

ABSTRAK

Franchise atau waralaba merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang lebih besar dan tingkat kesuksesannya, terutama *franchise* yang telah memiliki *branding* cukup dikenal. Mengembangkan usaha jenis waralaba memang memiliki tantangan tersendiri dan harus dijalankan dengan baik untuk mendapatkan keuntungan lebih besar. Waralaba Indonesia terus tumbuh dan berkembang. Salah satu yang melatar belakangi pertumbuhan adalah paket ekonomi yang digulirkan pemerintah dalam memberikan insentif kemudahan dalam berwirausaha.

Persaingan yang sehat dilakukan dalam rangka meraih konsumen sebanyak-banyaknya, diperlukan membuat desain yang berbeda agar menarik perhatian konsumen. Penggunaan *store atmosphere* pada Labbaik Chicken Cileunyi dapat menjadi cara untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, namun pendapatan yang dimiliki Labbaik Chicken Cileunyi mengalami penurunan tiap tahunnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tujuan deskriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* kepada 100 responden, dimana responden dalam penelitian ini pelanggan Labbaik Chicken Cileunyi.

Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear sederhana dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 22 for Windows*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh presentase sebesar 80 % dari variabel *store atmosphere* dan berada pada kategori tinggi, sedangkan sebesar 80,2 % perolehan presentase dari variabel keputusan pembelian dan berada pada kategori tinggi. Hasil dari keseluruhan yaitu sebesar 52,8 % *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 47,2 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: *store atmosphere*, keputusan pembelian