

ABSTRAK

Coffee Shop Wirskopi adalah usaha kedai kopi yang menjadi salah satu favorit warga Kota Makassar. Terlihat dengan keinginan membeli yang ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah penjualan di Wirskopi. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap *proses* keputusan pembelian adalah *store atmosphere*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap *proses* keputusan pembelian di *Coffee Shop* Wirskopi Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linier sederhana. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *simple random sampling*. Populasi penelitian ini adalah konsumen *Coffee Shop* Wirskopi yang berkunjung secara langsung berjumlah 100 responden.

Hasil yang diperoleh dari analisis deskriptif adalah *store atmosphere* dan proses keputusan pembelian termasuk dalam kategori baik dengan penilaian masing-masing sebesar 73,2% dan 73,6%. Variabel *store atmosphere*, berpengaruh signifikan secara simultan terhadap proses keputusan pembelian di *Coffee Shop* Wirskopi dengan nilai uji statistik F sebesar 57,900. Pengujian koefisien determinasi menghasilkan nilai *R Square* berpengaruh sebesar 37,0 % sedangkan sisanya 63,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. *Coffee Shop* Wirskopi disarankan untuk tetap mempertahankan dan terus meningkatkan *store atmosphere* dan proses keputusan pembelian untuk lebih menaikkan jumlah pelanggan dan produk yang dijual. *Coffee Shop* Wirskopi dengan cara memperbaiki fasilitas parkir dan mengaktifkan penggunaan *website*, *Google Place* dan Facebook, sebagai bagian promosi di sosial media.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Proses Keputusan Pembelian, Wirskopi, Regresi Linier Sederhana