

ABSTRAK

Bisnis kuliner adalah salah satu peluang bisnis yang sedang menjadi *trend* dan diyakini memiliki prospek bagus ke depan. Dalam rangka memenuhi tuntutan masyarakat akan *restaurant, café* maupun *coffee shop* para pelaku usaha dituntut untuk membuat konsep tempat yang nyaman dan dapat membuat pengunjung betah berlama – lama. Hal ini didukung juga oleh banyaknya pengguna media sosial *Instagram* di kalangan *millenials*. Pengguna media sosial yang semakin banyak pun berpotensi untuk memperkenalkan suatu *brand* dengan sangat cepat dan hal ini berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh simultan dan parsial *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada Sejiwa Coffe. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik *non-probability accidental sampling*. Menggunakan 400 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis jalur dengan menggunakan aplikasi SPSS 23.0. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan beberapa kesimpulan yang memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yaitu tanggapan responden mengenai *store atmosphere* dan minat beli konsumen pada Sejiwa Coffe terkategori baik. *Store atmosphere* pada Sejiwa Coffee secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen sebesar 68,4% dan *store atmosphere* pada Sejiwa Coffee secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Keyword: Store atmosphere, Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display dan Minat Beli Konsumen