

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RESTORAN
RIMBUN ESPRESSO AND BREW BAR PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Departemen Pariwisata Sebagai Salah
Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan Universitas
Negeri Padang*



**RIDHO RAMADHAN
NIM 2018/18135048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA RESTORAN RIMBUN
ESPRESSO AND BREW BAR PADANG

Nama : Ridho Ramadhan
NIM/BP : 18135048/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2022

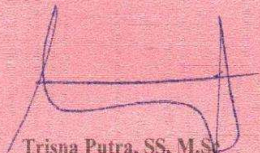
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Pasaribu, S.Sc.Par., M.Si.Par., CHE.
NIP. 198705202015041001

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Si
NIP. 19761223 199803 1001

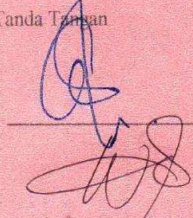
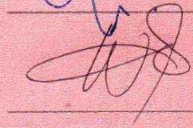
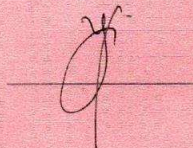
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Rimbun Espresso and Brew Bar Padang.
Nama : Ridho Ramadhan
NIM/BP : 18135048/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2022

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. Ketua : Pasaribu, S.ST. Par., M.Si. Par., CHE.	1.	
2. Anggota : Waryono, S.Pd., MM.Par	2.	
3. Anggota : Dr. Yuliana, SP, M.Si	3.	



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ridho Ramadhan
NIM/TM : 18135/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

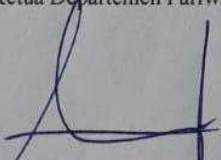
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Rimbun Espresso and Brew Bar Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Departemen Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP.19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,



NIM. 18135048

ABSTRAK

Ridho Ramadhan, 2022. “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Rimbun *Espresso And Brew Bar Padang*”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kausal. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variable terikat. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar Padang*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Jenis data menggunakan data primer. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang disusun menurut skala likert. Penelitian ini menggunakan sampel untuk diuji sebanyak 96 orang responden. Uji persyaratan analisis dilakukan dengan uji normalitas, uji homogenitas dan uji linearitas. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) variabel X (*Store Atmosphere*) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 43.3% berada pada kategori sangat baik, 2) variabel Y (Keputusan Pembelian) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 40.8% berada pada kategori cukup baik, 3) terdapat pengaruh yang signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Rimbun *Espresso and Brew Bar Padang* dengan koefisien regresi sebesar 0,238 dengan nilai sig. $0,02 \leq 0,05$. Selanjutnya, diperoleh nilai R square sebesar 0,291, artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 29,1%. Sedangkan 71,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian, Restoran

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan kasih karunia-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Store *Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Rimbun *Espresso And Brew Bar* Padang”**. Ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moral maupun material. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terkait.

1. Ibu Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Ketua Departemen Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Rian Surenda, S.E., M.M., selaku Dosen Akademik yang telah memberikan dorongan serta motivasi.
4. Bapak Pasaribu, S.ST. Par., M.Si.Par., CHE., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan dorongan.

5. Staff administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi surat – surat yang diperlukan pada Departemen Pariwisata Fakultas

Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

6. Pengelola Restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar* Padang yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh Rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2018 yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
8. Orangtua serta Keluarga Besar tercinta atas do'a dan dukungan yang telah diberikan, sehingga penulis mampu sampai tahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Semoga segala kemurahan hati serta bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhirnya penulis juga berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 08 November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi masalah	8
C. Batasan masalah	8
D. Rumusan masalah	8
E. Tujuan peneliatian.....	9
F. Manfaat peneliatian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Teori	11
B. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian	18
C. Kerangka Konseptual.....	20
D. Hipotesis	21
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian	22
C. Variabel Penelitian	22
D. Definisi Operasional Variabel.....	23
E. Populasi dan Sampel Penelitian	24
F. Jenis Data dan Pengumpulan Data	27
G. Instrumen Penelitian.....	27
H. Uji Coba Instrumen	30
I. Uji Persyaratan Analisis	33
J. Teknik Analisis Data	34
K. Pengujian Hipotesis	35
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Hasil Penelitian.....	38
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
2. Deskripsi Data Variabel Penelitian	41

