

ABSTRAK

Penulis memilih melakukan penelitian ini, karena ingin mengetahui dan mengukur pengaruh *store atmosphere* tematik yang diterapkan KFC cabang Riau Bandung yang dimulai pada bulan Maret 2016, sehingga dapat diketahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebelum diterapkan *store atmosphere* tematik dan sesudah diterapkan *store atmosphere* tematik. Suasana *outlet* yang bagus tentu akan menjadi daya tarik bagi konsumen. *Atmosphere outlet* juga dapat mempengaruhi sikap pekerja pada suatu *outlet*, seperti *mood*, komitmen, tingkat keterampilan dan dapat juga mempengaruhi perilaku konsumen, seperti kenyamanan, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *store atmosphere* tematik yang dilakukan oleh KFC cabang Riau Bandung, untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen KFC cabang Riau Bandung dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* tematik terhadap keputusan pembelian pada KFC cabang Riau Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dan dengan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan teknik *sampling probability*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Uji regresi linier sederhana diperoleh $Y = 21,425 + 0,117 X$ berarti setiap kenaikan 1 tingkat *store atmosphere* tematik akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,117 kali atau 11,7%. Adapun pengaruh (R^2) *store atmosphere* tematik terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 6,6%, selebihnya 93,4% (100% - 6,6%) dipengaruhi oleh harga, promosi dan kualitas produk atau faktor lain yang tidak diteliti yang kiranya dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Store Atmosphere* Tematik, Keputusan Pembelian