

ABSTRAK

Borma merupakan sebuah bisnis ritel yang sangat digemari masyarakat Kota Bandung. Terbukti dengan minat beli konsumen di Borma yang dapat ditunjukkan dengan jumlah angka pengunjung yang meningkat. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli diantaranya *store atmosphere*, *product assortment* dan minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *product assortment*, dan *price* secara parsial dan simultan pada minat beli di Borma Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan analisis regresi berganda. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, dengan jumlah responden pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah berbelanja secara langsung di Borma Kota Bandung. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang memenuhi kriteria populasi.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa *store atmosphere* berada dalam kategori baik dengan nilai sebesar 79,73%, *product assortment* berada dalam kategori baik dengan nilai sebesar 79,80%, *price* pun berada dalam kategori baik dengan nilai sebesar 83,75% dan minat beli berada dalam kategori baik dengan nilai sebesar 81,35%.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, dan parsial *store atmosphere*, *product assortment* dan *price* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Borma Kota Bandung. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* berpengaruh sebesar 53,5% sedangkan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial didapat bahwa variabel *store atmosphere*, *product assortment*, dan *price* masing-masing berpengaruh sebesar 10,2%, 13,2% dan 30% terhadap minat beli di Borma Kota Bandung. Saran dalam penelitian ini adalah Borma Kota Bandung sebaiknya mengevaluasi ulang mengenai kriteria yang unik guna *store atmosphere*, hubungan antar produk pada *product assortment*, memperhatikan kualitas *supplier* pada *price* dan memiliki *official account* untuk menarik minat beli.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Product Assortment, Price, Minat Beli*