3. Uji Persyaratan Analisis.....	62
4. Pengujian Hipotesis	65
C. Pembahasan.....	67
a. <i>Store Atmosphere</i> (X).....	67
b. Keputusan Pembelian (Y).....	68
c. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian di Restoran Rimbun <i>Espresso</i> and <i>Brew Bar</i> Padang	69
BAB V Kesimpulan dan Saran	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Proses Keputusan Pembelian	13
2. Hasil penelitian terdahulu	19
3 Daftar Kunjungan Pelanggan Restoran Rimbun Espresso & Brew Bar Padang, Periode Maret – Agustus 2022	25
4. Pilihan Jawaban Skala Likert pada Variabel X dan Variabel Y	28
5. Kisi Kisi Operasional Variabel Penelitian	29
6. Hasil Analisis Validitas	31
7. Interpretasi nilai r	32
8. Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i>	32
9. Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	32
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	41
15. Analisis Deskripsi Variabel X Dan Y	42
16. Data Statistik <i>Store Atmosphere</i>	43
17. Deskripsi dan Variabel <i>Store Atmosphere</i>	43
18. Data Statistik Indikator <i>General Exterior</i>	44
19. Deskripsi data indikator <i>General Exterior</i>	45
20. Data Statistik indikator <i>General Interior</i>	46
21. Deskripsi data indikator <i>General Interior</i>	46
22. Data Statistik Indikator <i>Store layout</i>	47
23. Deskripsi data indikatot <i>Store layout</i>	48
24. Data Statistik Indikator <i>Interior display</i>	49
25. Deskripsi data indikatot <i>Interior display</i>	50
26. Data Statistik Variabel Keputusan Pembelian.....	51
27. Deskripsi data variabel Keputusan Pembelian	52
28. Data statistik indikator Pengenalan Kebutuhan.....	53
29. Deskripsi data indikator Pengenalan Kebutuhan.....	54
30. Data statistik indikator Pencarian Informasi	55
31. Deskripsi data indikator Pencarian Informasi	56
32. Data statistik indikator Evaluasi Alternatif.....	57
33. Deskripsi data indikator Evaluasi Alternatif.....	58
34. Data Statistik Indikator Keputusan Pembelian.....	59
35. Deskripsi data indikator Keputusan Pembelian.....	60
36. Data statistik indikator Perilaku Pasca Pembelian	60

37. Deskripsi data indikator Perilaku Pasca Pembelian	61
38. Hasil uji normalitas	62
39. Uji Homogenitas	63
40. Uji linearitas.....	64
41. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	65
42. Koefisien Regresi Variabel X Terhadap Variabel Y	66
43. Hasil uji R Square Variabel X dan Y.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Grafik Daftar Kunjungan Periode Maret – Agustus 2022	3
2. Online review konsumen tentang tidak terpenuhinya.....	4
3. Online review konsumen tentang <i>exterior</i>	5
4. Adanya konsumen <i>complain</i> terhadap suasana dalam restoran	6
5. Adanya konsumen <i>complain</i> terhadap suasana dalam restoran	6

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha agar mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Banyaknya perusahaan yang saling berlomba mendapatkan konsumen menjadikan persaingan semakin ketat. Ada berbagai macam bisnis yang bisa dijadikan peluang usaha, salah satunya adalah bisnis restoran. Restoran menurut Mertayasa (2012) adalah “suatu ruangan atau tempat dimana tamu dapat membeli dan menikmati makanan dan minuman atau merupakan suatu seksi untuk menyiapkan makan dan minum bagi tamu yang memerlukannya”. Dilihat data pertumbuhan bisnis restoran di Sumatera Barat, Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat mencatat jumlah restoran pada tahun 2019 sebanyak 1.594. Pada tahun 2020 sebanyak 1.379 dan pada tahun 2021 tercatat sebanyak 1.546.

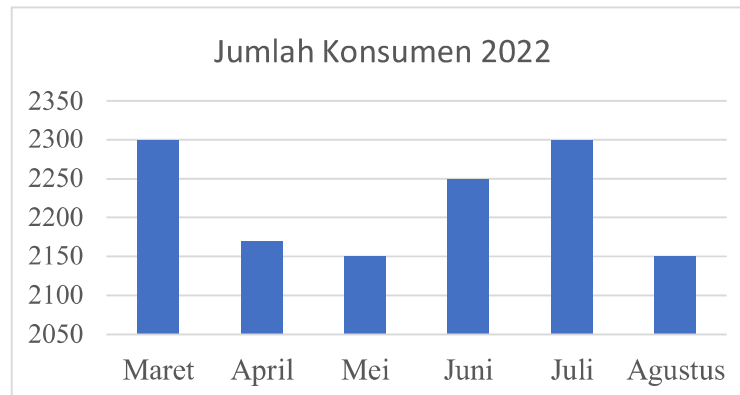
Persaingan dalam dunia bisnis mendorong perkembangan bisnis restoran di Kota Padang. Saat ini sudah semakin banyak pemilik usaha bisnis makanan dan minuman yang mendirikan restoran dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Para pemilik restoran berupaya untuk mendapatkan perhatian pelanggannya, karena usaha tersebut bersaing dengan produk yang sama. Oleh karena itu pemilik restoran harus memiliki cara untuk memenangkan pasar, salah satunya dengan menata interior.

