

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Boys Coffee Langsa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana, uji t, uji korelasi, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis data diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 3,223 + 0,291X$. Konstanta sebesar 3,223 adalah nilai variabel keputusan pembelian apabila variabel *store atmosphere* bernilai nol. Koefisien regresi *store atmosphere* menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t diketahui bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Boys Coffee Langsa, dimana diperoleh nilai $t \text{ sig.} < 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Hasil uji koefisien korelasi (R) sebesar 32,9% menunjukkan bahwa hubungan *store atmosphere* dengan keputusan pembelian adalah hubungan antar variabel yang rendah. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dijelaskan bahwa *store atmosphere* mempengaruhi keputusan pembelian pada Boys Coffee Langsa sebesar 10,8%, sedangkan sisanya 89,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.