

ABSTRAK

Era globalisasi dan perkembangan perdagangan dunia telah menyebabkan semakin ketatnya persaingan bagi dunia usaha dalam upaya untuk menembus pasaran yang semakin luas. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak saja menerpa pada satu perusahaan saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis perusahaan. Untuk meraih posisi yang lebih baik, maka setiap perusahaan harus memperhatikan bauran pemasaran yang dibuat oleh perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Salah satunya adalah Lacamera Coffee Bandung yang sudah berdiri semenjak tahun 2013. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian Lacamera Coffee Bandung.

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui metode kuesioner dengan menggunakan pendekatan Bernoulli. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampling menggunakan teknik Non Probability Sampling jenis Purposive Sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti pengaruh store atmosphere signifikan terhadap minat pembelian. Besarnya pengaruh store atmosphere terhadap proses minat pembelian adalah 41,7%, sedangkan sisanya 58,3% (100% - 41,7%) dipengaruhi faktor-faktor lain di luar store atmosphere.

Kata kunci : Store Atmosphere, Minat Pembelian.