

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS
KUALITAS MAKANAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG
KONSUMEN RESTORAN KARNIV.012 BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

**Oleh:
Chelsea Vasa Anasthasia Stefany
20171220165**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION
ON FOOD QUALITY, STORE ATMOSPHERE, AND
PRICE TOWARD REPURCHASE INTENTION OF
KARNIV.012 RESTAURANT BANDUNG**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for
Bachelor's Degree in Management

By:
Chelsea Vasa Anasthasia Stefany
20171220165

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM MANAGEMENT
Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS
KUALITAS MAKANAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG
KONSUMEN RESTORAN KARNIV.012 BANDUNG**

Oleh :

Chelsea Vasa Anasthasia Stefany
20171220165

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 24 Agustus 2021
Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA

Pembimbing Skripsi,

Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Chelsea Vasa Anasthasia Stefany
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 8 September 1999
NPM : 2017120165
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS MAKANAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN RESTORAN KARNIV.012 BANDUNG

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 2 Agustus 2021
Pembuat pernyataan :

(Chelsea Vasa Anasthasia)

ABSTRAK

Restoran Karniv.012 Bandung sudah berdiri sejak tahun 2011. Sejak awal Restoran Karniv.012 Bandung dibuka pada tahun 2011, Restoran Karniv.012 Bandung selalu mendapatkan antusias tinggi. Namun, berdasarkan pengamatan penulis saat melewati Jalan Riau terlihat parkir Restoran Karniv.012 Bandung sepi. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut, penulis melakukan observasi langsung dan melihat bahwa Restoran Karniv.012 sepi disaat restoran *steak* disekitaran Jalan Riau ramai. Berdasarkan hasil *preliminary research*, 16 dari 29 responden tidak ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung. Alasan mereka tidak ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 karena kualitas (rasa) makanan yang disajikan menurun dibandingkan dahulu, seringkali tingkat kematangan makanan tidak sesuai, penataan makanan yang disajikan kurang menarik, dan beberapa makanan yang disajikan tidak sesuai dengan deskripsi yang ada di menu. Selain itu, responden berpendapat bahwa alat makan yang digunakan seringkali berminyak, bau asap bakaran daging masuk ke area makan, dan pencahayaan di area makan kurang memadai. Responden juga berpendapat bahwa saat ini terdapat banyak restoran yang memiliki design (interior dan eksterior) yang lebih menarik. Alasan-alasan tersebut membuat responden berpendapat bahwa harga yang mereka bayarkan tidak sesuai dengan produk dan jasa yang diterima. Maka dari itu penulis mengambil dugaan sementara bahwa kepuasan konsumen Restoran Karniv.012 khususnya terhadap kualitas makanan, *store atmosphere*, dan harga mengalami penurunan dan mengakibatkan niat beli ulang menurun.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen atas kualitas makanan (X_1), kepuasan konsumen atas *store atmosphere* (X_2), kepuasan konsumen atas harga (X_3), dan niat beli ulang (Y) di Restoran Karniv.012 Bandung. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen atas kualitas makanan, kepuasan konsumen atas *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen atas harga berpengaruh positif terhadap niat beli ulang di Restoran Karniv.012 Bandung.

Penelitian ini termasuk *applied research* yang menggunakan metode penelitian deskriptif dan *eksplanatory*. Penelitian juga berjenis kuantitatif dengan pengambilan data sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu *judgement sampling* di mana responden merupakan orang yang pernah mengunjungi Restoran Karniv.012 Bandung dan menyukai *steak*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Sejumlah 200 data responden yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan *importance-performance analysis*.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan konsumen atas kualitas makanan (X_1) dan kepuasan konsumen *store atmosphere* (X_2) terhadap niat beli ulang (Y) baik secara bersamaan maupun terpisah. Skor R^2 menunjukkan kontribusi variabel kepuasan konsumen atas kualitas makanan dan *store atmosphere* adalah sebesar 49,8%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, konsumen tidak puas dengan kualitas makanan, *store atmosphere* dan harga di Restoran Karniv.012 Bandung. Selain itu, niat beli ulang di Restoran Karniv.012 Bandung tergolong rendah.

