

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER LOKAL  
(Survei pada Konsumen Waroeng Surabi Setiabudhi Bandung)**

Oleh :

**Zulfitri Nurfaedah**

Pembimbing :

**Dr. Ivan Diryana, ST., MT**

**ABSTRAK**

Saat ini banyak bisnis restoran yang mengusung tema kuliner lokal, bukan hanya itu, pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menciptakan suasana toko yang unik dan kualitas produk yang menarik. Salah satunya Waroeng Surabi Setiabudhi Bandung. Tujuan peneliti untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kuliner lokal.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang sebanyak 100 responden, dengan Teknik *nonprobability sampling*. Rancangan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan regresi linier berganda  $Y = 4,562 + 0,153X_1 + 0,356X_2$ , nilai koefisien korelasi untuk *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang sedang. Koefisien determinasi sebesar 37,2%, sedangkan sisanya sebesar 62,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan uji t dan uji f terbukti bahwa ketiga variabel memiliki hubungan yang signifikan secara parsial dan simultan.

**Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian**

***EFFECT OF ATMOSPHERE STORE AND PRODUCT QUALITY ON LOCAL  
PURCHASE PURCHASE DECISIONS  
(Survey on Waroeng Surabi Setiabudhi Bandung Consumers)***

*By:*

**Zulfitri Nurfaedah**

*Advisor:*

**Dr. Ivan Diryana, ST., MT**

***ABSTRACT***

*Today many restaurant businesses carry the theme of local culinary, not only that, business people are competing to create a unique shop atmosphere and attractive product quality. One of them is Waroeng Surabi Setiabudhi Bandung. The aim of the researchers was to determine the effect of store atmosphere and product quality on local culinary purchasing decisions.*

*The research method used is the deskriptif and verification method. By collecting data through a questionnaire of as many as 100 respondents, with a nonprobability sampling technique. The design of hypothesis testers uses multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing using t test and f test.*

*The results of this study have a multiple linear regression equation  $Y = 4,562 + 0,153X_1 + 0,356X_2$ , the correlation coefficient value for store atmosphere and product quality towards purchasing decisions has a moderate relationship. The determination coefficient is 37.2%, while the remaining 62.8% is influenced by other factors not examined. Based on the t test and f test it is proven that the three variables have a significant and partial relationship*

***Keywords: Store Atmosphere, Product Quality, Purchasing Decision***