

ABSTRAK

Pelaku usaha yang terlibat dalam usaha *Coffe Shop* harus siap menghadapi persaingan yang tidak dapat dihindari. Dengan demikian untuk tetap kompetitif, pelaku usaha perlu meningkatkan proses keputusan pembelian konsumen agar menjaga keberlangsungan usaha. Sementara itu Cjawil Cafe merupakan tempat umum yang menyajikan berbagai jenis minuman, terutama kopi, teh, dan makanan ringan yang selalu memperhatikan proses keputusan pembelian konsumen dengan memperhatikan Store Atmosphere dan Lokasi. Namun pada Cjawil Café terdapat beberapa masalah yang terjadi seperti tingkat penjualan yang mengalami penurunan dan keluhan pada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan meneliti pengaruh store atmosphere dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada Cjawil Cafe. Pada dasarnya, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan metode penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen Cjawil dengan jumlah sample yang diperoleh sebanyak 100 responden. Sementara itu, pengolahan data dilakukan menggunakan software IBM SPSS Statistics 23. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa store atmosphere dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada Cjawil Café.

Kata kunci: Suasana toko (store atmosphere); Lokasi; Proses Keputusan Pembelian; Cjawil Cafe

ABSTRACT

Business actors involved in the Coffee Shop business must be prepared to face unavoidable competition. Thus, to remain competitive, business actors need to improve consumer purchasing decisions in order to maintain business continuity. Meanwhile, Cjawil Cafe is a public place that serves various types of drinks, especially coffee, tea and snacks, which always pay attention to consumer purchasing decisions by paying attention to Store Atmosphere and Location. However, at Cjawil Café there are several problems that occur, such as the level of sales that has decreased and complaints from consumers. Based on this, this study will examine the effect of store atmosphere and location on consumer purchasing decisions at Cjawil Cafe. Basically, this research uses quantitative research types and descriptive research methods. In this study, the population in this study were Cjawil consumers with the number of samples obtained as many as 100 respondents. Meanwhile, data processing was carried out using IBM SPSS Statistics 23 software. The results showed that store atmosphere and location have a significant effect on consumer purchasing decisions at Cjawil Café.

Keywords: *Store atmosphere; Location; Purchase Decision Process; Cjawil Cafe*