

## ABSTRAK

Online store menjadi tren diberbagai Negara. Banyaknya online store yang bermunculan seperti Lazada, Sukamart, Zalora, dan lain-lain membuat para peritel fisik seperti Hypermart, Alfamart dan Gramedia mencoba mengembangkan bisnisnya ke pasar online store, tidak mudah bagi mereka untuk masuk ke pasar online dikarenakan masih tinginya budaya masyarakat Indonesia yang lebih suka berbelanja kebutuhan sehari-hari langsung mengunjungi toko. Maka dari itu strategi *online store environment* terus dikembangkan agar mampu menarik perhatian dari konsumen.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Populasi penelitian adalah masyarakat kota Bandung dimana sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online store environment* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini menunjukkan adanya respon positif masyarakat terhadap hypermart *online store*.

*Kata kunci: online store environment, keputusan pembelian*