

ABSTRAK

Semakin maraknya bisnis kuliner di Bandung, yang mengharuskan para pemilik bisnis harus terus berimprovisasi agar bisnis mereka tetap berjalan. Seperti yang telah dilakukan oleh sebuah perusahaan yang menciptakan tempat makan yang menyajikan makanan yang bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang datang ke tempat tersebut, selain menyediakan makanan perusahaan memberikan nuansa yang berbeda dengan tempat makan yang biasanya. Harga, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi para penikmat kuliner, saat ini atmosphere (suasana) menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Lawangwangi *Creative Space* Bandung. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif verifikatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana dengan populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengunjungi café Lawangwangi, dimana sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian, didapat hasil persentase untuk Variabel *Store Atmosphere* sebesar 80,74% dan termasuk ke dalam kategori baik. Variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 80,79% dan termasuk ke dalam kategori baik. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Lawangwangi *Creative Space* Bandung yaitu sebesar 55,8 % dan sisanya 44,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Store atmosphere*, kepuasan pelanggan, Lawangwangi *Creative Space*