

ABSTRAK

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjadi salah satu pilihan para pebisnis untuk dijalankan karena memiliki prospek yang baik. Bisnis kuliner pada masa kini dapat dijalankan dengan cara online maupun offline. Sistem online yang saat ini sudah marak di gunakan restoran di Indonesia merupakan tahap beradaptasi dengan zaman dan hantaman pandemi. Bisnis kuliner harus berfokus pada konsumen yang merupakan bagian terpenting dalam bisnis. Saat ini store atmosphere merupakan salah satu strategi bisnis kuliner untuk dapat menarik konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap. Atmosphere rumah makan yang nyaman dengan dekorasi yang unik menjadi daya tarik tersendiri bagi sebuah rumah makan yang membuat konsumen memutuskan untuk mengunjungi rumah makan tersebut. Selain store atmosphere harga juga menjadi salah satu bahan pertimbangan utama bagi para penikmat kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh store atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian pada RM Khas Sunda Ibu Enung.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kausalitas dengan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Populasi yang digunakan adalah konsumen RM Khas Sunda Ibu Enung dan pengambilan sampel dengan metode non probability sampling. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 100 responden.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti variabel *store atmosphere* dalam kategori baik, dan variabel harga dalam kategori baik sedangkan variabel keputusan pembelian dalam kategori baik. Pada penelitian ini *store atmosphere* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan.

Kata Kunci: Bisnis Kuliner, Store Atmosphere, Harga, Keputusan Pembelian