

## ABSTRAK

Dewasa ini kopi merupakan hal yang sangat trend oleh masyarakat dengan itu bisnis toko kopi di Indonesia telah berkembang dengan pesat. Di Bandung sendiri sedikitnya sudah ada sepuluh toko kopi *recommended* yang masuk didalam website [www.pergidulu.com](http://www.pergidulu.com). Dalam hal ini, perlu dilakukan retensi pelanggan untuk mempertahankan pelanggan salah satunya dengan menyajikan *store atmosphere*. Dalam penelitian ini mencoba mengukur pengaruh *store atmosphere* terhadap proses keputusan pembelian di Kopi Ireng Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana jumlah populasi yang dijadikan sampel sebanyak 100 orang dengan metode *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *store atmosphere* secara simultan sebesar 39,6% dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian dan sisanya 60,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Secara parsial sub variabel *exterior* tidak berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Sedangkan sub variabel *general interior*, *store layout*, dan *interior display* berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Suasana toko, proses keputusan pembelian, proses.