

ABSTRAK

Banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *cafe* tertentu. Masing-masing konsumen memiliki harapan yang berbeda. Harapan tersebut harus mampu distimulir sehingga timbulnya tekanan untuk segera mewujudkannya dalam bentuk tindakan pembelian. Salah satu faktor yang dapat menjadi stimulus adalah *Store Atmosphere*.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan sampel sebanyak 100 orang menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *convenience sampling*. Data dianalisis dengan analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan software statistik SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji koefisien determinasi menunjukkan *R square* sebesar 0,763 artinya *Store Atmosphere* mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 76,3% dan sisanya sebanyak 23,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam uji F diketahui *Store Atmosphere* secara bersama-sama mempengaruhi Keputusan Pembelian dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 76,495. Dalam uji T diketahui bahwa variabel *Exterior* (X_1) berpengaruh sebesar 12,35%, *General Interior* (X_2) sebesar 40,77%, *Store Layout* (X_3) sebesar 34,75%, dan *Interior Display* (X_4) sebesar -11,49%.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan secara simultan *Store Atmosphere* mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Dakken Coffee & Steak Bandung dan secara parsial variabel yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian adalah *General Interior* yang terdiri dari jenis lantai, pencahayaan, warna dinding, suhu udara, lorong ruang, karyawan, teknologi, dan kebersihan.

Kata Kunci: Suasana Toko, Keputusan Pembelian