Kata kunci: kualitas makanan, *store atmosphere*, harga, niat beli ulang, Restoran Karniv.012 Bandung

ABSTRACT

Restaurant Karniv.012 Bandung has been established since 2011. Since the beginning, Restaurant Karniv.012 Bandung was opened in 2011, Restaurant Karniv.012 Bandung has always received high enthusiasm. However, based on the author's observations when passing through Jalan Riau, the parking lot for the Karniv.012 Restaurant in Bandung was deserted. Based on these observations, the authors made direct observations and saw that the Karniv.012 Restaurant was quiet when the steak restaurants around Jalan Riau were crowded. Based on the results of the preliminary research, 16 out of 29 respondents did not want to revisit the Karniv.012 Restaurant in Bandung. The reason they do not want to revisit the Karniv.012 Restaurant is because the quality (taste) of the food served has decreased compared to before, often the level of doneness of the food is not appropriate, the arrangement of the food served is not attractive, and some of the food served does not match the description on the menu. In addition, respondents think that the cutlery used is often oily, the smell of smoked meat from burning meat enters the dining area, and the lighting in the dining area is inadequate. Respondents also think that currently there are many restaurants that have more attractive designs (interior and exterior). These reasons make respondents think that the price they pay is not in accordance with the products and services they receive. Therefore, the authors make a temporary assumption that Karniv.012 Restaurant customer satisfaction, especially with respect to food quality, store atmosphere, and prices has decreased and resulted in decreased repurchase intentions.

The purpose of this study was to determine consumer satisfaction with food quality (X1), customer satisfaction with store atmosphere (X2), consumer satisfaction with price (X3), and repurchase intention (Y) at Karniv.012 Restaurant Bandung. In addition, the purpose of this study was to determine whether consumer satisfaction with food quality, customer satisfaction with store atmosphere, and consumer satisfaction with prices had a positive effect on repurchase intentions at Karniv.012 Restaurant Bandung.

This research includes applied research that uses descriptive and explanatory research methods. The research is also a quantitative type with sampling data using non-probability sampling, namely judgment sampling where the respondents are people who have visited the Karniv.012 Restaurant in Bandung and like steak. Data was collected by distributing online questionnaires. A total of 200 respondents' data collected were analyzed using descriptive analysis, multiple linear regression analysis, and importance-performance analysis.

The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between consumer satisfaction with food quality (X1) and customer satisfaction with store atmosphere (X2) on repurchase intention (Y) either simultaneously or separately. The R² score shows the contribution of the variable consumer satisfaction to the quality of food and store atmosphere is 49.8%. Based on the results of descriptive analysis, consumers are not satisfied with the quality of food, store atmosphere and prices at Karniv.012 Restaurant Bandung. In addition, the intention to repurchase at Restaurant Karniv.012 Bandung is relatively low.

Key words: *food quality, store atmosphere, price, repurchase intention, Restaurant Karniv.012 Bandung*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat penyertaan dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Kualitas Makanan, *Store Atmosphere*, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Restoran Karniv.012 Bandung”. Adapun penelitian ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis berharap pembaca dapat memaklumi hal tersebut dan penulis dengan terbuka menerima segala bentuk saran dan kritikan berhubungan dengan penelitian ini. Selama proses penyelesaian penelitian ini, penulis juga menyadari bahwa penulis memiliki banyak keterbatasan dan menghadapi banyak kendala, namun berkat bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari banyak pihak, penulis akhirnya dapat mengatasi setiap kendala yang ada. Maka dari itu, pada kesempatan ini, penulis dengan segenap hati ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut:

1. Kuma Ronih selaku oma penulis yang selalu setia mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat dalam melakukan seluruh kegiatan studi yang dilaksanakan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 ini dengan baik.
2. Papi Jon dan Mami Tri selaku orang tua penulis yang selalu setia mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat dalam melakukan seluruh kegiatan studi yang dilaksanakan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 ini dengan baik.
3. Glory Christabelle dan Michael Christensen selaku adik penulis yang mendukung dan memberikan semangat serta hiburan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng. selaku dosen pembimbing yang sudah sabar membimbing penulis, menjawab setiap pertanyaan penulis, serta memberikan arahan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu.
5. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Ketua Program Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan motivasi serta ilmu-ilmu manajemen pemasaran selama penulis berada di bangku perkuliahan.

