

Chandra Calisfanny Dewi, Pengaruh Suasana Cafe (*Store Atmosfer*) Terhadap
Loyalitas Pelanggan Pada Resort Cafe Atmosphere,
Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha,
2009
Dibawah bimbingan : Agus Aribowo, SE., MM

ABSTRAK

Bidang usaha kuliner semakin berkembang dengan pesat, dan bisnisnya semakin banyak diminati. Walaupun banyak terdapat restoran atau rumah makan tetapi hanya beberapa saja yang benar-benar padat pengunjungnya. *Atmosphere* restoran dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen. *Atmosphere* yang nyaman menciptakan suasana yang menarik sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Resort Cafe Atmosphere merupakan salah satu restoran yang menggunakan *Atmosphere* restorannya untuk menarik loyalitas pelanggan.

Teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini diambil dari buku-buku pendukung dan internet. Teori-teori tersebut akan dibahas dalam satu tinjauan pustaka yang mencakup semua bahan yang berhubungan dengan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan survey. Variabel yang diteliti adalah *Atmosphere* sebagai variabel X, dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel Y. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 97 responden Resort Cafe Atmosphere dan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan membaca buku dan tulisan ilmiah lainnya. Teknik sampling yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik, yang meliputi analisis korelasi Pearson, koefisien determinasi dan regresi linier.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan responden yang mendatangi Resort Cafe Atmosphere berjenis kelamin wanita sebanyak 57 orang (58.8%). Usia responden 21-30 tahun sebanyak 42 orang (43.3%). Responden bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 29 orang (29.9%) dan tingkat pendapatan responden sekitar Rp 1.200.001-Rp 1.800.000,- sebanyak 38 orang (39.2%). Sebanyak 37 orang (38.1%) responden yang berkunjung ke Resort Cafe Atmosphere dalam satu bulan 3-4 kali. Dari hasil penelitian dan pengolahan data statistik dengan metode regresi menggunakan SPSS versi 11.5 dapat diketahui regresi *Atmosphere* Resort Cafe Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 2,8 %, sedangkan 97,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan ini dapat diketahui, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Resort Cafe Atmosphere. Jika *Atmosphere* semakin baik, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan pada Resort Cafe Atmosphere tersebut.

Kata kunci : *Atmosphere* , *Loyalitas Pelanggan*

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Keterbatasan Penelitian.....	4
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.6 Kerangka Pemikiran.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.2 Atmosphere Salah Satu Saluran Komunikasi.....	12
2.3 Pengertian Atmosphere.....	14
2.3.1 Elemen-Elemen Atmosphere.....	17
2.3.1.1 Exterior (Bagian Luar).....	18
2.3.1.2 General Interior (Bagian Dalam).....	22
2.3.1.3 Store Layout (Tata Letak Barang Dalam Toko).....	27

2.3.1.4	Interior Point of Purchase Display (Area Pembelian Dalam Toko).....	30
2.4	Konsumen.....	31
2.4.1	Perilaku Konsumen.....	31
2.4.2	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	34
2.5	Niat Beli Ulang.....	36
2.6	Loyalitas Pelanggan	38
2.6.1	Ciri-ciri Konsumen Loyal.....	39
2.6.2	Tahap-tahap Pembentukan Loyalitas Konsumen.....	40
2.6.3	Strategi Merubah Repeat Customer menjadi Loyal Client.....	41
2.6.4	Fase Loyalitas pelanggan.....	43
2.6.5	Tiga Pilar Loyalitas Era Relationship Marketing.....	45
2.6.6	Cara Memelihara Loyalitas.....	46
2.6.8	Segmentasi berdasarkan Loyalitas.....	47
2.7	Pengertian Restaurant.....	48
2.8	Hipotesis.....	53

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	54
3.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	55
3.2.1	Uraian Jabatan.....	56
3.3	Metode Penelitian.....	60
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	61
3.5	Operasional Variabel.....	61
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.7	Teknik Populasi dan Sampel.....	65
3.8	Pengujian Hipotesis.....	66

3.8.1	Koefisien Determinasi.....	67
3.8.2	Validitas dan Reliabilitas.....	68
3.8.2.1	Uji Validitas.....	68
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	68
3.8.3	Korelasi Product Moment Pearson.....	69
3.9	Metode Analisis Data.....	69

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1	Profil Perusahaan.....	72
4.1.1	Analisis Data Profil Responden.....	73
4.1.2	Analisis Variabel Atmosphere Toko (Store Atmosphere).....	78
4.1.3	Analisis Variabel Loyalitas Pelanggan	82
4.2	Pengujian Validitas, Reliabilitas, dan Determinasi.....	83
4.2.1	Hasil Pengujian Validitas.....	83
4.2.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	85
4.3	Pengujian Hipotesis.....	87
4.4	Koefisien Determinasi.....	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran	93

DAFTAR PUSTAKA.....	94
---------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 2.1 Diagram Elemen-elemen <i>Atmosphere</i>	17
Gambar 2.2 Tiga Pilar Loyalitas.....	46
Gambar 3.1 Bagan struktur organisasi <i>Resort Café Atmosphere</i>	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Niat Beli Ulang..	37
Tabel 2.2 Segmentasi Berdasarkan Loyalitas.....	47
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	62
Tabel 3.2 Lanjutan Tabel Operasional Variabel.....	63
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	73
Tabel 4.2 Usia Responden.....	74
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	75
Tabel 4.4 Tingkat pendapatan Responden.....	76
Tabel 4.5 Kunjungan Konsumen ke Resort Café Atmosfer Dalam 1 Bulan.....	77
Tabel 4.6 Pernyataan <i>Eksterior</i>	78
Tabel 4.7 Pernyataan <i>Interior</i>	78
Tabel 4.8 Pernyataan <i>Store LayOut</i>	80
Tabel 4.9 Pernyataan <i>Interior POP Display</i>	81
Tabel 4.10 Pernyataan Loyalitas Pelanggan.....	82
Tabel 4.11 <i>Validity Rotated Component Matrix</i>	84
Tabel 4.12 <i>Reliability Analysis</i> Variabel X.....	85
Tabel 4.13 <i>Reliability Analysis</i> Variabel Y.....	86
Tabel 4.14 <i>Coefficients</i>	87
Tabel 4.15 <i>Model Summary</i>	88
Tabel 4.16 <i>Correlations</i>	89