

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi pada masa kini adalah meningkatnya pengkonsumisian kopi di dunia sehingga menjadi sebuah peluang bisnis baru. Fenomena ini menyebabkan banyak coffee shop yang buka di daerah Bandung. Untuk menjalani persaingan, kopi yang enak saja tidak cukup untuk menarik pelanggan tetapi *store atmosphere* pun baik *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* menjadi salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi minat pembelian pelanggan. DNA COFFEE adalah salah satu coffee shop yang bersaing dengan ratusan coffee shop lainnya sehingga DNA COFFEE dijadikan sebagai objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *store atmosphere* yang diwakili *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* terhadap minat beli. Penelitian ini menggunakan metode penelitian konklusif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Desain dalam penelitian adalah konklusif dikarenakan ingin membuktikan apakah variabel dalam penelitian sebelumnya mempengaruhi atau tidak. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 358 orang. Analisis data yang didapat menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian adalah *store atmosphere* yang diwakili *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen sebesar 53,2 %. Variabel *exterior*, *general interior*, dan *interior display* secara parsial berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Store atmosphere*, Minat Beli, Perilaku Konsumen