6. Bapak Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE. selaku dosen pembimbing penulis saat seminar yang telah membimbing serta memberi ilmu kepada penulis sehingga pengerjaan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik.
7. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, S.E., M.Si. selaku dosen wali penulis yang sudah banyak membantu penulis dalam hal FRS dan administrasi lainnya, mendengarkan keluh kesah penulis, serta memberikan saran dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh dosen dan staf yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan ilmu dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
9. Ci Neta Christiani selaku sahabat terdekat penulis yang selalu mendoakan, memberikan semangat, menemani penulis saat jenuh, dan membantu penulis menyusun skripsi ini hingga selesai.
10. Cindy Agustina, Nathania Sherren, Livia Agustin, Laurensia Bunga, Erika, Stevani Wijaya, Jessica Partricia, dan Isabel Valencia selaku sahabat penulis selama masa perkuliahan yang setia menemani dan mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan perhatian, juga mendukung dan memberi semangat hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Ci Wanda Iriana, Ci Danella Ilene, Ci Agnes Yoanita, Ci Bunga Agustina selaku sahabat penulis yang mendukung dan memberikan hiburan ketika penulis jenuh,serta menyemangati selama masa perkuliahan ini.
12. Alvin Alfanus, Yolanda Christine, Reyhan Wijaya, Daniel Supit, Stefanus Christian, Selvi Aprilla, Christabella Audrey, Agathacia Melinda, Cynthia Evania, William Febrian, Ricky, Nichola Goeltom, Junus Shindarta, Abia Adiputra, Ryan Kalimartha, Stella AS, Natasha Jasmine, Serafina Jocelyne, Khellen, Monica Tania, Atletico, Mario Puji, Nadia Putri, Regano, dan Peter Arnold selaku sahabat penulis yang mendukung dan memberikan hiburan ketika penulis jenuh, serta menyemangati selama masa perkuliahan ini.
13. Ivo Avillia, Cindy Kartika, Syakira Nabila Nizar, Raden Fathin Gifari, Ilham Athallah, dan Oudrix Mario selaku teman perjuangan penulis yang sudah sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh keluarga besar Manajemen 2017 Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang sudah sama-sama berjuang selama masa perkuliahan.

15. Seluruh bapak parkir di STUPA yang selalu membantu penulis untuk memarkirkan mobil penulis selama masa perkuliahan ini.
16. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu yang turut mendoakan, mendukung, dan membantu penulis.

Bandung, 2 Agustus 2021



Chelsea Vasa Anasthasia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	15
1.3. Tujuan Penelitian	16
1.4. Manfaat Penelitian	17
1.5. Kerangka Pemikiran	17
BAB 2.....	21
2.1. Produk	21
2.2. Restoran	24
2.3. Kualitas Restoran	26
2.4. Kualitas Makanan (<i>Food Quality</i>)	27
2.5. <i>Store Atmosphere</i>	33
2.6. Harga	38
2.7. Kepuasan Konsumen	41
2.8. Proses Keputusan Pembelian	43
2.9. Niat Beli Ulang	45
2.10. Hubungan antara Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang	49
2.11. <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	55
BAB 3.....	57
3.1. Metode dan Jenis Penelitian	57
3.2. Teknik Pengumpulan Data	57
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	58
3.3.1. Populasi Penelitian	58
3.3.2. Sampel Penelitian	58
3.4. Operasional Variabel	59
3.5. Teknik Pengukuran Variabel	62
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
3.6.1. Uji Validitas	64
3.6.2. Uji Reliabilitas	73

3.7.	Teknik Analisis Data	75
3.7.1.	Analisa Kualitatif	75
3.7.2.	Perhitungan Kepuasan	75
3.7.3.	Perhitungan Niat Beli Ulang	76
3.7.4.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	77
3.7.5.	Uji Asumsi Klasik Normalitas	78
3.7.6.	Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas	79
3.7.7.	Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas	79
3.7.8.	Regresi Linear Berganda	80
3.7.9.	Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	80
3.7.10.	Uji Pengaruh Parsial (Uji T)	82
3.7.11.	Koefisien Determinasi (R^2)	83
3.8.	Objek Penelitian	83
3.8.1.	Profil Perusahaan	84
3.8.2.	Profil Responden	84
BAB 4.	92
4.1.	Analisis Kualitatif Variabel Kepuasan atas Kualitas Makanan	92
4.2.	Analisis Kualitatif Variabel Kepuasan atas <i>Store Atmosphere</i>	105
4.3.	Analisis Kualitatif Variabel Kepuasan atas Harga	120
4.4.	Analisis Kualitatif Niat Beli Ulang	130
4.5.	<i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	134
4.6.	Analisis Kuantitatif Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Kualitas Makanan, Store Atmosphere, dan Harga terhadap Niat Beli Ulang di Restoran Karniv.012 Bandung	138
BAB 5.	151
5.1.	Kesimpulan	151
5.2.	Saran	153
DAFTAR PUSTAKA	157
Lampiran 1	162
Lampiran 2	174

