

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya permasalahan terkait *store atmosphere* yang dirasakan oleh konsumen Chingu Korean Fan Café Bandung. Dari hasil wawancara menunjukkan masih terjadi permasalahan terkait *store atmosphere* di Chingu Korean Fan Cafe, sebagai salah satu cafe yang sangat mementingkan *store atmosphere* permasalahan ini bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk mengunjungi Chingu Korean Fan Cafe. *Store atmosphere* dan keputusan pembelian sangat erat kaitannya dikarenakan seorang konsumen sering menilai sebuah cafe pada kesan pertamanya dilihat dari *store atmosphere* toko tersebut baik itu berupa *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* hal ini menjadi alasan mengapa seorang konsumen memiliki minat atau tidak untuk berbelanja di cafe tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan kausal. Populasi penelitian ini adalah responden Chingu Korean Fan Café, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan metode *sampling insidental*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t.

Store atmosphere pada Chingu Korean Fan Cafe mencapai nilai 76,9%. Hal tersebut menunjukkan *store atmosphere* termasuk dalam kategori baik, keputusan pembelian konsumen pada Chingu Korean Fan Café Bandung mencapai nilai 71,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki niat yang tinggi untuk mengunjungi Chingu Korean Fam Café. Hasil dari penelitian ini adalah *store atmosphere* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 44,8% sedangkan sisanya sebesar 56,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Chingu Korean Fan Café, Keputusan Pembelian, Store Atmosphere
