

## ABSTRAK

YUNUS ALIAS. 9952329 Hubungan Rancangan Suasana Toko Terhadap Minat Makan Konsumen Pada Café Silo's Di Bandung.

Pembimbing : DR. Dwi Kartini Spec.Lic

Persaingan yang terjadi di dalam dunia bisnis semakin lama semakin meningkat, dimana semakin banyak bermunculan perusahaan baru yang berusaha untuk menarik pelanggan dan juga berusaha untuk mengungguli para pesaing mereka. Café Silo's merupakan salah satu perusahaan baru, yang bergerak di bidang jasa makanan yang menawarkan makanan yang beraneka ragam dengan ditunjang oleh berbagai atribut pelayanan yang menyertainya. Keadaan ini tentunya menguntungkan bagi pihak konsumen karena banyaknya pilihan yang memungkinkan konsumen untuk memilih rumah makan yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat di antara pengusaha rumah makan, sehingga harus memikirkan strategi pemasaran yang paling baik, tepat, dan sesuai agar restoran yang dikelolanya dapat bertahan dan terus berlangsung. Salah satu di antaranya dengan melaksanakan penilaian rancangan atmosfer toko. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penataan rancangan atmosfer toko yang baik sehingga mampu secara efektif mendorong minat makan konsumen dan untuk mengetahui pengaruh rancangan atmosfer toko terhadap minat makan konsumen. Penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan melakukan pendekatan survei ke lokasi penelitian dan menggunakan 50 kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan rumah makan, kemudian data tersebut diolah menggunakan metode statistik Hasil koefisien korelasi Rank Spearman yang diperoleh adalah sebesar 0.96 dengan uji signifikan  $\alpha = 0.05$  dengan hasil  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan cukup kuat antara penataan atmosfer lingkungan dengan tingkat minat konsumen

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa besarnya pengaruh rancangan toko terhadap minat konsumen adalah sebesar 92.16% dan sisanya sebesar 7.84% dipengaruhi oleh faktor lain di luar rancangan toko. Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa rancangan toko dinilai baik oleh konsumen walaupun terdapat beberapa faktor yang masih perlu ditingkatkan pada waktu yang akan datang sehingga dapat menumbuhkan minat makan konsumen terhadap Café Silo's.

# DAFTAR ISI

Halaman  
ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pengertian Rancangan Suasana Toko ( <i>Store Atmosphere</i> ).....	10
2.1.1 Elemen-elemen Rancangan Suasana toko.....	12
2.1.1.1 Exterior ( Bagian luar Toko ).....	14
2.1.1.2 Interior ( Bagian dalam Toko ).....	18
2.1.1.3 Store Layout ( Tata Letak Barang dalam Toko ).....	23
2.1.1.4 Interior Point of Purchase Display (Nilai Pembelian dari Pajangan Bagian dalam Toko ).....	27
2.2 Konsumen.....	30
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	31
2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ( Keputusan Pembelian ).....	32
2.3 Peranan Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen .....	35

**BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.2.1 Operasional Variabel.....	40
3.2.2 Jenis dan sumber Data.....	42
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.4 Teknik Sampling.....	44
3.2.5 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	45
3.2.6 Analisis Kualitatif.....	46
3.2.7 Analisis Kuantitatif.....	46

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Profil Perusahaan.....	50
4.1.1	Sejarah dalam Café Silo's Bidang Rancangan Atmosfer.....	50
4.1.2	Organisasi dan Mekanisme kerja Café Silo's.....	51
4.1.3	Lini Produk.....	54
4.1.4	Penataan Rancangan Atmosfer Café Silo's .....	61
4.1.4.1	Penataan Exterior Rancangan Atmosfer Café Silo's.....	61
4.1.4.2	Penataan General Exterior Rancangan Atmosfer Café Silo's.....	62
4.1.4.3	Penataan Store Layout Rancangan Atmosfer Café Silo's.....	64
4.1.4.4	Penataan Interior POP Displays (POP) Rancangan Atmosfer Café Silo's.....	65
4.2	Profil Responden.....	65
4.3	Penilaian Pelanggan terhadap Penataan Atmosfer Lingkungan di Café Silo's.....	69
4.3.1	Penilaian Pelanggan terhadap Exterior Café Silo's.....	70
4.3.2	Penilaian Konsumen terhadap Elemen – Elemen Interior .....	72
4.3.3	Penilaian Pelanggan terhadap Elemen- Elemen Store Layout.....	80
4.3.4	Penilaian Pelanggan terhadap Elemen –Elemen Interior POP Display.....	82
4.4	Analisa Minat Makan Konsumen di Café Silo's.....	82
4.5	Hubungan Rancangan Suasana Toko ( <i>Store Atmosphere</i> ) terhadap Minat Beli Konsumen di Café Silo's.....	85
4.6	Faktor – Faktor yang Menunjang dan Menghambat Pelaksanaan	
4.7	Atmosfer atas Tanggapan Konsumen.....	91
4.8	Penutup.....	92

