

ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* membuat terjadinya penurunan pendapatan pada Aditi *Coffee House & Space* sebesar 35%, adanya pandemi *Covid-19* memberikan dampak dimana masyarakat akan berfikir ulang untuk melakukan keputusan pembelian terhadap sesuatu yang dianggap bukan kebutuhan utama di era pandemi *Covid-19*. Akibat pandemi *Covid-19* perilaku konsumen menunjukkan bahwa kebersihan dan keamanan menjadi faktor terpenting saat ini yang memberikan pengaruh dalam melakukan keputusan pembelian. *Store Atmosphere* dan harga menjadi upaya strategi dalam meningkatkan keputusan pembelian dengan beradaptasi pada perubahan akibat pandemi *Covid-19*. Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen, *store atmosphere*, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Aditi *Coffee House & Space* di era pandemi *Covid-19*.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian (transaksi) pada Aditi *Coffee House & Space* yang berada di Kota Bandung di era pandemi *Covid-19* dengan jumlah sampel 100.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif disimpulkan persentase variabel Perilaku Konsumen (X1) sebesar 78,72%, presentase variabel *Store Atmosphere* (X2) 84,7%, presentase variabel Harga (X3) 82,77%, dan presentase Keputusan Pembelian (Y) 82,18%. Perilaku Konsumen, Harga dan Keputusan Pembelian secara keseluruhan berada pada kategori baik dan *Store Atmosphere* berada pada kategori sangat baik.

Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai F hitung sebesar 211.108 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen, *store atmosphere* dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Aditi *Coffee House & Coffee* di era pandemi *Covid-19*. Disarankan bagi Aditi *Coffee House & Space* untuk lebih lengkap dalam penerapan protokol kesehatan bagi karyawan seperti menggunakan *faceshield* dan juga sarung tangan.

Kata kunci : perilaku konsumen, *store atmosphere*, harga, keputusan pembelian