

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: tanggapan pengunjung mengenai *Store Atmosphere* pada FJ café Bandung, tanggapan pengunjung mengenai Lokasi pada FJ café Bandung, tanggapan pengunjung mengenai Proses keputusan pembelian pada FJ café Bandung, serta untuk mengetahui seberapa besar tanggapan pengunjung mengenai pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap proses keputusan pembelian pada FJ café Bandung.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengunjung FJ café Bandung, dengan total sampel 97 responden. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Data analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere*, lokasi, dan proses keputusan pembelian FJ café Bandung dapat dikatakan baik. Berdasarkan analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan lokasi memberikan kontribusi terhadap proses keputusan pembelian pengunjung sebesar 30,2% sedangkan sisanya sebesar 69,8% merupakan pengaruh dari variabel lain. Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *store atmosphere* dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian, namun besarnya pengaruh lokasi terhadap proses keputusan pembelian dalam penelitian ini lebih besar dibandingkan dengan pengaruh *store atmosphere* terhadap proses keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This study aimed to analyze: visitor response regarding Store Atmosphere on FJ café Bandung, visitor response regarding the location at FJ café Bandung, visitor response regarding the process of purchasing decisions on FJ café Bandung, and to know how big the visitor response regarding the effect Store Atmosphere and location of the FJ purchase decision process in Bandung café.

The method used in this research is descriptive method verification fan. The object of this research no visitors FJ café Bandung, with a total sample of 97 respondents. Data collected in the form of primary and secondary data. Data analysis used is multiple linear regression analysis, correlation, and the coefficient of determination.

The results showed that the store atmosphere, the location , and the purchase decision process FJ café Bandung can be quite good. Based on the analysis of the coefficient of determination shows that the store atmosphere and location contribute to the purchase decision process visitors by 30.2 % while the remaining 69.8 % is the influence of other variables. Overall the results show there are significant store atmosphere and location of the purchase decision process , but the influence of the location of the purchase decision process in this study is greater than the effect of store atmosphere to the purchase decision process.

Keywords : Store Atmosphere, Location, buying decision process