

## ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Lindi Utami Marquerette NPM 0210U267 dengan judul Suasana Tempat dan Kualitas Pelayanan dalam Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen pada Warung Misbar Bandung. Jurusan Manajemen S1 Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung. Dibawah bimbingan Bapak Tezza Adriansyah Anwar, S.IP., M.M.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana suasana tempat dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Warung Misbar Bandung. Suasana Tempat yang diciptakan Warung Misbar sudah menarik di mata masyarakat kota Bandung. Selain itu, dari kualitas pelayanan yang diberikan Warung Misbar sudah dikatakan berkualitas. Namun, hal tersebut berdampak lain terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Misbar yaitu konsumen menjadi enggan atau kurang pasti untuk datang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Sampel sebanyak 115 konsumen diperoleh dengan menggunakan teknik *judgement sampling*. Sementara itu, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner, dan observasi langsung untuk mendapatkan data primer. Analisis jalur digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data secara statistik.

Konsep unik berupa konsep jadul yang diunggulkan oleh Warung Misbar membuat kesan positif di mata konsumen serta kinerja para pelayan yang selalu bersikap ramah, tanggap dan hangat kepada konsumen membuat kualitas pelayanan di Warung Misbar sangat baik. Kedua hal ini mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di Warung Misbar. Dari keduanya suasana tempat memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan kualitas pelayanan.

Menyediakan fasilitas parkir yang memadai, adanya potongan harga khusus bagi member, peningkatan pelayanan pegawai yang sigap dalam melayani keluhan konsumen, Penambahan variasi film dan perbaikan fasilitas *big screen*, ketersediaan fasilitas mushola yang diperluas dan inovasi produk Warung Misbar dengan menambahkan menu baru yang variatif dapat menarik minat konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Penelitian lebih lanjut bisa dilakukan dengan melihat variabel citra perusahaan, promosi, proses penetapan harga, dan loyalitas konsumen di Warung Misbar Bandung

Kata kunci : Suasana Tempat, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen

## ABSTRACT

*This paper was prepared by Lindi Utami Marquerette NPM 0210U267 entitled "Store Atmosphere and Service Quality in Determining Purchase Decision of Consumer Warung Misbar Bandung Majors of Management S1 Faculty of Business and Management, Widyatama University Bandung. Under the guidance of Mr. Tezza Adriansyah Anwar, SIP, MM*

*The objective of this study is intended to determine how the store atmosphere and the service quality affect consumer purchasing decisions at Warung Misbar in Bandung. Store atmosphere which was created by Warung Misbar had been interesting in the public of Bandung. In addition, the service quality was given by Warung Misbar can be said had good quality. However, this is another impact toward consumer purchasing decisions Warung Misbar that consumers became reluctant or hesitant to come.*

*The method used in this study is the descriptive verification method. The subject of this research were 115 consumers. It was taken used judgement sampling technique. Meanwhile, the collection of data were done through interviews, questionnaires, and direct observation to obtain primary data. Path analysis was used in this study to analyze the data statistically.*

*This unique concept which was favored by Warung Misbar made a positive impression. The consumer viewed that the work of the waiters always being friendly, responsive and warm. It can make the image of warung Misbar became good. Both of these encourage consumers to make purchases at the Warung Misbar. Of the both, the store atmosphere has a greater influence on purchase decisions than the service quality.*

*Warung Misbar had provide many facilities to make the consumers became satisfaction. Provide a parking facilities, the presence of special discounts for members, the improvement of service personnel in serving consumer complaints swiftly, the addition of variations of film and the improvements of big movie screen, providing mosque facilities that are expanded and the product innovation of Warung Misbar by adding new menu was varied can attract consumer's interest in determining purchase decisions.*

*Further research can be done by looking at the variable of corporate image, promotion, pricing process, and customer loyalty at Warung Misbar in Bandung.*

*Keywords: Store Atmosphere, Service Quality and Purchasing Decision of Consumer*