

ABSTRAK

Wisata kuliner merupakan bisnis yang marak ditawarkan di kota Bandung. Pada saat ini terdapat banyak *cafe* yang menawarkan hidangan kopi dengan konsep *atmosphere* dan segmentasi pasar yang berbeda. Salah satu *cafe* di kota Bandung adalah Wiki Koffie yang memiliki konsep *vintage* minimalis, unik, dan *simple*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap proses keputusan pembelian pada Wiki Koffie Bandung.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kausal. Populasi penelitian tidak diketahui sehingga sampelnya menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling purposive*. Penentuan responden menggunakan rumus Bernoulli sehingga didapatkan 100 responden. Data kuesioner diolah dengan SPSS 20 dengan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki presentase 76,69% dan proses keputusan pembelian Wiki Koffie Bandung sebesar 80,09%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan proses keputusan pembelian Wiki Koffie Bandung termasuk dalam kategori baik.

Hasil uji F diketahui bahwa *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian Wiki Koffie. Berdasarkan pengujian hipotesis determinasi mendapatkan hasil bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh sebesar 37,8% terhadap proses keputusan pembelian. Sedangkan 62,2% dipengaruhi faktor lain diluar *store atmosphere*.

Hasil uji T diketahui bahwa *exterior* (X_1) dan *general interior* (X_2) berpengaruh secara positif signifikan terhadap proses keputusan pembelian (Y). Sedangkan untuk *store layout* (X_3) dan *interior display* (X_4) berdasarkan uji T diketahui berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap proses keputusan pembelian (Y). Berdasarkan perkalian antara *zero order* dengan *beta* diketahui masing-masing variabel pada *store atmosphere* pengaruhnya yaitu *exterior* (X_1) 13,2%, *general interior* (X_2) 15,6%, *store layout* (X_3) 1,5%, *interior display* (X_4) 7,4% terhadap proses keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : Wiki Koffie, Proses Keputusan Pembelian, *Store Atmosphere*.