

## ABSTRAK

Wisata kuliner merupakan bisnis yang marak ditawarkan di kota Bandung. Pada saat ini terdapat banyak *cafe* yang menawarkan hidangan kopi dengan konsep *atmosphere* dan segmentasi pasar yang berbeda. Salah satu *cafe* di kota Bandung adalah Wiki Koffie yang memiliki konsep *vintage* minimalis, unik, dan *simple*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap proses keputusan pembelian pada Wiki Koffie Bandung.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kausal. Populasi penelitian tidak diketahui sehingga sampelnya menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling purposive*. Penentuan responden menggunakan rumus Bernoulli sehingga didapatkan 100 responden. Data kuesioner diolah dengan SPSS 20 dengan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki presentase 76,69% dan proses keputusan pembelian Wiki Koffie Bandung sebesar 80,09%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan proses keputusan pembelian Wiki Koffie Bandung termasuk dalam kategori baik.

Hasil uji F diketahui bahwa *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian Wiki Koffie. Berdasarkan pengujian hipotesis determinasi mendapatkan hasil bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh sebesar 37,8% terhadap proses keputusan pembelian. Sedangkan 62,2% dipengaruhi faktor lain diluar *store atmosphere*.

Hasil uji T diketahui bahwa *exterior* ( $X_1$ ) dan *general interior* ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif signifikan terhadap proses keputusan pembelian ( $Y$ ). Sedangkan untuk *store layout* ( $X_3$ ) dan *interior display* ( $X_4$ ) berdasarkan uji T diketahui berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap proses keputusan pembelian ( $Y$ ). Berdasarkan perkalian antara *zero order* dengan *beta* diketahui masing-masing variabel pada *store atmosphere* pengaruhnya yaitu *exterior* ( $X_1$ ) 13,2%, *general interior* ( $X_2$ ) 15,6%, *store layout* ( $X_3$ ) 1,5%, *interior display* ( $X_4$ ) 7,4% terhadap proses keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Kata Kunci :** Wiki Koffie, Proses Keputusan Pembelian, *Store Atmosphere*.