

**PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PELAYANAN DAN  
BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
ULUN DANU RESTAURANT DI KECAMATAN BATURITI**

Oleh

**I Made Adi Surya Candra, NIM 1817041144**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko, kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap minat beli konsumen, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Ulun Danu *Restaurant* dengan objek penelitian yaitu, suasana toko, kualitas pelayanan, *brand image* dan minat beli. Teknik pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* sebanyak 100 orang responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Suasana toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli; (2) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli; (3) *Brand image* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat beli; (4) Suasana toko, kualitas pelayanan dan *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli.

**Kata kunci:** *Brand Image*; Kualitas Pelayanan; Minat Beli; Suasana Toko

***THE EFFECT OF STORE ATTEMPT, QUALITY OF SERVICE AND  
BRAND IMAGE ON CONSUMER BUYING INTEREST IN ULUN DANU  
RESTAURANT IN BATURITI DISTRICT***

***By***

**I Made Adi Surya Candra, NIM 1817041144**

***Management major***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of store atmosphere, service quality and brand image on consumer buying interest, either simultaneously or partially. This type of research is causal quantitative research. The subjects used in this study were Ulun Danu Restaurant customers with the object of research namely, store atmosphere, service quality, brand image and buying interest. The sampling technique in this study used probability sampling technique with the type of sample used was simple random sampling of 100 respondents. The data collection method used is a questionnaire and then analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) the atmosphere of the store has a positive and significant influence on buying interest; (2) Service quality has a positive and significant influence on buying interest; (3) Brand image positively and significantly influences buying interest; (4) Store atmosphere, service quality and brand image have a positive and significant influence on buying interest.*

***Keywords: Brand Image; Service quality; Buying Interest; Store Atmosphe***