

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada *Bober Cafe* di Bandung. *Bober Cafe* merupakan sebuah *cafe* yang menjual berbagai produk makanan dan minuman. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Objek penelitian adalah konsumen *Bober Cafe* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh *store atmosphere* dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian secara simultan adalah sebesar 49.4%. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial *store atmosphere* lebih besar pengaruhnya daripada promosi. Dimana 35.3% didominasi oleh variabel *store atmosphere* dan 14.1% oleh variabel promosi penjualan.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Store Atmosphere and Sales Promotion of Purchase Decision on Bober Cafe in Bandung. Bober Cafe is a cafe that sells various beverage products drink and food. The research method used is descriptive and verification. The object of research is the consumers of Bober Cafe with the number of samples of 100 respondents. Analysis of data using multiple linier correlation and the coefficient of determination.

Based on result of analysis influence of store atmosphere and sales promotion to purchasing decision simultaneously is equal to 49.4%. The results of this test indicate that store atmosphere and sales promotion have a significant effect on purchasing decision. While the partial store atmosphere is greater than the sales promotion effect. Where 35.3% is dominated by store atmosphere variable and 14.1% by sales promotion variable.

Keywords: Store Atmosphere, Salae Promotion, Purchase Decision