe Masak Bandung*

Kota Bandung ibukota Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu kota destinasi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu tujuan wisata yang menjadi daya tarik para wisatawan adalah wisata kuliner yang terdapat di Kota Bandung. Beberapa restoran dan kafe menawarkan berbagai keunggulan dan keunikannya untuk bersaing dalam menarik konsumen salah satunya adalah Djoeroe Masak Bandung. Salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap suatu keputusan pembelian konsumen adalah *Store Atmosphere*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai pelaksanaan *Store Atmosphere* dan keputusan pembelian konsumen di Djoeroe Masak Bandung.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Populasi penelitian adalah konsumen pengunjung *Cafe Djoeroe Masak Bandung* dimana sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sebesar 0,309, artinya *store atmosphere* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 30,9% selebihnya $(100) - 30,9\% = 69,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian dan Djoeroe Masak *Cafe*