

ABSTRAK

Manpuku *Coffe & Eatery* Bandung merupakan usaha yang bergerak di bidang bisnis kuliner. Manpuku *Coffe & Eatery* menyediakan berbagai jenis makanan serta minuman kopi maupun non kopi. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat permasalahan pada keputusan pembelian yang disebabkan oleh *store atmosphere* seperti pada perlengkapan serta penyusunan peralatan toko, pencahayaan dan warna serta suhu ruangan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen Manpuku *Coffe & Eatery* Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan dengan cara observasi non partisipan, wawancara terstruktur serta memberikan kuesioner kepada konsumen Manpuku *Coffe & Eatery* dengan jumlah responden sebanyak 83 orang, sehingga pada teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Manpuku *Coffee & Eatery*, serta menunjukkan bahwa dengan demikian pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen Manpuku *Coffee & Eatery* adalah sebesar 51,8% dan sisanya sebesar 48,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel *store atmosphere*. Adanya hambatan-hambatan dalam pelaksanaan *store atmosphere* pada Manpuku *Coffe & Eatery* Bandung yaitu pada perlengkapan toko seperti meja dan kursi yang masih kurang dan pada fasilitas parkir untuk kendaraan mobil yang masih perlu perluasan lahan parkir.

Saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu sebaiknya perusahaan menambah kapasitas meja dan kursi supaya dapat menampung lebih banyak konsumen serta menyediakan fasilitas tambahan dari sebelumnya seperti menyediakan Wifi dan AC, lebih memperhatikan pada bagian fasilitas parkir dan area pagar yang terhalang pohon supaya Manpuku *Coffee & Eatery* lebih terlihat menarik dan dapat menampung kendaraan bermobil.

Kata Kunci : Suasana Toko, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

Manpuku Coffee & Eatery Bandung is a business engaged in the culinary business. Manpuku Coffee & Eatery provides various types of food and coffee and non-coffee drinks. Based on the results of the study, it can be seen that there are problems in purchasing decisions caused by the store atmosphere such as the equipment and preparation of store equipment, lighting and color and room temperature.

The purpose of this study to determine the effect of store atmosphere on consumer purchasing decisions Manpuku Coffee & Eatery Bandung. The research method used is quantitative with descriptive research type. The data needed for this research are primary data and secondary data. Data collection in this study was used by means of non-participant observation, structured interviews and providing questionnaires to Manpuku Coffe & Eatery consumers with a total of 83 respondents, so that the sampling technique used the slovin formula.

Based on data obtained from research results, that there is a positive influence between store atmosphere on consumer purchasing decisions at Manpuku Coffee & Eatery, and shows that thus the influence of store atmosphere on consumer purchasing decisions of Manpuku Coffee & Eatery is 51.8% and the rest of 48.2% is influenced by other factors outside the store atmosphere variable. There are obstacles in the implementation of store atmosphere at Manpuku Coffee & Eatery Bandung, namely in store equipment such as tables and chairs which are still lacking and in parking facilities for cars that still need to expand the parking area.

The suggestion that researchers can put forward is that the company should increase the capacity of tables and chairs so that it can accommodate more consumers and provide additional facilities than before such as providing Wifi and AC, paying more attention to the parking facilities and fence areas blocked by trees so that Manpuku Coffee & Eatery is more visible. attractive and can accommodate motorized vehicles.

Keywords: Store Atmosphere, Consumer Purchase Decision

ABSTRAK

Manpuku Coffee & Eatery Bandung mangrupikeun usaha anu aya dina usaha kuliner. Manpuku Coffee & Eatery nyayogikeun rupa-rupa jinis tuangeun sareng kopi sareng inuman non-kopi. Dumasar kana hasil panilitian, tiasa ditingali yén aya masalah dina kaputusan pameseran anu disababkeun ku suasana toko sapertos peralatan sareng persiapan alat toko, pencahayaan sareng warna sareng suhu ruangan.

Tujuan tina ieu panalungtikan pikeun mikanyaho pangaruh atmosfir toko kana kaputusan beuli konsumen Manpuku Coffee & Eatery Bandung. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kuantitatif jeung tipe panalungtikan déskriptif. Data anu diperlukeun dina ieu panalungtikan nya éta data primer jeung data sekunder. Ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan digunakeun ku cara obsérvasi non partisipan, wawancara terstruktur jeung méré angkét ka konsumen Manpuku Coffe & Eatery anu jumlahna 83 réspondén, ku kituna téhnik sampling ngagunakeun rumus slovin.

Dumasar data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, aya pangaruh positif antara suasana toko kana kaputusan beuli konsumen di Manpuku Coffee & Eatery, sarta nembongkeun yen sahingga pangaruh atmosfir toko kana kaputusan beuli konsumen Manpuku Coffee & Eatery nyaeta 51,8% jeung sésana 48,2% dipangaruhan ku faktor séjén di luar variabel atmosfir toko. Aya kendala dina palaksanaan suasana toko di Manpuku Coffee & Eatery Bandung, nya éta di toko pakakas saperti méja jeung korsi anu masih kénéh kurang sarta dina fasilitas parkir mobil anu masih kudu ngalegaan lahan parkir.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaeta pausahaan kudu ngaronjatkeun kapasitas meja jeung korsi sangkan bisa nampung leuwih loba konsumen jeung nyadiakeun fasilitas tambahan ti samemehna saperti nyadiakeun Wifi jeung AC, leuwih merhatikeun fasilitas parkir jeung wewengkon pager macet. ku tatangkalan supados Manpuku Coffee & Eatery langkung katingal.menarik sareng tiasa nampung kendaraan bermobil

Konci: Suasana Toko, Kaputusan Meuli Konsumén