

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung. *Store Atmosphere* merupakan perasaan atau kejiwaan seseorang pada saat memasuki toko. Sedangkan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Keputusan Pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap-sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa *store atmosphere* berpengaruh keputusan pembelian pelanggan sebesar 39,6% dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 8,4%, apabila secara simultan berpengaruh sebesar 62,7%. Dengan kontribusi *store atmosphere* yang besar dan tanggapan yang kurang baik akan harga di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung, jadi Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung harus bisa menyusun strategi khususnya di aspek harga dan juga lebih bijak dalam menetapkan harga agar bisa menarik konsumen dan menjangkau pasar yang lebih luas.