

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DE TUIK BANDUNG RESTO & RESORT

Penulis:
Mutia Hidayah Fitriani

Pembimbing:
Terra Saptina Maulani, SE., M.Si

ABSTRAK

Perkembangan industri *food & beverage* di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat karena bisnis pada industri *food & beverage* memiliki daya tarik yang kuat karena *food & beverage* merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia untuk melangsungkan hidupnya. Dari tahun ke tahun, penjualan yang didapatkan oleh De Tuik Bandung Resto & Resort terus mengalami penurunan pada setiap tahunnya yang diakibatkan karena menurunnya keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan proses keputusan pembelian pada De Tuik Bandung Resto & Resort serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap proses keputusan pembelian pada De Tuik Bandung Resto & Resort.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif-verifikatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang responden yang sudah pernah melakukan pembelian pada De Tuik Bandung Resto & Resort. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, pengujian hipotesis secara parsial dan simultan serta analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap proses keputusan pembelian pada De Tuik Bandung Resto & Resort dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian serta *store atmosphere* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 40,4% sedangkan sisanya sebesar 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Proses Keputusan Pembelian

***INFLUENCE OF ATMOSPHERE AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISION
PROCESS AT DE TUIK BANDUNG RESTO & RESORT***

Written By:
Mutia Hidayah Fitriani

Preceptor:
Terra Saptina Maulani, SE., M.Si

ABSTRACT

The development of the food & beverage industry in Indonesia is currently increasing quite rapidly growth in the food & beverage industry which has a strong appeal because food & beverage is a basic necessity that must be possessed by every human being to carry out the results. From year to year, sales made by De Tuik Bandung Resto & Resort continue to increase every year due to the decreasing number of purchases made by consumers. This study aims to determine how the atmosphere of the store, the quality of service and the purchasing decision process at De Tuik Bandung Resto & Resort and to know the great consideration of the store atmosphere and the quality of service to the buying process at De Tuik Bandung Resto & Resort.

The research method used in this research is descriptive-verification method. The sample used in this study were 100 respondents who had made purchases at De Tuik Bandung Resto & Resort. Data sources used are primary data and secondary data. The analysis used is multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, hypothesis testing partially and simultaneously and analysis of the coefficient of determination.

The results of this research indicate that store atmosphere and service quality have a partial or simultaneous influence on the purchasing decision process at De Tuik Bandung Resto & Resort and service quality has an influence on the purchasing decision process as well as store atmosphere and service quality has an influence of 40.4% while the remaining 59.6% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality and Purchase Decision Process