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu Mengenai Kualitas Makanan (<i>Food Quality</i>)	29
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu Mengenai <i>Store Atmosphere</i>	35
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu Mengenai Harga	39
Tabel 2.4. Penelitian Terdahulu Mengenai Niat Beli Ulang	46
Tabel 2.5. Penelitian Terdahulu Mengenai Hubungan antara Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang	51
Tabel 2.6. Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	56
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel X.....	59
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Y.....	62
Tabel 3.3. Penilaian Tingkat Ekspektasi Konsumen Menggunakan <i>Numerical Scale</i>	63
Tabel 3.4. Keterangan Tingkat Ekspektasi Konsumen	63
Tabel 3.5. Penilaian Tingkat Kinerja Perusahaan Menggunakan <i>Numerical Scale</i>	63
Tabel 3.6. Keterangan Tingkat Kinerja Perusahaan.....	63
Tabel 3.7. Penilaian Tingkat Niat Beli Ulang Menggunakan <i>Itemized Rating Scale</i>	64
Tabel 3.8. Hasil Uji Validitas Ekspektasi Konsumen atas Kualitas Makanan.....	65
Tabel 3.9. Hasil Uji Validitas Ekspektasi Konsumen atas <i>Store Atmosphere</i>	66
Tabel 3.10. Hasil Uji Validitas Ekspektasi Konsumen atas Harga	67
Tabel 3.11. Hasil Uji Validitas Kinerja Perusahaan atas Kualitas Makanan	68
Tabel 3.12. Hasil Uji Validitas Kinerja Perusahaan atas <i>Store Atmosphere</i>	70
Tabel 3.13. Hasil Uji Validitas Kinerja Perusahaan atas Harga	71
Tabel 3.14. Hasil Uji Validitas Niat Beli Ulang	72
Tabel 3.15. Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 3.16. Transformasi Nilai Kepuasan.....	76
Tabel 3.17. Interpretasi Nilai Niat Beli Ulang	77
Tabel 3.18. Usia dan Jenis Kelamin Responden	85
Tabel 3.19. Pekerjaan Responden	86
Tabel 3.20. Rata-Rata Pengeluaran Responden (per Bulan).....	86
Tabel 3.21. Rata-Rata Responden Membeli Produk <i>Steak</i> di Bandung (per Bulan).....	87
Tabel 3.22. Restoran <i>Steak</i> yang Paling Sering dikunjungi di Bandung	88
Tabel 3.23. Transaksi per responden per Sekali Makan di Restoran <i>Steak</i> di Bandung	88
Tabel 3.24. Cara Responden dalam Membeli Produk di Restoran <i>Steak</i>	89
Tabel 3.25. Kunjungan Responden ke Restoran <i>Steak</i>	89
Tabel 3.26. Kunjungan Terakhir ke Restoran Karniv.012 Bandung.....	90
Tabel 3.27. Menu yang Paling Disukai Responden di Restoran Karniv.012 Bandung	90
Tabel 4.1. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Rasa Makanan yang Disajikan	93
Tabel 4.2. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Rasa Makanan yang Disajikan di Restoran Karniv.012 Bandung	94

Tabel 4.3. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Konsistensi Rasa Makanan yang Disajikan.....	95
Tabel 4.4. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Konsistensi Rasa Makanan yang Disajikan di Restoran Karniv.012 Bandung.....	96
Tabel 4.5. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Tingkat Kematangan Makanan yang Disajikan.....	97
Tabel 4.6. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Tingkat Kematangan Makanan yang Disajikan di Restoran Karniv.012 Bandung.....	98
Tabel 4.7. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Kesegaran Bahan Makanan yang Digunakan	99
Tabel 4.8. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kesegaran Bahan Makanan yang Disajikan di Restoran Karniv.012 Bandung.....	100
Tabel 4.9. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Penampilan Makanan yang Disajikan	101
Tabel 4.10. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Penampilan Makanan yang Disajikan di Restoran Karniv.012 Bandung.....	102
Tabel 4.11. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Variasi Menu yang Ditawarkan.....	103
Tabel 4.12. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Variasi Menu yang Ditawarkan di Restoran Karniv.012 Bandung	104
Tabel 4.13. Kepuasan Konsumen atas Kualitas Makanan Secara Keseluruhan .	105
Tabel 4.14. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Pencahayaan Ruangan.....	106
Tabel 4.15. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Pencahayaan Ruangan di Restoran Karniv.012 Bandung	107
Tabel 4.16. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Suasana Ruangan.....	108
Tabel 4.17. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Suasana Ruangan di Restoran Karniv.012 Bandung	109
Tabel 4.18. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Pengaturan Suhu Ruangan.....	110
Tabel 4.19. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Pengaturan Suhu Ruangan di Restoran Karniv.012 Bandung	110
Tabel 4.20. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Sirkulasi Udara	112
Tabel 4.21. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Sirkulasi Udara di Restoran Karniv.012 Bandung	113
Tabel 4.22. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Tata Letak Ruangan.....	114
Tabel 4.23. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Tata Letak Ruangan di Restoran Karniv.012 Bandung	115
Tabel 4.24. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Kebersihan Meja Makan.....	116
Tabel 4.25. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kebersihan Meja Makan di Restoran Karniv.012 Bandung	117

