

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena dan mendapatkan bukti empiris, juga kesimpulan mengenai pengaruh promosi dan suasana toko terhadap keputusan Pembelian (survei pada konsumen cafe Waroeng Bako Manisi Bandung Jawa Barat). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan metode insidental. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survei dengan memberikan sejumlah pernyataan dengan teknik pertanyaan tertutup dengan memberikan sejumlah pilihan dengan skala likert terhadap 92 responden. Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut promosi dan suasana toko memiliki pengaruh secara simultan sebesar 47,1% dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian wisatawan. Secara parsial menunjukkan bahwa Promosi memiliki pengaruh yang lebih besar yaitu sebesar 30,6% berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, suasana toko memiliki pengaruh sebesar 15,5% berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

**Kunci : Promosi, Suasana toko dan Keputusan Pembelian**