

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan ibukota Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu kota destinasi para wisatawan domestic maupun mancanegara. Salah satu tujuan wisata yang menjadi daya tarik para wisatawan adalah wisata kuliner yang terdapat di Kota Bandung. Beberapa restoran dan cafe menawarkan berbagai keunggulan dan keunikannya untuk bersaing dalam menarik konsumen salah satunya adalah Hummingbird Eatery 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 Hummingbird Eatery Bandung. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Populasi penelitian adalah konsumen pengunjung Hummingbird Eatery Bandung dimana sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sebesar 0,197 artinya *store atmosphere* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 19,7% selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Bandung West Java provincial capital became one of the destinations of domestic and foreign tourist .One tourist destinations is the main attraction of the tourists is that there is a culinary tour in the city of Bandung. Several restaurants and cafes offering a variety of advantages and uniqueness to compete in attracting consumers one of them is Hummingbird Eatery Bandung .One factor that has an influence on purchasing decision is store atmosphere .

This study aims to determine consumer respons regarding implementation of store atmosphere and consumer purchasing decision in the Hummingbird Eatery Bandung. In this research methods used is simple linier regression .The study population are consumer of visitors Hummingbird Eatery Bandung where samples are taken of 100 respondents.

The result showed that store atmosphere significant influence the purchasing decision of 0,197 means that store atmosphere influence purchasing decision by 19,7 % influenced by other variables are not investigated.

Keywords: *Store Atmosphere , Purchasing Decision*