

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap *costumer satisfaction* pada rumah makan Citra Sari di kota Bandung. *Costumer Satisfaction* adalah perasaan seorang yang senang atau kecewa setelah seorang membandingkan kinerja yang dihasilkan oleh produk yang diharapkannya. Faktor yang mempengaruhi *costumer satisfaction* salah satunya adalah *store atmosphere*. Pengaturan-pengaturan ruangan dapat berpengaruh terhadap perasaan, kenyamanan, kenikmatan konsumen sehingga dapat menimbulkan kepuasan apabila sesuai atau lebih dari keinginan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang berkunjung ke rumah makan Citra Sari sebanyak 100 orang. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 17.00 dengan metode regresi sederhana. Dan hasilnya besar pengaruh *Store Atmosphere* (sebagai variabel independen) terhadap *Costumer Satisfaction* (sebagai variabel dependen) pada rumah makan Citra Sari adalah 4.0% dan sisanya 96.0% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif *store atmosphere* terhadap *costumer satisfaction*.

Kunci : *Store Atmosphere, Costumer Satisfaction.*

ABSTRACT

This study was intended to analyze the influence of the store atmosphere toward costumer satisfaction of the Citra Sari restaurant in Bandung. Costumer satisfaction is feelings of a happy or disappointed after a performance that generated by comparing the expected product. one of the factors that influenced the costumer satisfaction was store atmosphere. Arrangements of the room can affect the feelings, comfort, enjoyment so that consumers can lead to satisfaction if appropriate or more of consumers' desire. The study was conducted, with spread out the questionnaire that was administered to 100 respondents who visit at the Citra Sari restaurant. The hypotheses testing and data analysis was conducted using the SPSS ver. 17.00, using simple regression method. And the result of the influence of store atmosphere (independent variable) on costumer satisfaction (dependent variable) at the Citra Sari restaurant is 4.0% and the remaining 96.0% is influenced by other factors. The result from this study shows that there was a positive influence of the store atmosphere on costumer satisfaction.

Keywords : Store Atmosphere, Costumer Satisfaction.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.1.2 Startegi Pemasaran	8
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	9
2.1.1.4 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	10
2.1.2 Distribusi	13
2.1.2.1 Keuntungan Penggunaan Distribusi.....	14
2.1.2.2 Tiga Strategi Distribusi.....	14
2.1.2.3 Tingkat Saluran Pemasaran.....	15

2.1.2.4 Bauran Pemasaran Ritel.....	16
2.1.2.5 Unsur-Unsur Dalam Bauran Pemasaran Ritel.....	17
2.1.3 Produk	22
2.1.3.1 Lima Tingkat Produk	22
2.1.3.2 Hierarki Produk	23
2.1.3.3 Klasifikasi Produk	24
2.1.3.3.1 Klasifikasi Berdasarkan Daya Tahan dan Kewujudanya	24
2.1.3.3.2 Klasifikasi Barang Konsumen	25
2.1.3.3.3 Klasifikasi Barang Industri	26
2.1.3.4 Bauran Produk	27
2.1.4 Jasa	27
2.1.4.1 Klasifikasi Jasa	28
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Jasa	32
2.1.4.3 Strategi Pemasaran Jasa.....	34
2.1.4.4 Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan	38
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	41
2.1.5.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	44
2.1.5.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan	45
2.1.5.3 Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Jasa.....	50
2.1.7 Store Atmosphere	51
2.1.7.1 Element-element Store Atmosphere	53
2.1.8 Perilaku Konsumen dan Strategi Saluran Distribusi	55
2.1.9 Hubungan Store Atmosphere dengan Kepuasan Pelanggan	55
2.2 Kerangka Pemikiran	57
2.3 Pengembangan Hipotesis	58

BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Objek Penelitian	59
3.1.1 Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	59
3.1.2 Lokasi Perusahaan	60
3.2 Devinisi Variable	61
3.3 Populasi dan Objek Penelitian	65
3.4 Sample	65
3.5 Kerangka Sampling	66
3.6 Teknik Sampling	66
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas	67
3.8 Metode Pengumpulan Data	68
3.9 Metode Pengolahan Data	69
BAB IV ANALISIS HASIL PENULISAN DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	75
4.1.1 Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.1.2 Analisis Responden Berdasarkan Umur.....	76
4.1.3 Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
4.1.4 Analisis Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	79
4.1.5 Analisis Responden Berdasarkan Area Tempat Tinggal.....	80
4.1.6 Analisis Responden Berdasarkan Status.....	81
4.1.7 Analisis Responden Berdasarkan Kendaraan yang digunakan.....	82
4.1.8 Analisis Responden Berdasarkan Informasi Mengenai Rumah Makan Citra Sari.....	83
4.2 Analisis Pernyataan Responden Mengenai <i>Stotre Atmosphere</i> Rumah Makan Citra Sari.....	84
4.3 Analisis Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	124
4.3.1 Analisis Hasil Pengujian Validitas.....	124
4.3.2 Analisis Hasil Pengujian Reliabilitas.....	125

