

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, dan *store image* terhadap tingkat konsumsi kopi di kota Bandung . Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh *store atmosphere* (suasana toko) dan *store image* (citra toko) terhadap tingkat konsumsi kopi di Kota Bandung baik secara korelasi *pearson product moment* dan korelasi ganda (simultan).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* jenis *simple random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial dengan statistik parametris.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan, *store atmosphere* dan *store image* berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi kopi di Kota Bandung dengan F hitung yang lebih besar dari F tabel ($15,775 > 2,699$) dan dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji hipotesis secara *pearson product moment*, bahwa *store atmosphere* dan *store image* berpengaruh signifikan tingkat konsumsi kopi di Kota Bandung, dengan nilai Sig. (2-tailed) ($0,000 < 0,05$). Dan dengan koefisien determinasi dari hasil uji hipotesis, didapatkan R square yaitu 0,245. Dengan hal tersebut, maka *store atmosphere* dan *store image* terhadap tingkat konsumsi kopi di Kota Bandung yaitu 24,5 % dan 23,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa *store atmosphere* dan *store image* terhadap tingkat konsumsi kopi di Kota Bandung sudah masuk ke dalam kategori penilaian yang baik.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Store Image*, Tingkat Konsumsi Kopi.

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of store atmosphere, and store image on the level of coffee consumption in the city of Bandung. The purpose of this study was to determine and analyze how much influence the store atmosphere and store image on the level of coffee consumption in the city of Bandung both in Pearson product moment correlation and multiple correlation (simultaneous).

This research uses quantitative methods with associative type of research. Sampling was done by probability random sampling method, with 100 respondents. The data analysis technique used is inferential analysis with parametric statistics.

Based on the results of simultaneous testing, store atmosphere and store image significantly influence the level of coffee consumption in the city of Bandung with an F count greater than F tables ($15.775 > 2.699$) and with a significance level ($0.000 < 0,05$). Based on the results of the Pearson product moment hypothesis test, that store atmosphere and store image significantly influence the level of coffee consumption in the city of Bandung, with a Sig. (2-tailed) ($0,000 < 0.05$). And with the coefficient of determination of the results of the hypothesis test, obtained R square is 0.245. With this, the store atmosphere and store image of the level of coffee consumption in Bandung is 24.5% and the remaining 23.0% is influenced by other factors not examined in this study.

The conclusion of this study is that the store atmosphere and store image of the level of coffee consumption in the city of Bandung has entered into a good rating category.

Keywords: *Store Atmosphere, Store Image, Coffee Consumption Rate.*