Tabel 4.26. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Kebersihan Alat Makan.....	118
Tabel 4.27. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kebersihan Alat Makan di Restoran Karniv.012 Bandung	119
Tabel 4.28. Kepuasan Konsumen atas <i>Store Atmosphere</i> Secara Keseluruhan ..	120
Tabel 4.29. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Harga Makanan (<i>Value for Money</i>).....	121
Tabel 4.30. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Harga Makanan (<i>Value for Money</i>) di Restoran Karniv.012 Bandung.....	121
Tabel 4.31. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Kesesuaian Harga dengan Kualitas (Rasa) Makanan	123
Tabel 4.32. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kesesuaian Harga dengan Kualitas (Rasa) Makanan di Restoran Karniv.012 Bandung.....	124
Tabel 4.33. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Kesesuaian Harga dengan Porsi Makanan	125
Tabel 4.34. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kesesuaian Harga dengan Porsi Makanan di Restoran Karniv.012 Bandung	126
Tabel 4.35. Ekspektasi Konsumen di Restoran <i>Steak</i> dan Kinerja Restoran Karniv.012 Bandung atas Perbandingan Harga dengan Kompetitor	127
Tabel 4.36. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Perbandingan Harga dengan Kompetitor di Restoran Karniv.012 Bandung.....	128
Tabel 4.37. Kepuasan Konsumen atas Harga Secara Keseluruhan.....	129
Tabel 4.38. Niat Kunjungan Kembali ke Karniv.012 Bandung dalam Waktu Dekat	130
Tabel 4.39. Niat Membeli Ulang di Restoran Karniv.012 dibandingkan dengan di Restoran <i>Steak</i> Lainnya.....	131
Tabel 4.40. Niat Konsumen untuk Menjadikan Restoran Karniv.012 Bandung sebagai Pilihan Pertama	131
Tabel 4.41. Niat Membeli Ulang di Restoran Karniv.012 walaupun dengan Jarak Tempuh yang Jauh	132
Tabel 4.42. Niat Beli Ulang Konsumen Secara Keseluruhan	133
Tabel 4.43. Koordinat Indikator	134
Tabel 4.44. Keterangan Hasil Pemetaan	136
Tabel 4.45. Hasil Uji Komogorov-Smirnov	139
Tabel 4.46. Hasil Uji Multikolinearitas.....	141
Tabel 4.47. Hasil Uji Glejser.....	143
Tabel 4.48. Variabel <i>Entered/Removed</i>	143
Tabel 4.49. Hasil Uji Koefisien Determinasi	144
Tabel 4.50. Hasil Uji F	146
Tabel 4.51. Hasil Uji T.....	147
Tabel 4.52. Exclude Variabel	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kondisi Restoran Karniv.012 Bandung Area Bagian Depan.....	4
Gambar 1.2. Kondisi Restoran Karniv.012 Bandung Area Bagian Belakang	4
Gambar 1.3. Menu <i>Sirloin Steak</i>	5
Gambar 1.4. Menu <i>Chicken Cordon Blue</i>	5
Gambar 1.5. Kondisi Restoran Karniv.012 Area Bagian Bawah.....	7
Gambar 1.6. Kondisi Restoran Karniv.012 Area Bagian Bawah.....	7
Gambar 1.7. Menu <i>Aussie Tenderloin Grain Fed</i>	8
Gambar 1.8. Menu <i>Aussie Sirloin Cheese Steak</i>	8
Gambar 1.9. Google <i>Review Summary</i> Mengenai Restoran Karniv.012 Bandung. 9	
Gambar 1.10. Tripadvisor <i>Review</i> Mengenai Restoran Karniv.012 Bandung.....	10
Gambar 1.11. <i>Preliminary Research</i> Menggunakan <i>Polling</i> Instagram	11
Gambar 1.12. Alasan Responden Ingin Mengunjungi Kembali Restoran Karniv.012 Bandung.....	12
Gambar 1.13. Alasan Responden Ragu atau Tidak Ingin Mengunjungi Kembali Restoran Karniv.012 Bandung	13
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	44
Gambar 3.1. <i>Importance-Performance Analysis</i>	78
Gambar 3.2. Kriteria Uji T	83
Gambar 3.3. Logo Restoran Karniv.012 Bandung.....	84
Gambar 4.1. Hasil Pemetaan pada Kuadran <i>Importance-Performance Analysis</i>	135
Gambar 4.2. Distribusi Data Kuesioner	140
Gambar 4.3. Normal Probability Plot	140
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	142
Gambar 4.5. Kriteria Uji T	148

