

## ABSTRAK

**Indi Tri Anjani,0906285, Analisis Pengaruh *Servicescape* Terhadap Keputusan Pembelian di Etcetera Café and Resto Bandung. (Survei Pada Konsumen Etcetera Café and Resto Bandung)** di bawah bimbingan Caria Ningsih, SE, M.Si, dan Woro Priatini, S.Pd, M.Si.

Industri pariwisata pada saat ini merupakan salah satu industri penggerak perekonomian di sebagian besar negara di dunia. Sektor industry pariwisata yang merupakan suatu bisnis besar dalam penyediaan barang dan jasa untuk wisatawan yang menyangkut setiap pengeluaran wisatawan dalam setiap perjalanannya. Oleh karena itu pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Kebutuhan konsumen akan nilai jasa yang dimiliki sebuah restoran mendorong para penyedia jasa makanan dan minuman untuk ikut terlibat dalam persaingan dan memenangkannya. Setiap aktivitas restoran yang ada harus difokuskan pada upaya manajemen untuk memberikan kinerja jasa yang melebihi harapan konsumen. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui strategi pemasaran *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions*, *spatial layout*, dan *sign and symbol*. Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian mengenai *servicescape* terhadap keputusan pembelian. Unit analisis dari penelitian ini adalah tamu yang berkunjung dan melakukan pembelian di Etcetera Café and Resto Bandung dalam jumlah sampel sebanyak 100 tamu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah metode *cross sectional method*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dilakukan melalui studi kepustakaan dan kuesioner. Untuk mengukur besarnya pengaruh *servicescape* terhadap keputusan pembelian digunakan analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan statistik hipotesis, *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions*, *spatial layout*, dan *sign and symbol* dapat mempengaruhi keputusan pembelian serta berpengaruh positif dan signifikan. Oleh karena itu, manajemen restoran diharapkan mampu meningkatkan penerapan *servicescape* lebih baik lagi untuk meningkatkan nilai keputusan pembelian yang terjadi di Etcetera Café and Resto Bandung.

Kata Kunci : *Servicescape* dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**Indi Tri Anjani , 0906285, Analysis of Influence Purchasing Decisions Against Servicescape Etcetera Café and Resto in Bandung. (Survey of Consumer Etcetera Café and Resto in Bandung) under the guidance of Caria Ningsih , SE , M.Si , and Woro Priatini , S. Pd , M.Sc.**

Tourism industry at the moment is one of the industries driving the economy in most countries in the world. Sectors of the tourism industry is a big business in the provision of goods and services to tourists which involves every tourist spending in any way. Therefore, tourism is an integral part of human life regarding social and economic activities. Consumer demand for value services owned a restaurant encourages the food and beverage service providers to get involved in the competition and win it. Every activity of the restaurant there should be focused on efforts to provide performance management services that exceed customer expectations. Such efforts can be made through the servicescape marketing strategy consisting of ambient conditions , spatial layout , and sign and symbol. Based on the above, it is done research on the servicescape on purchasing decisions. The unit of analysis of this study is the guests who visit and make purchases at Etcetera Café and Resto Bandung in the total sample of 100 guests. The method used in this research is descriptive and verification method, this research was conducted within a period of less than one year, then the method used is the cross sectional method. The data used is primary data and secondary data conducted through literature study and a questionnaire. To measure the level of influence on purchase decisions servicescape used path analysis (path analysis). Based on statistical hypothesis, servicescape consisting of ambient conditions, spacial layouts, and sign and symbol can influence purchasing decisions as well as the positive and significant effect. Therefore, top management is expected to increase the adoption of servicescape better to increase the value of the purchasing decision occurs at Etcetera Café and Resto Bandung.

**Keywords :** *Servicescape and Purchasing Decisions*