

## ABSTRAK

Kedai kopi, rumah kopi atau sekarang sering disebut *Coffee Shop* kini telah membawa perubahan pada pola pikir dan kebudayaan masyarakat Indonesia di mana sekarang masyarakat tidak perlu untuk menjadi pecinta atau penggemar berat kopi untuk pergi ke *Coffee shop*. Hal ini membuat banyak pengusaha ataupun penggemar kopi mulai mendirikan *Coffee Shop*, karena banyaknya orang yang mulai mendirikan *Coffee Shop* maka dari itu para pelaku usaha sebaiknya mulai memperhatikan *Store Atmosphere*, *Product Variation*, *Perceived Value* dan sampai pada tahap Keputusan Pembelian

Metode yang digunakan metode Kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal untuk Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode Non Probability Sampling dan jenis Purposive Sampling dengan jumlah sampel 385 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kausal yang menggunakan smartPLS 3.0.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah variabel dengan masing-masing item yang dimiliki dan hasil persentase *Store Atmosphere* 62,7%, *Product Variation* 67,3%, *Perceived Value* 65,8% dan keputusan pembelian 65,6%. *Store Atmosphere*, *Product Variation*, *Perceived Value* dan keputusan pembelian sama-sama masuk dalam kategori cukup baik. Dan secara simultan menunjukkan *Store Atmosphere*, *Product Variation*, dan *Perceived Value* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Product Variation*, *Perceived Value*, *Keputusan Pembelian*