

# **Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Sentra Kopi Sudimoro Malang**

**Valentina Yuniasri Vania<sup>1</sup> dan Rinawati Pudji Handajani<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Sarjana Arsitektur, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

<sup>2</sup> Dosen Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

Alamat Email penulis: [vyv.valentina@gmail.com](mailto:vyv.valentina@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Perkembangan bisnis kafe di Kota Malang yang semakin pesat dan pertumbuhan jumlah target konsumen kafe yang semakin tinggi memicu pertumbuhan pusat-pusat kafe di Kota Malang, salah satunya Sentra Kopi Sudimoro. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di Sentra Kopi Sudimoro Malang, serta mengetahui kriteria elemen *store atmosphere* yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan deskriptif. Metode pemilihan sampel kafe menggunakan pendekatan ruang pandang binokular. Metode analisis data dilakukan dengan analisis kondisi eksisting secara deskriptif, analisis *mean score*, dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu *store atmosphere* yang terdiri dari *storefront*, lantai, warna, pencahayaan, tekstur dinding, perabot dan kebersihan memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 26,6%. Secara parsial, hanya elemen pencahayaan yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 99,3%. Sehingga kriteria elemen *store atmosphere* yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dilihat berdasarkan hasil sintesis analisis pada elemen pencahayaan.

Kata kunci: *store atmosphere*, kafe, keputusan pembelian, Sentra Kopi Sudimoro

## **ABSTRACT**

*The growth of the cafe business in Malang that rapidly increasing as well as the growth of cafes consumers target that growing higher, triggers the development of cafe centers in Malang, one of them is Sentra Kopi Sudimoro. This research was conducted to determine the influence of store atmosphere on consumer purchasing decisions at the Sentra Kopi Sudimoro Malang, and to know the criteria of store atmosphere elements that significantly influence consumer purchasing decisions. The method used in this research is a quantitative method with explanatory and descriptive type of research. The method of selecting cafe samples uses the binocular vision space approach. The method of data analysis uses descriptive analysis of existing conditions, mean score analysis, and multiple linear regression analysis. The results of this study are store atmosphere consisting of storefront, floor, color, lighting, wall texture, furniture and cleanliness have a simultaneous influence on consumer purchasing decisions of 26.6%. Partially, only the lighting element influences consumer purchasing decisions of 99.3%. Therefore the criteria of store atmosphere elements that have a significant effect on consumer purchasing decisions are seen based on the synthesis of the analysis of the lighting element.*

Keywords: *store atmosphere*, café, purchase decision, Sentra Kopi Sudimoro