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung merupakan salah satu destinasi kuliner favorit di Indonesia. Kota Bandung terkenal dengan berbagai tempat makan yang ada, salah satu destinasi wisata kuliner yang sering dikunjungi berada di sekitar Jalan Riau. Di sekitar Jalan Riau terdapat banyak sekali *cafe*, restoran, dan tempat makan kaki lima yang menawarkan berbagai jenis makanan dengan harga dan jenis makanan yang sangat bervariasi. Salah satu restoran yang terkenal di sekitar Jalan Riau adalah Restoran Karnivor atau yang sekarang dikenal sebagai Restoran Karniv.012 Bandung. Nama Karniv.012 diambil dari kata karnivora yang berarti pemakan daging. Sesuai dengan namanya, Restoran Karniv.012 Bandung menyediakan menu-menu olahan daging seperti *hamburger steak*, *chicken steak*, *chicken cordon blue*, *tenderloin steak*, dan masih banyak lagi.

Restoran Karnivor atau yang sekarang dikenal sebagai Restoran Karniv.012 Bandung sudah berdiri sejak tahun 2011. Sejak awal Restoran Karniv.012 Bandung dibuka untuk umum pada tahun 2011, Restoran Karniv.012 Bandung selalu mendapatkan antusias tinggi dari masyarakat kota Bandung maupun luar kota Bandung. Tingginya antusias masyarakat dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang mengisi daftar tunggu untuk bisa makan di Restoran Karniv.012 Bandung. Restoran Karniv.012 Bandung terkenal dengan menu “monster” yang memberikan sajian dengan porsi besar seperti *monster pizza*, *monster steak*, *monster sosis*, *monster platter*, dan *meat tower*. Selain menu “monster”, Restoran Karniv.012 Bandung juga dikenal dengan menu-menu unik yang mereka sajikan untuk acara tertentu, contohnya adalah saat menyambut acara *halloween*. Dikutip dari Tempo.co pada bulan Oktober 2016, Restoran Karniv.012

Bandung menghadirkan menu khusus untuk menyambut acara *halloween*. Menu khusus yang mereka hadirkan pada tahun 2016 diantaranya adalah *corps finger*, *ipsum pizza*, *vantablack burger*, *blood pouch*, dan *biodine punch*.

Namun, berdasarkan pengamatan penulis pada saat melewati Jalan Riau beberapa bulan terakhir (Januari 2021 hingga Februari 2021) terlihat parkir Restoran Karniv.012 Bandung sepi dan hanya terdapat beberapa kendaraan yang terparkir. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut, penulis akhirnya melakukan observasi ke Restoran Karniv.012 Bandung sebagai seorang konsumen pada hari Rabu, 10 Maret 2021 pukul 11.00. Pada saat berkunjung, penulis memesan satu porsi *sirloin steak (medium)* dengan pilihan saos *mushroom* dan pilihan kentang *coleslaw*, satu porsi *chicken cordon blue* dengan pilihan saos *bbq* dan pilihan kentang *mashed potato*, dan *milkshake vanilla*. Selama penulis berada di Restoran Karniv.012 Bandung, penulis melakukan observasi dan berikut adalah informasi yang dilihat dan dirasakan langsung secara personal oleh penulis:

- Restoran Karniv.012 Bandung berada satu area dengan Nanny's Pavillon dan memiliki lahan parkir yang luas.
- Restoran Karniv.012 Bandung memiliki area tempat makan yang luas dengan tiga area, yaitu area bagian dalam untuk *non-smoking*, area bagian depan untuk *smoking*, dan area bagian belakang untuk *smoking*. Namun, pada saat penulis datang hanya area bagian depan dan belakang yang dibuka.
- Restoran Karniv.012 Bandung tidak memiliki ruang toilet yang terpisah antara toilet pria dan toilet wanita.
- Restoran Karniv.012 Bandung memberikan pelayanan yang ramah dan pelayan mengetahui mengenai menu yang mereka sajikan dengan baik.

- Proses pemesanan makanan hingga makanan disajikan bisa dibilang cukup cepat, yaitu sekitar 15 menit untuk menu makanannya dan sekitar 20 menit untuk menu minumannya.
- Alat makan, khususnya garpu dan pisau terlihat kotor dan saat digunakan masih berminyak.
- Pesanan menu *sirloin steak* tidak sesuai dengan tingkat kematangan yang diminta. Penulis meminta sirloin steak dengan tingkat kematangan *medium*, namun tingkat kematangan yang disajikan adalah *well done*.
- Penataan makanan untuk menu *chicken cordon blue* dengan pilihan saos *bbq* dan pilihan kentang *mashed potato* terlihat tidak menarik karena saos *bbq* terlihat sangat cair dan langsung disatukan dengan *chicken cordon blue* dan *mashed potato*. Hal tersebut membuat bagian luar *chicken cordon blue* menjadi tidak krispi lagi.
- Jumlah pengunjung saat penulis datang pada pukul 11.00 adalah 20 orang dengan 6 meja terisi, dan bertambah 10 orang saat jam makan siang, yaitu pukul 12.00. Jumlah tersebut termasuk dengan penulis dan satu orang teman penulis.

