

ABSTRAK

Bandung merupakan salah satu kota tujuan pariwisata dan keragaman kulinernya. Kehadiran ritel makanan seperti *restaurant* cepat saji, rumah makan, warung makan, *cafe*, *coffee shop* yang semakin bertambah jumlahnya menjadi bukti ketatnya persaingan industri ritel *food and beverage* di Bandung. Salah satu yang hadir diantara banyaknya *coffee shop* yang ada di kota Bandung adalah Kopi Selasar Bandung. Perubahan gaya hidup, selera, dan tata cara dalam menikmati serta mengkonsumsi makanan dan minuman pada masyarakat mendorong para pengusaha kuliner kepada ide-ide baru mengenai *coffee shop* yang dianggap lebih modern dan akan lebih disukai. Harga, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi para konsumen penikmat kuliner, namun pada saat ini *store atmosphere* juga merupakan salah satu faktor dalam menarik minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai pelaksanaan *Store Atmosphere* dan keputusan pembelian konsumen di Kopi Selasar Bandung

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan Bernoulli. Dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sebesar 0,89 artinya *store atmosphere* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 89% selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian