

Abstrak

Bisnis yang saat ini sedang marak berkembang di Bali salah satunya adalah bisnis ritel yang menjual oleh-oleh khas Bali dengan beragam konsep dan tema yang ditawarkan tidak lain dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen agar menjadi konsumtif dan seiring berjalannya waktu dapat mempengaruhi pola gaya hidup konsumen tersebut. Toko Agung Bali merupakan salah satu toko ritel yang menjual oleh-oleh khas Bali. Toko Agung Bali memanfaatkan *store atmosphere* sebagai salah satu daya tarik perusahaan agar wisatawan atau calon konsumen berminat membeli produk di Toko Agung Bali. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli di Toko Agung Bali. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menggunakan teknik *non probability sampling; purposive*. Sampel yang diambil dari penelitian ini sebanyak 100 orang. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Store Atmosphere* pada Bimbel Toko Agung Bali menghasilkan persentase sebesar 82,5%. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Sedangkan faktor Minat Beli menghasilkan nilai persentase sebesar 81,6%. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Model regresi $Y = 2,189 + 0,076X$ yang berarti setiap kenaikan 1 tingkat *Store Atmosphere* akan meningkatkan Minat Beli 7,6 %.. Hasil r menjelaskan bahwa sebesar 30,8% Minat Beli Toko Agung Bali dipengaruhi oleh *Store Atmosphere*. Sedangkan sebesar 69,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti

Kata Kunci: *store atmosphere*, Minat Beli, *Level Service*