

## ABSTRAK

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung pada tahun 2010-2014 jumlah Cafe dan Resto di Kota Bandung semakin meningkat. Dengan meningkatnya jumlah usaha di bidang kuliner, setiap perusahaan harus memiliki strategi-strategi pemasaran yang dapat membuat sebuah perusahaan bertahan dalam ketatnya persaingan. Salah satu yang paling diminati oleh pengunjung saat berkunjung ke Kota Bandung adalah wisata kuliner khususnya pada *cafe* dan resto. penerapan *store atmosphere* adalah salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan karena *store atmosphere* yang baik dapat menarik perhatian konsumen, membuat konsumen nyaman dan betah berlama-lama berada di *cafe* atau resto tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *store atmosphere* pada Indischetafel *Restaurant* Bandung Tahun 2016.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif, dimana penelitian ini diartikan sebagai suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa secara sistematis dan sesuai dengan apa adanya. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada informan atau responden, observasi, dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indischetafel *restaurant* mengungkap konsep *store atmosphere* yang dapat memberikan pengalaman berbeda yang dirasakan oleh pengunjung Indischetafel *restaurant*.

Kata kunci : Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran Jasa, *Store Atmosphere*.