

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	10
1.6.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	10
1.6.2 Operasionalisasi Variabel	10
1.6.3 Metode Penarikan Sampel	14
1.6.3.1 Jenis dan Sumber Data	14
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	16
1.6.5 Metode Analisis Data	18
1.6.6 Rancangan Pengujian Hipotesis	19
1.7 Lokasi Penelitian	23

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Restoran	24
2.1.1 Pengertian <i>Outlet</i>	27
2.2 Atmosfer Toko	27
2.2.1 Pengertian Atmosfer Toko	27
2.2.2 Elemen-elemen Atmosfer Toko	28
2.2.2.1 <i>Exterior</i> (Bagian Luar Toko)	28
2.2.2.2 <i>General Interior</i> (Bagian Dalam Toko)	33
2.2.2.3 <i>Store Layout</i> (Tata Letak Barang Dalam Toko)	42
2.2.2.4 <i>Interior POP Displays</i> (Area Pembelian Dalam Toko)	46
2.3 Kepuasan Konsumen	50
2.3.1 Konsep dan Pengertian Kepuasan Konsumen	50
2.3.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan	54
2.3.3 Pentingnya Kepuasan Konsumen	56
2.4 Pengaruh Penataan Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Konsumen	58

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	62
3.2 Sejarah Singkat Perusahaan	62
3.3 Struktur Organisasi	66

3.4 Kegiatan Usaha BMC	66
3.5 Bauran Pemasaran yang dilakukan BMC	68
3.5.1 Produk	68
3.5.2 Harga	69
3.5.3 Tempat	70
3.5.4 Promosi	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penataan Atmosfer Toko pada BMC	72
4.1.1 Penataan <i>Exterior</i> BMC	72
4.1.2 Penataan <i>General Interior</i> BMC	75
4.1.3 Penataan <i>Store Layout</i> BMC	79
4.1.4 Penataan <i>Interior (POP) Display</i> BMC	80
4.2 Profil Responden	81
4.3 Penilaian Konsumen Terhadap Penataan Atmosfer Toko	
Pada BMC	87
4.3.1 Penilaian Konsumen Terhadap Penataan	
<i>Exterior</i> BMC	87
4.3.2 Penilaian Konsumen Terhadap Penataan <i>General</i>	
<i>Interior</i> BMC	90
4.3.3 Penilaian Konsumen Terhadap Penataan <i>Store Layout</i>	
BMC	95

4.3.4 Penilaian Konsumen Terhadap Penataan <i>Interior</i> (POP) Display BMC	97
4.4 Penataan Atmosfer Toko Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen BMC	99
4.5 Penilaian Konsumen Terhadap Penataan Atmosfer Toko Melalui Saran dan Kritik	103
4.6 Pengolahan Data	104
4.6.1 Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	104
4.6.2 Pengujian Hipotesis Terhadap Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan BMC	107
4.6.2.1 Analisis koefisien korelasi Pearson	107
4.6.2.2 Analisis regresi berganda	108

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	115

DAFTAR PUSTAKA	116
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	119
-----------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Operasionalisasi Variabel	11
Tabel 4.1	Jenis kelamin responden	81
Tabel 4.2	Usia responden	82
Tabel 4.3	Pekerjaan responden	83
Tabel 4.4	Pendapatan rata-rata responden tiap bulan	84
Tabel 4.5	Frekuensi berkunjung responden	85
Tabel 4.6	Kendaraan yang digunakan responden	85
Tabel 4.7	Jumlah uang yang dikeluarkan responden dalam sekali datang ke BMC	86
Tabel 4.8	<i>Exterior</i> , Papan nama	87
Tabel 4.9	<i>Exterior</i> , Pintu masuk	88
Tabel 4.10	<i>Exterior</i> , Bangunan toko	88
Tabel 4.11	<i>Exterior</i> , Keamanan parkir	89
Tabel 4.12	<i>Exterior</i> , Lokasi toko	90
Tabel 4.13	<i>General Interior</i> , Warna dan pencahayaan	90
Tabel 4.14	<i>General Interior</i> , Alunan musik dan aroma ruangan.....	91
Tabel 4.15	<i>General Interior</i> , Desain lantai	92
Tabel 4.16	<i>General Interior</i> , Sirkulasi dan temperatur udara	92
Tabel 4.17	<i>General Interior</i> , Keragaman produk	93
Tabel 4.18	<i>General Interior</i> , Karyawan	93
Tabel 4.19	<i>General Interior</i> , Kasir	94
Tabel 4.20	<i>Interior</i> , Kebersihan	95

Tabel 4.21	<i>Store Layout</i> , Pemanfaatan ruangan	95
Tabel 4.22	<i>Store Layout</i> , Jarak antar meja	96
Tabel 4.23	<i>Store Layout</i> , Arus lalu lintas dalam toko	97
Tabel 4.24	<i>Interior (POP) Display</i> , Dekorasi dinding	97
Tabel 4.25	<i>Interior (POP) Display</i> , Petunjuk letak toilet	98
Tabel 4.26	Pendapat responden mengenai perasaan puas yang dirasakan ketika berada di BMC	99
Tabel 4.27	Pendapat responden mengenai perasaan nyaman yang dirasakan ketika berkunjung ke BMC	99
Tabel 4.28	Pendapat responden mengenai lamanya waktu yang dihabiskan ketika berkunjung ke BMC	100
Tabel 4.29	Penilaian responden lebih senang makan dan minum di BMC daripada di restoran lain	101
Tabel 4.30	Pendapat responden mengenai keinginannya untuk merekomendasikan dan mengajak kerabatnya untuk mengunjungi BMC karena suasananya	102
Tabel 4.31	Pendapat responden mengenai kemungkinan ia akan berkunjung kembali ke BMC karena suasananya.....	103
Tabel 4.32	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	104
Tabel 4.33	<i>Correlations</i>	107
Tabel 4.34	<i>Coefficients</i>	108
Tabel 4.35	ANOVA	109
Tabel 4.36	<i>Model Summary</i>	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram elemen atmosfer toko		8
Gambar 1.2	Skema kerangka pemikiran		9
Gambar 2.2	Konsep kepuasan konsumen		52