

ABSTRAK

Keanekagaraman kuliner yang semakin berkembang dengan baik memicu potensi wisata kuliner, salah satunya yaitu kopi yang merupakan minuman favorit masyarakat Indonesia khususnya Kota Bandung. Hal ini terlihat dari banyaknya bisnis *coffee shop* di Bandung. Para pembisnis berlomba-lomba menciptakan suasana yang unik dan nyaman terutama pada Kopi Ireng dan Kopi selasar yang menawarkan pemandangan alam yang indah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Kopi Ireng dan Kopi Selasar Sunaryo. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini masing-masing 100 responden pada Kopi Ireng dan Kopi Selasar Sunaryo dengan nonprobability (*purposive sampling*).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji parsial (Uji T) *Exterior* (X1), *General Interior* (X2), dan *Interior Display* (X4) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan pada *Store Layout* (X3) berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan (Uji F) diketahui bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Ireng dan Kopi Selasar Sunaryo. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi *store atmosphere* memiliki pengaruh sebesar 57% terhadap keputusan pembelian sedangkan 43% dipengaruhi faktor lain. Berdasarkan hasil uji *Mann-Whitney* tidak terdapat perbedaan *Store Atmosphere* pada Kopi Ireng dan Kopi Selasar Sunaryo.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian, Uji Mann-Whitney