Di kota Padang sendiri, pada saat ini terdapat berbagai macam usaha bisnis restoran, dilihat dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat

mencatat jumlah restoran di kota Padang pada tahun 2019 sebanyak 336. Pada tahun 2020 sebanyak 318 dan pada tahun 2021 tercatat sebanyak 203 restoran. Hal ini membuat para pesaing bisnis restoran semakin berupaya dalam mendapatkan perhatian pelanggannya.

Rimbun *Espresso & Brew Bar* adalah satu dari deretan restoran yang ada di kota Padang, yang berlokasi di Jln. KIS. Mangunsarkoro, Jati Baru, Kec. Padang Timur, Kota Padang. Restoran ini banyak dikunjungi konsumen, mulai dari kalangan muda, maupun yang sudah berkeluarga, restoran ini merupakan reinkarnasi dari Rumah Kopi Nunos yang berdiri pada tahun 2015, yang menjadi keunikan dari restoran ini yaitu, memiliki 3 konsep desain interior, yaitu, umum, komunitas, serta ruangan VIP. Beberapa *dekorasi* yang ada didalam Rimbun *Espresso and Brew Bar* terbuat dari barang bekas yang diolah untuk kebutuhan restoran seperti kayu, besi, bahkan sepeda.

Rimbun *Espresso and Brew Bar* yang didesain secara khusus dan sedemikian rupa agar mampu menarik perhatian dan membuat pengunjung merasa nyaman, bahkan keunikan ini tak jarang membuat pengunjung mengabadikan momen dengan berfoto selfie, sehingga konsumen mempunyai daya tarik tersendiri untuk kembali mengunjungi Rimbun *Espresso and Brew Bar*. Hal ini dapat dilihat pada grafik berikut mengenai jumlah kunjungan di Rimbun *Espresso and Brew Bar*:



Gambar 1. Grafik Daftar Kunjungan Periode Maret – Agustus 2022
Restoran Rimbun Espresso and Brew Bar Padang
Sumber : Pengelola rimbun espresso and Brew Bar(2022)

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwasannya jumlah kunjungan konsumen pada bulan Maret – Agustus 2022 di Rimbun *Espresso and Brew Bar* mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap bulannya. Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting dalam usaha bisnis restoran. Menurut Tjiptono (2012), “Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian”. Konsumen akan melalui lima tahap dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, *evaluasi alternatif*, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

Dalam usaha restoran keputusan pembelian merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh pemilik dan manajemen restoran, karena keputusan pembelian sangat menentukan pendapatan restoran tersebut.

Ditinjau dari indikator mengenai pengenalan kebutuhan ditemukan adanya konsumen yang berkomentar tentang tidak terpenuhinya kebutuhan serta keinginan konsumen atas kenyamanan, hal ini dapat dilihat pada *online review* dibawah ini:



Gambar 2. Online review konsumen tentang tidak terpenuhinya kebutuhan serta keinginan konsumen atas kenyamanan.
Sumber: <https://www.google.com>.
(Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022)

Berdasarkan ulasan di atas dapat dilihat bahwa, adanya konsumen yang berkomentar tentang tidak terpenuhinya kebutuhan serta keinginan konsumen yang disebabkan oleh, kurangnya penertiban terhadap konsumen pada ruangan ber AC, sehingga mempengaruhi kebutuhan konsumen atas kenyamanan yang diinginkan.

Keputusan pembelian pada sebuah restoran tidak hanya dilihat dari merek ataupun menu yang tersedia saja, akan tetapi *Store Atmosphere* (suasana) pada sebuah restoran juga berperan penting dalam hal keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen ataupun pengunjung pada restoran tersebut. Menurut Berman dan Evan (2012:36), "*Store Atmosphere* merupakan

karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan image (kesan) toko dan menarik konsumen”. *Store Atmosphere* (suasana) toko memiliki indikator yang semuanya berpengaruh terhadap suasana toko yang ingin diciptakan. Elemen suasana toko terdiri dari *interior* (bagian dalam), *eksterior* (bagian luar), *store layout* (tata letak), dan *interior displays*.

