

ABSTRAK

Siti Rohsayidah (1148020284) : Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Banzai Ramen (Studi Pada Konsumen Banzai Ramen Cabang Cicalengka)

Seiring dengan perkembangan jaman, dunia bisnis terkhusus dibidang kuliner semakin terasa keberadaanya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Salah satu kuliner yang sedang menjadi *trend* saat ini yaitu mie ramen, hal ini dibuktikan dengan tingkat pengkonsumsian mie yang semakin tahun semakin meningkat terkhusus di Indonesia itu sendiri. Dimana pada tahun 2016 pengkonsumsian mie mencapai 14,8M bungkus yang pada tahun sebelumnya di tahun 2015 mengalami peningkatan konsumsi sebesar 13,2M bungkus per tahun.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Banzai Ramen Cabang Cicalengka.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen Banzai Ramen yang diambil dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *incidental*. Metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda, korelasi, uji parsial, uji simultan dan koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan *SPSS Versi 20*.

Hasil daripada penelitian ini adalah *store atmosphere*, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 65% keputusan pembelian pada konsumen Banzai Ramen Cabang Cicalengka dipengaruhi oleh *store atmosphere*, harga dan lokasi. Sedangkan sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian