

INTISARI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh budaya atau gaya hidup baru nonton bareng pertandingan sepak bola dikalangan masyarakat. Kemudian muncul beberapa kafe yang memfasilitasi acara nonton bareng tersebut. Kafe yang memfasilitasi acara nonton bareng bukan hanya sekedar kafe sebagai tempat untuk konsumsi saja, melainkan kafe yang dikemas dengan mengusung tema-tema tertentu untuk membangun kenyamanan konsumen selama acara nonton bareng. Tema-tema tersebut dikenal sebagai *store atmosphere*. *Store atmosphere* ini menjadi hal khusus yang diteliti tentang keterkaitan hubungannya dengan ketertarikan konsumen. Bagaimana sebuah kafe atau tempat nonton bareng pertandingan sepak bola, dirancang, didesain tempatnya agar membuat nyaman konsumen dan memiliki daya tarik konsumen. Salah satu kafe atau tempat nonton bareng di Yogyakarta yaitu Kedai Maradona menjadi objek dalam penelitian ini. Hal ini karena Kedai Maradona adalah kafe yang telah memosisikan sebagai Kafe nonton bareng.

Variabel dalam penelitian ini yaitu *store atmosphere* sebagai variabel independen dan ketertarikan konsumen sebagai variabel dependent. Penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol yaitu faktor sosial. Faktor sosial dalam hal ini yaitu kelompok referensi dan keluarga. Pengaruh *store atmosphere* terhadap ketertarikan konsumen menjadi fokus penelitian.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketertarikan konsumen. Namun apabila dikontrol oleh faktor sosial atau dalam hal ini kelompok referensi dan keluarga, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketertarikan konsumen. Sehingga dalam penelitian ini faktor sosial memiliki pengaruh lebih besar dalam mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk berkunjung ke Kedai Maradona untuk tempat nonton bareng pertandingan sepak bola dibandingkan dengan *store atmosphere*.

Kata kunci : *store atmosphere*, ketertarikan konsumen, faktor sosial

ABSTRACT

The background of this research is new culture or lifestyle to watch football match together in the society. Then, it raises some cafes which facilitate the activity of watching together. Those cafes are not merely cafes for consumption place, but they are packed with certain themes to build customers' confort while watching the match. Those themes are known as store atmosphere. It becomes a special issue to relate it with the customers' interest. How a cafe or a place to watch football match together is designed so that the place is comfortable for customers and has customers' interest. One of the cafes, Maradona Cafe, becomes the object of this research. It is because the cafe has positioned itself as a cafe to watch together.

The variables of this research are store atmosphere as the independent variable and customers' interest as dependent variable. This research uses control variable, which is social factor. In this case, social factor is reference group and family. The effect of store atmosphere towards customers' interest becomes the focus of the research, whether it affects customers' interest to visit Maradona Cafe as a place to watch football match together or not.

The conclusion that can be drawn from this research indicates that store atmosphere does not have significant influence towards customers' interest. However, if it is controlled by social factor, in this case refference group and family, it has significant effect towards customers' interest. Therefore, in this research, social factor has bigger effect in influencing customers' interest to visit Maradona Cafe for watching football match together compared to store atmosphere.

Keywords: Store atmosphere, customers' interest, social factor