

ABSTRAK

Restoran atau kafe adalah sebuah tempat yang menyediakan berbagai makanan atau minuman dan tempat yang memungkinkan mereka untuk berdiskusi atau beristirahat sejenak bagi orang-orang yang sedang berada di luar tempat tinggalnya. Kebutuhan konsumen akan makanan, minuman, serta tempat yang nyaman mendorong para usahawan untuk berlomba dalam persaingan dan memenangkannya. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui adanya kualitas makanan, lingkungan fisik, dan brand attitude yang harus diperhatikan untuk merintis sebuah restoran atau kafe untuk mencapai kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian diatas maka dilakukan penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas makanan, lingkungan fisik, dan brand attitude terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus Diskus Café). Unit analisis dari penelitian ini adalah masyarakat Bandung yang pernah mengunjungi Diskus Café 2x dalam seminggu dalam jumlah sampel sebanyak 133 tamu. Metode penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Analisis yang ditunjukkan oleh variable independent (kualitas makanan, lingkungan fisik, dan brand attitude) dan variable dependen (kepuasan pelanggan) adalah kualitas makanan sebesar 44,3% , lingkungan fisik sebesar 23,6% , dan brand attitude sebesar 33,7%.

Kata kunci: Kualitas Makanan, Lingkungan Fisik, Brand Attitude, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

A restaurant or cafe is a place that provides a variety of food or drinks and a place that allows them to discuss or take a break for people who are outside their homes. Consumer needs for food, drinks and a comfortable place encourage entrepreneurs to compete in competition and win it. These efforts can be done through the existence of food quality, physical environment, and brand attitude that must be considered to pioneer a restaurant or cafe to achieve customer satisfaction. Based on the description above, a study was conducted on the analysis of the influence of food quality, physical environment, and brand attitude on customer satisfaction (Diskus Café case study). The unit of analysis of this research is Bandung people who have visited Diskus Café twice a week in a sample of 133 guests. This research method uses Multiple Linear Regression to determine the effect of independent variables on the dependent variable. The analysis shown by the independent variable (food quality, physical environment, and brand attitude) and the dependent variable (customer satisfaction) is food quality by 44.3%, physical environment at 23.6%, and brand attitude by 33.7%.

Keywords: Food Quality, Physical Environment, Brand Attitude, and Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4.Manfaat Penelitian	6
BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Tinjauan Teori.....	7
2.2. Pemasaran	7
2.2.1.Pengertian Pemasaran	8
2.2.2 Manajemen Pemasaran	8
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	12

2.2.3.2 Variabel-variabel Bauran Pemasaran.....	13
2.3 Produk	15
2.3.1 Pengertian Produk	15
2.3.2 Klasifikasi Produk.....	16
2.3.3 Karakteristik Produk	18
2.3.4 Tingkatan Produk.....	18
2.3.5 Hirarki Produk.....	19
2.3.6 Diferensiasi Produk.....	20
2.3.7 Dimensi Kualitas Produk	22
2.4 Distribusi/Retail	25
2.4.1 Pengertian Distribusi/Retail	25
2.4.2 Unsur-unsur Distribusi/Retail	26
2.4.3 Perilaku Konsumen dan Strategi Distribusi	31
2.4.4 Atmosphere	32
2.4.4.1 Pengertian Atmosphere	32
2.4.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Atmosphere	33
2.4.4.3 Kriteria Atmosphere Yang Baik	33
2.4.4.4 Perbedaan Tentang Store Atmosphere dan Store Image	35
2.5 Merek	36
2.5.1 Pengertian Atas Merek	36
2.5.2 Ekuitas Merek	38
2.5.3 Unsur Merek	39
2.6 Sikap	40
2.6.1 Pengertian Sikap	40
2.6.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen	40

2.7 Kepuasan	41
2.7.1 Pengertian Kepuasan	41
2.7.2 Cara Mengukur Kepuasan	42
2.8 Riset Empiris	45
2.8.1 Kerangka Teoritis	45
2.8.2 Kerangka Pemikiran	50
2.9 Pengembangan Hipotesis	52
2.9.1 Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan	52
2.9.2 Lingkungan Fisik dan Kepuasan pelanggan	53
2.9.3 Brand Attitude dan Kepuasan Pelanggan	53
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1 Model Penelitian	56
3.2 Populasi Dan Sampel	57
3.2.1 Populasi/Objek Penelitian	57
3.2.2 Sampel	58
3.2 Definisi Operasional Variabel	59
3.3 Teknik Pengumpulan DATA	61
3.3.1 Data Primer	62
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	65
3.3.3 Pengukuran Variabel	65
3.4 Teknik Analisis Data	66
3.4.1 Uji Validitas	67
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Hasil Penelitian	68

4.1.1. Analisis Data Demografis Responden	68
4.1.2. Uji Instrumen	70
4.1.2.1. Uji Validitas	70
4.1.2.2. Uji Reliabilitas	72
4.1.3. Uji Asumsi Klasik.....	73
4.1.3.1. Uji Normalitas.....	73
4.1.3.2. Uji Heteroskedaditas	75
4.1.3.3. Uji Multikolonearitas.....	76
4.1.4. Uji Hipotesis	78
4.2. Pembahasan.....	82
 BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	 86
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Implikasi Penelitian.....	87
5.3. Saran.....	87
 DAFTAR PUSTAKA	 88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.8 Riset Empiris.....	45
Tabel 3.2 Pemberian Kode untuk Jawaban Pertanyaan Tertutup	41
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Usia Responden.....	46
Tabel 4.3. Frekwensi kunjungan ke Diskus Café.....	46
Tabel 4.3. Uji Validitas	47
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.5. Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.6. Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.7. Uji Hipotesis 1	56
Tabel 4.8. Uji koefisien determinasi Hipotesis 1	56
Tabel 4.9. Uji Hipotesis 2	57
Tabel 4.10. Uji koefisien determinasi Hipotesis 2	58
Tabel 4.11. Uji Hipotesis 3	58
Tabel 4.12. Uji koefisien determinasi Hipotesis 3	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perkembangan Resto Dan Café Di Bandung	1
Gambar 2.1. Bauran pemasaran	12

