

ABSTRAK

Anis Sonia Br Ginting NIM : 7313510050 “ Pengaruh *Store Atmosphere* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Seulawah Kupa ”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Seulawah Kupa Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Seulawah Kupa tahun 2024 sebanyak 22.400 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, *store atmosphere* dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Seulawah Kupa. Temuan ini menunjukkan bahwa suasana kafe yang nyaman serta kesesuaian dengan gaya hidup konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pihak Seulawah Kupa disarankan untuk terus memperbaiki suasana kafe dan menyesuaikan konsep usaha dengan gaya hidup target konsumennya guna meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Anis Sonia Br Ginting NIM : 7313510050 “The Influence of Store Atmosphere and Lifestyle on Purchasing Decisions at Seulawah Kupa”

This study aims to examine the effect of store atmosphere and lifestyle on purchasing decisions at Seulawah Kupa Medan. This research employs a quantitative approach with an associative research design. The population consists of all visitors to Seulawah Kupa in 2024 totaling 22,400 customers, with a sample of 100 respondents determined using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires using a Likert scale, and the data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results indicate that store atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions. Lifestyle also has a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, store atmosphere and lifestyle have a significant effect on purchasing decisions at Seulawah Kupa. These findings suggest that a comfortable café atmosphere and alignment with consumer lifestyles can enhance purchasing decisions. Therefore, Seulawah Kupa is encouraged to continuously improve its café atmosphere and align its concept with the lifestyle of its target market to increase customer attraction and loyalty.

Keywords: Store Atmosphere, Lifestyle, Purchasing Decision