

ABSTRAK

Fadel Ferza P, 2019: Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Mie Api Narako Padang.

Penelitian ini berawal dari pengamatan peneliti pada tingginya aktifitas pembelian di Cafe Mie Api Narako Padang sementara *store atmosphere* yang dirasakan dinilai tidak baik oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di Café Mie Api Narako Padang.

Penelitian ini merupakan bersifat kuantitatif, dengan bentuk hubungan *assosiatif* kausal menggunakan metode *survey*. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen (*store atmosphere*) dan dependen (keputusan pembelian konsumen). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian di Cafe Mie Api Narako Padang, dimana jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Purposive sampling*, maka berdasarkan perhitungan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 97 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere*, sebagian besar (74,2%) responden menyatakan cukup, variabel keputusan pembelian, sebagian besar (57,7%) responden menyatakan cukup dan uji hipotesis dengan menggunakan uji regresi linier sederhana diperoleh Nilai F hitung 30,147 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang membuktikan bahwa variabel *Store Atmosphere* mempengaruhi variabel keputusan pembelian konsumen di Café Mie Api Narako Padang. Nilai R square yang diperoleh sebesar 0,241 yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian adalah 24,1% sedangkan 75,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian