

ABSTRACT

KALLISTA ULANSKY

03011210101

THE INFLUENCE OF ATMOSPHERE, PRODUCT VARIATION, AND WORD OF MOUTH ON CUSTOMER'S PURCHASE DECISION AT RASA KITA SEAFOOD MEDAN

(xiv + 115 pages; 10 figures; 24 tables; 6 appendixes)

In today's era of globalization, every business must compete with fierce competition in order to survive and emerge as a winner. All types of businesses including restaurants need their own marketing strategies to attract customers to decide to buy. As one of the famous Chinese restaurants in Medan, Rasa Kita Seafood attracts many families looking for a pleasant dining experience. Since its inception, this restaurant has been committed to serving high-quality dishes in a comfortable atmosphere. Over time, this commitment has strengthened its reputation, attracted more and more visitors and contributed to the success of the restaurant. However, sales data tends to decline and cannot achieve sales targets, this is likely due to several things or factors why the company experienced a decline in sales and this condition can be used as a reference to determine whether there are problems with the atmosphere, product variety, and word of mouth.

The research method used is a quantitative method with the help of SPSS software version 29 to process respondent data obtained from the results of filling out the questionnaire. The results obtained are that atmosphere and product variations have an influence on purchase decisions. However, word of mouth has no influence on purchase decisions

Keywords: Atmosphere, Product Variation, Word of Mouth

References: 79 (2009-2024)

ABSTRAK

KALLISTA ULANSKY

03011210101

PENGARUH ATMOSFER, VARIASI PRODUK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PADA RASA KITA SEAFOOD MEDAN

(xiv + 115 halaman; 10 gambar; 24 tabel; 6 lampiran)

Di era globalisasi saat ini, setiap bisnis harus bersaing dengan persaingan yang ketat agar dapat bertahan dan muncul sebagai pemenang. Semua jenis bisnis termasuk restoran membutuhkan strategi pemasaran tersendiri untuk menarik minat pelanggan agar memutuskan untuk membeli. Sebagai salah satu restoran Chinese ternama di Medan, Rasa Kita Seafood menarik banyak keluarga yang mencari pengalaman bersantap yang menyenangkan. Sejak awal berdiri, restoran ini berkomitmen untuk menyajikan hidangan berkualitas tinggi dalam suasana yang nyaman. Seiring berjalannya waktu, komitmen ini telah memperkuat reputasinya, menarik semakin banyak pengunjung dan berkontribusi pada keberhasilan restoran tersebut. Namun, data penjualan cenderung menurun dan tidak dapat mencapai target penjualan, hal ini kemungkinan disebabkan oleh beberapa hal atau faktor mengapa perusahaan mengalami penurunan penjualan dan kondisi ini dapat dijadikan acuan untuk mengetahui apakah ada masalah pada atmosfer, variasi produk, dan word of mouth.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan bantuan software SPSS versi 29 untuk mengolah data responden yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner. Hasil yang diperoleh adalah atmosfer dan varian produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun, word of mouth tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Atmosfer, Varian Produk, Dari Mulut Ke Mulut

Referensi: 79 (2009-2024)