4.4 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis.....	126
4.4.1 Analisis Hipotesis.....	127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>The 4 P Of Marketing</i>	13
Gambar 2.2	Tiga Strategi Distribusi.....	15
Gambar 2.3	Bauran Ritel	17
Gambar 2.4	Bauran Promosi	20
Gambar 2.5	Bagan Elemen Store Atmosphere	21
Gambar 2.6	Lima Tingkat Produk	22
Gambar 2.7	Matriks Proses Jasa	31
Gambar 2.8	Klasisfikasi Jasa	32
Gambar 2.9	Proses Strategi Pemasaran	39
Gambar 2.10	Analisis Lima Kesenjangan	41
Gambar 2.11	Konsep Kepuasan Pelanggan	43
Gambar 2.12	Tindakan Alternatif Jika Terjadi Ketidak Puasan	51
Gambar 2.13	Element-Element Store Atmosphere	54
Gambar 2.14	Bagan Kerangka Pemikiran	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Bagan Organisasi Restoran Citra Sari	59
Tabel 3.2	Operasional Variabel	61
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memeberikan Interpretasi Terhadap Koefesien Korelasi	72
Tabel 4.1	Analisis Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin ...	75
Tabel 4.2	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	76
Tabel 4.3	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4.4	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	79
Tabel 4.5	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Area Tempat Tinggal.....	80
Tabel 4.6	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Status	81
Tabel 4.7	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Kendaraan yang digunakan.....	82
Tabel 4.8	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	83
Tabel 4.9	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai letak Rumah Makan Citra Sari terlihat jelas dari jalan raya.....	84
Tabel 4.10	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai tampak depan rumah makan dapat dengan mudah dikenali.....	85
Tabel 4.11	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai papan nama rumah makan terlihat jelas dari jalan raya	86

Tabel 4.12	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai pintu masuk rumah makan cukup lebar untuk dimasuki	87
Tabel 4.13	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai jalan masuk dan keluar konsumen mudah dilalui	88
Tabel 4.14	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai lahan parkir yang disediakan rumah makan sudah cukup	89
Tabel 4.15	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai lantai rumah makan terlihat bersih dan nyaman	90
Tabel 4.16	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai warna dinding dari keseluruhan rumah makan membuat nyaman	91
Tabel 4.17	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai rumah makan diterangicukup lampu / pencahayaan	92
Tabel 4.18	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai suhu rumah makan dirasa cukup nyaman	93
Tabel 4.19	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai langit-langit rumah makan dirasa nyaman	94
Tabel 4.20	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai pengaturan ragam meja kursi yang disediakan nyaman untuk bersantap	95
Tabel 4.21	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai sarana penunjang menambah kenyamanan	96

Tabel 4.22	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai lokasi kasir rumah makan berada di tempat yang tepat	97
Tabel 4.23	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai kebersihan dan kenyamanan WC rumah makan terawat	98
Tabel 4.24	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai responden merasa leluasa ketika berjalan di dalam rumah makan	99
Tabel 4.25	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai layout rumah makan membuat responden merasa nyaman	100
Tabel 4.26	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai etalase kue sudah ditempatkan pada tempat yang benar	101
Tabel 4.27	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai bentuk etalase kue sudah serasi dan sepadan dengan suasana rumah makan	102
Tabel 4.28	Analisis Tabel Tanggapan responden mengenai penataan kue di etalase menarik dan beragam	103
Tabel 4.29	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kualitas dan kesegaran bahan makanan	104
Tabel 4.30	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kualitas dan kestabilan rasa makanan	105
Tabel 4.31	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kualitas dan kestabilan rasa minuman	106
Tabel 4.32	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kelengkapan menu yang disediakan	107

Tabel 4.33	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas denganketersedian makanan sesuai menu	108
Tabel 4.34	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan tata penyajian makanan dan minuman	109
Tabel 4.35	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kecepatan kedatangan pesanan makanan dan minuman.	110
Tabel 4.36	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan penataan dan kebersihan peralatan makan minum	111
Tabel 4.37	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan bentuk dan penataan pada daftar menu	112
Tabel 4.38	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kecepatan jasa layanan antar makanan dan minuman ...	113
Tabel 4.39	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas denganketepatan makanan dan minuman pesanan	114
Tabel 4.40	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kehigenisan makanan yang diantar	115
Tabel 4.41	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan jasa pelayanan antar makanan	116
Tabel 4.42	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan bentuk dan design papan nama	117

Tabel 4.43	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan WOM mengenai rumah makan Citra Sari	118
Tabel 4.44	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan harga makanan di rumah makan Citra Sari	119
Tabel 4.45	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan pemberian diskon yang diberikan	120
Tabel 4.46	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan penampilan seragam pelayan	121
Tabel 4.47	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kinerja pelayan	122
Tabel 4.48	Analisis Tabel Kepuasan konsumen mengenai responden puas dengan kesopanan dan keramahan pelayan	123
Tabel 4.49	Uji Validitas	124
Tabel 4.50	Hasil Uji Reliabilitas	126
Tabel 4.51	Uji Signifikansi	127
Tabel 4.52	Uji Pengaruh (Regresi)	127

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner	134
Lampiran B	Frequency Tabel.....	140
Lampiran C	Uji Validitas	152
Lampiran D	Uji Reabilitas	155
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>Curriculum Vitae</i>)		157