

ABSTRAK

**PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) DAN
ELETRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA *PIENE COFFEE* BANDAR LAMPUNG**

Oleh:
Roy Andika

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Suasana toko dan *Electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Piene coffee* di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode Komparatif, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah berkunjung ke *coffee shop* *piene* yang berjumlah 120 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang terdiri atas pernyataan-pernyataan yang mencakup semua variable penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda serta pengujian hipotesis uji t dan uji f. pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20. Hasil penilitan menunjukkan bahwa Suasana toko dan *electronic word of mouth* secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Suasana toko, *Electronic word of mouth*, keputusan pembelian.

ABSTRACT
THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND ELETRONIC WORD OF MOUTH ON CUSTOMER PURCHASE DECISION AT PIENE COFFEE BANDAR LAMPUNG

By:
ROY ANDIKA

The purpose of this study was to determine the Effect Of Store Atmosphere And Electronic Word Of Mouth On Customer Purchase decisions at Piene Coffee Bandar Lampung. This study used quantitative research with the comparative method. The sample in this study was a consumer who had visited Piene coffee shop with approximately 120 respondents. The sample in this study used a nonprobability sampling method with a purposive sampling technique. The data was collected by a questionnaire consisting of questions that included all research variables. The data analysis used multiple linear regression including partial and global tests. The data process used SPSS software version 20. The result of this study showed Store Atmosphere And Electronic Word Of Mouth in partial and globally had a positive influence on Customer Purchase Decision

Keywords: Store Atmosphere, Eletronic Word Of Mouth, Customer Purchase Decision.

