

## ABSTRAK

Dunia usaha kuliner di Bandung semakin bertumbuh tiap tahun. Hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan. Agar perusahaan mampu bersaing, perusahaan harus menggunakan suatu konsep pemasaran yang berbeda dari pesaing. Salah satu konsep pemasaran yang dapat digunakan adalah menciptakan suasana toko yang baik, karena desain toko merupakan materi penting untuk menciptakan suasana yang akan membuat pelanggan atau konsumen merasa betah berada didalamnya dan setelahnya merasa puas. Karena dengan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respons positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan menganjurkan konsumen lain agar membeli produk yang sama. Keuntungan berlipat ganda juga akan diperoleh produsen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran atmosfer *foodcourt* dan kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di In and Out Urban Eatery Jl. Wayang No. 2 Burangrang, Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan menggunakan teknik sampling, uji validitas dan reliabilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung In and Out Urban Eatery Bandung pada tahun 2016.

Sedangkan sampel ditentukan dengan metode Zikmund, et.al dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara memberikan daftar pernyataan kepada 100 orang konsumen *foodcourt* In and Out Urban Eatery Bandung. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa atmosfer *foodcourt* dan kepuasan konsumen terletak dalam kriteria garis kontinum baik, yaitu atmosfer *foodcourt* 80,16 % dan kepuasan konsumen sebesar 73,61 %.

Kata kunci : atmosfer *foodcourt* dan kepuasan konsumen.