## **BAB V KESIMPULAN**

5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran .....	97

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR GAMBAR**

## **DAFTAR TABEL**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 Data Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Data Pelanggan Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Data Pelanggan Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
Tabel 4.4 Data Pelanggan Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Tiap Bulannya.....	67
Tabel 4.5 Data Pelanggan Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Café Silo's.....	68
Tabel 4.6 Data Pelanggan Berdasarkan Jumlah Uang yang dikeluarkan dalam Sekali datang ke Café Silo's.....	68
Tabel 4.7 Kejelasan Papan Nama.....	70
Tabel 4.8 Keleluasaan Pintu Masuk dan Keluar.....	70
Tabel 4.9 Penilaian Konsumen terhadap Kondisi Bangunan (Bentuk dan Desain ).....	71
Tabel 4.1.0 Penilaian Konsumen terhadap Keamanan Kendaraan Saat Parkir di Café Silo's.....	72
Tabel 4.1.1 Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Warna Dan Pencahayaan.....	72
Tabel 4.1.2 Penilaian Pelanggan Terhadap Kenyamanan Yang Diperoleh Melalui Alunan Musik dan Aroma Ruang ( Scent And Sound ).....	73
Tabel 4.1.3 Daya Tarik Tekstur Dinding Baik dari dalam maupun luar.....	74
Tabel 4.1.4 Sirkulasi Udara.....	75
Tabel 4.1.5 Keramahan, Kecepatan, dan Pengetahuan Yang Dimiliki Para Pegawai .....	75
Tabel 4.1.6 Kerapian Pakaian Karyawan .....	76
Tabel 4.1.7 Kemudahan Menghubungi Karyawan.....	77
Tabel 4.1.8 Kejelasan Informasi yang diberikan Karyawan.....	77
Tabel 4.1.9 Jumlah Kasir Yang Tersedia dan Lokasi Penempatannya .....	78
Tabel 4.2.0 Kebersihan Ruang Dalam dan Luar Ruangan.....	79
Tabel 4.2.1 Kebersihan Toilet .....	80
Tabel 4.2.2 Penilaian Pelanggan terhadap Lokasi yang Strategis.....	80

Tabel 4.2.3 Penilaian Konsumen Terhadap Fasilitas tambahan yang Diberikan untuk Kenyamanan.....	81
Tabel 4.2.4 Penilaian Konsumen Terhadap Keindahan Dekorasi Dinding .....	82
Tabel 4.2.5 Penilaian Konsumen Terhadap keunikan yang dimiliki dibandingkan Dengan Toko Sejenis.....	83
Tabel 4.2.6 Penilaian Suasana Café membuat anda berada di dalamnya.....	84
Tabel 4.2.7 Penilaian Anda Lebih Senang Di Café Silo's Daripada Di Tempat Lainnya .....	84
Tabel 4.2.8 Data Variabel X dan Variabel Y.....	86

## DAFTAR GAMBAR

### HAL

1. 1 Diagram Elemen – Elemen Suasana Toko .....	7
1. 2 Skema Hubungan Atmosfer Dengan Minat Beli .....	9
2.1 Diagram Elemen – Elemen Toko .....	13
2.2 Faktor – Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen .....	35
4.1 Struktur Organisasi Café Silo’s .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran i Surat Ijin Penelitian Ke Perusahaan

Lampiran ii Kuesioner

Lampiran iii Tabel Induk Variabel ( X )

Lampiran iv Tabel Induk Variabel ( Y )

Lampiran v Gambar Suasana Café Silo's