

ABSTRAK

Belakangan ini pertumbuhan Café di Indonesia semakin meningkat dengan di dorong oleh tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia. Banyaknya para pelaku usaha *coffee shop* bersaing dan mengembangkan usahanya. Salah satunya adalah Conscience Coffee Bandung. Seiring dengan semakin bertambahnya coffee shop membuat Conscience Rooftop mengalami penurunan penjualan, sehingga membuat peneliti ingin mengetahui apa saja yang membuat Conscience Coffee Bandung dapat meningkatkan pembeliannya satunya *store atmospher*, kualitas produk dan harga yang dilakukan.

Penelitian ini memiliki tujuan, pertama mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Kedua, mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Ketiga, mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Keempat mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Conscience Rooftop Coffee Bandung .

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan 100 responden konsumen yang sudah pernah mengunjungi dan melakukan pembelian pada Conscience Rooftop Bandung. teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, *store atmosphere*, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian termasuk dalam kategori sangat baik berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere*, kualitas produk, harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian Conscience Rooftop Bandung sebesar 81% sedangkan sisasanya sebesar 19% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.