Saat datang ke Restoran Karniv.012 Bandung, penulis juga melakukan wawancara singkat dengan salah satu pegawai yang ada dan mendapatkan informasi bahwa Restoran Karniv.012 Bandung memiliki kapasitas pengunjung sebanyak 300 orang dan berkurang menjadi 210 orang pada masa PSBB kota Bandung. Namun, sekitar 2 tahun terakhir Restoran Karniv.012 Bandung jarang mencapai kapasitas penuh.

Gambar 1.1.
Kondisi Restoran Karniv.012 Bandung Area Bagian Depan



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 1.2.
Kondisi Restoran Karniv.012 Bandung Area Bagian Belakang



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 1.3.
Menu *Sirloin Steak*



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 1.4.
Menu *Chicken Cordon Blue*



Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah melakukan observasi ke Restoran Karniv.012 Bandung, penulis juga melakukan observasi ke Justus Steak House Cimanuk yang jaraknya tidak begitu jauh dari Restoran Karniv.012 Bandung dan juga memiliki menu utama

yang sama yaitu menu olahan daging. Penulis melakukan observasi pada hari Selasa, 16 Maret 2021 pukul 11.30. Saat sampai di Justus Steak House Cimanuk, penulis harus menggunakan layanan *valet parking* karena kapasitas area parkir yang ada sudah terisi penuh. Saat masuk ke area restoran, penulis juga diharuskan untuk mengisi daftar tunggu dan menunggu dua antrian yang sudah ada sebelumnya dikarenakan kapasitas restoran sudah penuh. Selama penulis berada di Justus Steak House Cimanuk, penulis melakukan observasi dan berikut adalah informasi yang dilihat dan dirasakan langsung secara personal oleh penulis:

- Justus Steak House Cimanuk memiliki area parkir yang sempit dengan kapasitas sekitar 6 mobil dan 12 motor, tetapi Justus Steak House Cimanuk menyediakan layanan *valet parking*.
- Justus Steak House Cimanuk menggunakan atap kaca untuk design interiornya, sehingga pencahayaan ruangan di siang hari sangat baik.
- Justus Steak House Cimanuk memiliki dua area makan, yaitu ruangan bagian bawah dan ruangan bagian atas.
- Justus Steak House Cimanuk memberikan pelayanan yang ramah dan pelayan mengetahui mengenai menu yang mereka sajikan dengan baik.
- Proses pemesanan makanan hingga makanan disajikan bisa dibilang cukup cepat, yaitu sekitar 25 menit untuk menu makanannya dan sekitar 35 menit untuk menu minumannya dengan kondisi kapasitas restoran terisi penuh.
- Alat makan yang digunakan dibungkus rapi menggunakan tissue dan plastik sehingga kebersihannya tetap terjaga.
- Penataan makanan untuk menu *Aussie Sirloin Grain Fed* dan *Aussie Sirloin Cheese Steak* disajikan dengan baik.
- Justus Steak House Cimanuk memiliki kapasitas pengunjung sebanyak 85 orang dan berkurang menjadi 60 orang pada masa PSBB kota Bandung.

Gambar 1.5.
Kondisi Restoran Karniv.012 Area Bagian Bawah



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 1.6.
Kondisi Restoran Karniv.012 Area Bagian Bawah



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 1.7.
Menu Aussie Tenderloin Grain Fed



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 1.8.
Menu Aussie Sirloin Cheese Steak

