

ABSTRAK

Industri *furniture* di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat ditandai dengan meningkatnya bisnis dibidang hotel, restoran, perumahan termasuk bangunan komersial lainnya yang dapat mengakibatkan meningkatnya orang yang memburu produk *furniture* mengalami peningkatan. Hal ini mengakibatkan para perusahaan *furniture* mengalami tingkat persaingan yang kompetitif, salah satu perusahaan *furniture* yang ikut bersaing yaitu Informa furnishings. Maka dari itu, Informa Furnishings diminta untuk terus berkembang sehingga bisa menguasai pangsa pasar dengan salah satu factor yang bisa berpengaruh pada pembelian *brand image* dan *store atmosphere*. Penelitian dilakukan dengan tujuan, agar bisa mengetahui dan menganalisis *brand image* dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

Metode penelitian yang diterapkan ialah metode kuantitatif, dengan mengunaka deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilaksanakan dengan teknik *non probability sampling* yang diterapkan dengan *convenience sampling*, yang menggunakan 100 responden konsumen yang sempat melaksanakan pembelian di Informa Furnishings Festival Citylink Bandung. Teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Dari hasil analisis deskriptif *brand image*, *store atmosphere* dan keputusan pembelian sudah termasuk dalam golongan baik. Berdasarkan hasil penelitian menerangkan bahwa *brand image* dan *store atmosphere* mempunyai dampak yang signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Informa Furnishings Festival Citylink Bandung dengan besaran pengaruhnya sebesar 58,4% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak kurang cermat dalam pelaksanaan penelitian.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Store Atmospher*, Keputusan Pembelian.