

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LIFESTYLE
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI COFFEE SHOP HEROIC MENGWITANI BADUNG**

ABSTRAK

Mengingat pentingnya keputusan pembelian konsumen, maka sangat perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, diantaranya adalah *store atmosphere*, *life style* dan *word of mouth*. Demikian juga dengan *Coffee Shop Heroic* Mengwitani Badung, dalam usaha meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk-produk *coffee* yang ditawarkan, selalu memperhatikan *store atmosphere*, *life style* dan *word of mouth*. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop Heroic* Mengwitani Badung. Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop Heroic* Mengwitani Badung. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop Heroic* Mengwitani Badung.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada 100 orang responden, untuk selanjutnya dianalisis menggunakan regresi linier berganda, determinasi, uji t dan uji F.

Hasil dari penelitian ini adalah *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Heroic Coffee Shop* Mengwitani Badung. Hal ini berarti semakin baik *store atmosphere*, maka semakin meningkat keputusan pembelian pada *Heroic Coffee Shop* Mengwitani Badung. *Life style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Heroic Coffee Shop* Mengwitani Badung. Hal ini berarti semakin meningkat *life style* konsumen, maka semakin meningkat keputusan pembelian pada *Heroic Coffee Shop* Mengwitani Badung. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Heroic Coffee Shop* Mengwitani Badung. Hal ini berarti semakin meningkat *word of mouth*, maka semakin meningkat keputusan pembelian pada *Heroic Coffee Shop* Mengwitani Badung.

Kata Kunci : *Store atmosphere, life style, word of mouth, keputusan pembelian*