Ditinjau dari indikator mengenai *eksterior* bagian luar restoran, hal ini dapat dilihat pada *online review* dibawah ini:

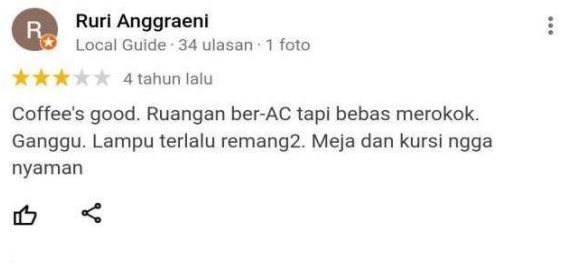


Gambar 3. Online review konsumen tentang *eksterior*

Sumber: <https://www.google.com>
(Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022)

Berdasarkan ulasan di atas, dapat dilihat bahwa adanya konsumen yang berkomentar bahwa kurang banyaknya tempat parkir yang disediakan oleh Restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar*, sehingga menyulitkan konsumen untuk memarkirkan kendaraannya.

Ditinjau dari indikator mengenai interior bagian dalam restoran, hal ini dapat dilihat pada *online review* dibawah ini:



Gambar 4. Adanya konsumen *complain* terhadap suasana dalam restoran
 Sumber: <https://www.google.com>
 (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022)

Berdasarkan ulasan di atas dapat dilihat bahwa adanya konsumen yang merasa tidak nyaman terhadap suasana pada bagian dalam restoran, dikarenakan lampu yang terlalu redup sehingga menimbulkan rasa tidak nyaman bagi konsumen yang tidak terbiasa dengan suasana yang diberikan, serta meja dan kursinya tidak nyaman dan juga tidak adanya penegasan terhadap larangan merokok pada ruangan ber AC, sehingga mengganggu kenyamanan bagi pengunjung yang tidak merokok.

Ditinjau dari indikator mengenai *interior* bagian dalam restoran, hal ini dapat dilihat pada *online review* dibawah ini:



Gambar 5. Adanya konsumen *complain* terhadap suasana dalam restoran
 Sumber: <https://www.google.com>
 (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022)

Berdasarkan ulasan di atas dapat dilihat bahwa adanya konsumen yang merasa tidak nyaman terhadap suasana pada bagian dalam restoran, dikarenakan banyaknya asap pada ruangan ber AC sehingga mengganggu kenyamanan konsumen yang ingin menikmati suasana bebas dari asap rokok, serta konsumen juga memberikan saran kepada pihak restoran agar memberikan penghirup udara pada ruangan ber AC agar konsumen merasa nyaman akan suasana pada ruangan ber AC tersebut.

Store Atmosphere (suasana) pada sebuah restoran diduga sangat berperan penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan dan juga memberikan dampak yang banyak terhadap restoran tersebut diantaranya ialah, dapat meningkatkan jumlah kunjungan, serta dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang berkunjung. Menurut Gilbert (2013:129), “*Store Atmosphere* adalah kombinasi dari pesan fisik yang telah direncanakan. Suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian”.

Untuk itu *Store Atmosphere* (suasana) pada sebuah restoran sangat perlu diperhatikan agar bisnis pada sebuah restoran dapat mengalami peningkatan baik dalam hal kunjungan, maupun pemasukan dalam setiap tahunnya. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh *Store Atmosphere* (suasana) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar*, Padang”**.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Turun naiknya jumlah kunjungan pada restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar*.
2. Tidak terpenuhinya kebutuhan serta keinginan konsumen atas kenyamanan yang diinginkan.
3. Adanya keluhan konsumen akan kurangnya tempat parkir yang disediakan.
4. Adanya keluhan konsumen terhadap suasana dalam restoran.

C. Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka peneliti membatasi penelitian ini pada pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar Padang*.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan fokus masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Store Atmosphere* (suasana) pada restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar*?
2. Bagaimana Keputusan pembelian pada restoran Rimbun *Espresso & Brew Bar*?

3. Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* (suasana) terhadap Keputusan Pembelian pada restoran Rimbun *Espresso & Brew Bar*?

E. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Umum:

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar*.

2. Tujuan Khusus:

- a. Mendeskripsikan tentang *Store Atmosphere* yang ada pada restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar*.
- b. Mendeskripsikan tentang keputusan pembelian konsumen di restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar*.
- c. Menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian di restoran Rimbun *Espresso and Brew Bar*.

F. Manfaat penelitian

1. Bagi Rimbun *Espresso and Brew Bar*

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan tentang bagaimana kondisi *store atmosphere* dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Rimbun *Espresso and Brew Bar*.

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

Hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi referensi tambahan dalam perkuliahan terutama pada mata kuliah, metodologi penelitian, tata tulis karya ilmiah dan pemasaran.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti lain dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh *Store atmosphere* terhadap Keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi Peneliti

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan teori yang didapat selama perkuliahan yang dipraktekkan dalam langkah-langkah penelitian ini serta untuk mendapatkan gelar S.ST.