

ABSTRAK

Banyaknya restoran dan café yang bermunculan membuat pebisnis kuliner harus menetapkan strategi yang unik untuk memperebutkan persepsi konsumen. Strateginya adalah dengan penciptaan *store atmosphere* yang unik dan menarik. Nanny's Pavillon Home merupakan restoran yang konseptual dan memiliki *atmosphere* restoran yang unik dan menarik. *Store atmosphere* adalah perancangan suasana pada komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma yang menstimuli persepsi dan respon emosional konsumen serta mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi konsumen tentang *store atmosphere* Nanny's Pavillon Home. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 400 konsumen dengan metode *non-probability* sampling dan teknik sampling *purposive*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, *exterior* mendapatkan skor rata-rata sebesar 4,0992, *general interior* sebesar 4,1156, *store layout* sebesar 4,19625, *interior display* sebesar 4,20125, dan *store atmosphere* secara keseluruhan mendapatkan skor rata-rata 4,11505. Kesimpulan dari penelitian ini persepsi konsumen tentang *exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display* dan *store atmosphere* Nanny's Pavillon Home termasuk dalam kategori sangat baik, namun ada beberapa aspek yang akan lebih baik jika dilakukan perbaikan seperti pendekorasi ulang secara berkala, menambahkan teknologi baru, serta memperluas tempat parkir untuk kenyamanan konsumen.

Kata Kunci : Persepsi, *Store Atmosphere*, Restoran