

ABSTRAK

Kozi Lab Badung adalah sebuah coffe shop yang menjadikan *store atmosphere* sebagai konsep utamanya. Mendesain suasana toko dengan keunikan bagi konsumen dari segi *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior (point-of-purchase)*, oleh karena itu saya tertarik untuk menjadikan kozi lab Bandung sebagai objek penelitian tugas akhir ini.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jenis data menggunakan data primer dan sekunder. Teknik dalam mengumpulkan data adalah wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* jenis *incidental sampling* dengan responden sebanyak 100 konsumen yang pernah berkunjung ke kozi lab Bandung. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan, *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Besarnya pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian sebesar 80,35%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian menunjukkan besarnya pengaruh secara parsial *exterior* (x1), *general interior* (x2), *Store Layout* (x3), dan *interior (point-of-purchase) display* (x4) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 87,6%.

Saran bagi perusahaan Kozi Lab Bandung agar lebih meningkatkan dari segi sub variabel *store layout* yang berdasarkan hasil penelitian memiliki pengaruh paling kecil terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu dengan cara penataan ruangan (letak mushola, toilet dan ruang karyawan) membuat konsumen mudah menjangkaunya.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian Konsumen