

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CONTOU *COFFEE*
BANDUNG**

ABSTRAK

Saat ini, menjamurnya coffee shop di berbagai sudut Kota Bandung telah menjadi hal yang lumrah. Mulai dari coffee shop kecil dengan suasana yang nyaman hingga gerai coffee shop modern dengan ide unik, semuanya berlomba-lomba untuk memanjakan lidah para pengunjung. Karena memiliki pasar yang luas, coffee shop di Kota Bandung masih diminati dan diperkirakan akan terus berkembang. Dilihat dari jumlah peminatnya yang besar, bisnis ini masih menjanjikan untuk semua demografi, mulai dari kelas bawah hingga atas, dari remaja hingga dewasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh mengenai *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Contou Coffee Bandung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh melalui kuesioner, wawancara, dan observasi serta analisis data menggunakan SPSS versi 26. Hasil pengolahan data penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, *Store Atmosphere* dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Contou Coffee Bandung. *Store Atmosphere* dan Lokasi berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian Pada Contou Coffee Bandung sebesar 56,6% dan sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : *Store Atmosphere*, Lokasi, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE AND LOCATION ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT CONTOU COFFEE BANDUNG

ABSTRACT

Nowadays, the proliferation of coffee shops in various corners of Bandung City has become commonplace. Starting from small coffee shops with a comfortable atmosphere to modern coffee shops with unique ideas, all are competing to pamper the tongues of visitors. Because it has a large market, coffee shops in Bandung City are still in demand and are expected to continue to grow. Judging from the large number of enthusiasts, this business is still promising for all demographics, from the lower to the upper classes, from teenagers to adults. This study aims to determine how the influence of Store Atmosphere and Location on Purchasing Decisions at Contou Coffee Bandung. This type of research is quantitative with the research method used is descriptive and verification with a sample size of 100 respondents. Data obtained through questionnaires, interviews, and observations and data analysis using SPSS version 26. The results of the research data processing show that both simultaneously and partially, Store Atmosphere and Location influence Purchasing Decisions at Contou Coffee Bandung. Store Atmosphere and Location contribute to Purchasing Decisions at Contou Coffee Bandung by 56.6% and the remaining 43.4% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: Store Atmosphere, Location, Purchase Decision