

ABSTRAK

Warunk Upnormal didirikan oleh Citrarasa Prima Group (CRP Group). Pemilik bisnis kuliner ini bernama Rex Marindo. Warunk Upnormal memiliki fasilitas yang cukup lengkap dari segi store atmosphere mereka dan cara pemesanan melalui *pay at table*. *Pay at table* ini dapat memberikan peluang minat beli konsumen dalam menggunakan aplikasi Warunk Upnormal tersebut. Hal inilah membuat penulis tertarik untuk mengetahui faktor apa yang sebenarnya membuat konsumen dapat berkunjung ke Warunk Upnormal dan merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut, dan pada akhirnya konsumen dapat tertarik untuk membeli produk Warunk Upnormal Coffee Roasters Global Project.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Pengambilan sampel yang dilakukan yaitu teknik *non probability sampling* dengan jenis *Incidental Sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 101 responden melalui penyebaran kuisioner secara *online* menggunakan *google form*. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif serta analisis linier berganda dengan alat bantu program SPSS 27.

Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya variabel kemudahan, kegunaan, serta *store atmosphere* ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Warunk Upnormal. Pada variabel X2 Kegunaan penggunaan aplikasi pada Warunk Upnormal merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen. Warunk Upnormal Coffee Roasters Global Project. Nilai R square sebesar 0,615 artinya 61% minat beli konsumen (Y) Warunk Upnormal Coffee Roasters Global Project dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan aplikasi (X1), persepsi kegunaan penggunaan aplikasi (X2) serta *store atmosphere* (X3). Sedangkan sisanya 39% dipengaruhi oleh variabel lain seperti variabel promosi dan harga yang tidak ada di penelitian ini.

Kata kunci : Persepsi Kemudahan Aplikasi, Persepsi Kegunaan Penggunaan Aplikasi, *Store Atmosphere*, Minat Beli Konsumen, Regresi Linier Berganda.