

## ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi penjualan pada suatu perusahaan dan oleh karenanya keberlangsungan bisnis perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari survei atas konsumen Kedai Kopi Kulo, dengan narasumber dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat inferensi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *store atmosphere* dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Implikasi langsung atas hasil ini adalah ruangan toko yang nyaman mampu mendorong konsumen bersedia menghabiskan lebih banyak waktu di toko yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Disamping itu, citra merek juga harus terus dijaga dan ditingkatkan karena mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Citra Merek dan Keputusan Pembelian**