

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT MEMBELI PADA 9/11 *CAFE & CONCEPT STORE*

Abstrak

Setiap usaha pada dasarnya pasti bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal demi mempertahankan keberadaan usahanya ditengah persaingan. Dalam hal ini penjualan yang diterima oleh 9/11 *Cafe & Concept Store* periode tahun 2016-2020 mengalami fluktuasi. Penurunan pendapatan paling besar terjadi di tahun 2020. Penurunan ini terjadi karena adanya masalah dengan *store atmosphere* terkait sistem pendingin seperti AC (*Air Conditioner*) terkadang tidak ON (nyala) dan kualitas produk terkait rasa makanan terkadang cenderung tidak konsisten seperti sedikit terasa asin dan terlalu pedas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap niat membeli pada 9/11 *Cafe & Concept Store*.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sedang mengunjungi 9/11 *Cafe & Concept Store*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 104 konsumen yang ditentukan berdasarkan metode *non probability sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan program *SPSS Statistic 25*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli pada 9/11 *Cafe & Concept Store*. Bagi peneliti selanjutnya jika masih dalam situasi pandemi *Covid 19* maka proses wawancara kepada konsumen diharapkan hanya dilakukan kepada beberapa konsumen saja dan pemberian kuesioner secara *online* melalui *google form* guna mengurangi penyebaran *Covid 19*.

Kata kunci: *store atmosphere*, kualitas produk, niat membeli.