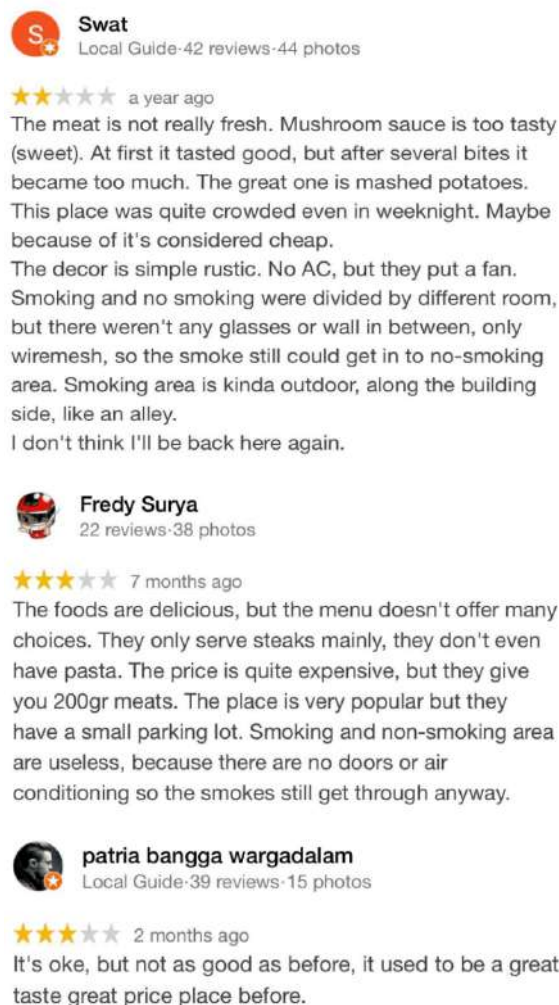


Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah melakukan observasi ke Restoran Karniv.012 Bandung, penulis mencoba untuk mencari pendapat konsumen mengenai Restoran Karniv.012 Bandung melalui ulasan-ulasan yang ada di internet. Berdasarkan

review Google *Summary* dan Tripadvisor penulis menemukan cukup banyak pendapat mengenai kualitas (rasa) makanan yang tidak seenak dahulu, tingkat kematangan makanan yang tidak sesuai dan variasi menu yang kurang variatif. Selain itu, ada juga konsumen yang berpendapat bahwa *smoking area* dan *non-smoking area* di Restoran Karniv.012 Bandung tidak berfungsi dengan baik karena asap rokok tetap masuk ke *non-smoking area*. Alasan-alasan tersebut membuat beberapa dari mereka tidak ingin kembali ke Restoran Karniv.012 Bandung lagi dalam waktu dekat.

Gambar 1.9. Google Review Summary Mengenai Restoran Karniv.012 Bandung



Swat
Local Guide · 42 reviews · 44 photos

★★★★☆ a year ago

The meat is not really fresh. Mushroom sauce is too tasty (sweet). At first it tasted good, but after several bites it became too much. The great one is mashed potatoes. This place was quite crowded even in weeknight. Maybe because of it's considered cheap. The decor is simple rustic. No AC, but they put a fan. Smoking and no smoking were divided by different room, but there weren't any glasses or wall in between, only wiremesh, so the smoke still could get in to no-smoking area. Smoking area is kinda outdoor, along the building side, like an alley. I don't think I'll be back here again.

Fredy Surya
22 reviews · 38 photos

★★★★☆ 7 months ago

The foods are delicious, but the menu doesn't offer many choices. They only serve steaks mainly, they don't even have pasta. The price is quite expensive, but they give you 200gr meats. The place is very popular but they have a small parking lot. Smoking and non-smoking area are useless, because there are no doors or air conditioning so the smokes still get through anyway.

patria bangga wargadalam
Local Guide · 39 reviews · 15 photos

★★★★☆ 2 months ago

It's oke, but not as good as before, it used to be a great taste great price place before.

Sumber: Ulasan Google Karnivor Restaurant

Gambar 1.10.
Tripadvisor *Review* Mengenai Restoran Karniv.012 Bandung



johansyaht

●○○○○○ Reviewed October 19, 2020

Steakhouse but dont know doneness. Bad service

First, me and my girlfriend order medium well tenderloin and sirloin but they're serve medium rare sirloin and super well well done tenderloin, the texture seems like sandals so we complain, the good things they changes our steak they serve another steak but rare/raw tenderloin and also the smells not good. And the server seems like angry to us. Bad steak ever ate!

Show less

Date of visit: October 2020



Irmayanti M
Bandung, Indonesia

●●●○○○ Reviewed August 17, 2020

my first visit, so so..

I took my parents and my family to have belated lunch at K because traffic and when we got there, restaurant is full and parking men offered vallet parking. We were told to wait for table. about 10 minutes, we got the table for 7 people, right in the corner/the edge, near the drinking station. Interior design of restaurant is dark, actually I myself didnt expect the ambience, thought I bring my kids. but anyway it s okay.

some menu was not available, huuft...I requested grilled beef staek with moza as shown on the pictures, but not available. Then I requested mashed potatoes, it came earlier than other menu (steak n rice). Taste of mashed potatoes is good, delicious. We ordered beef steak with weldone type. but the steak is still raw? the color of meat in the inside is little bit pinky. God! anyway, we ate them.

Well, considering of this situation. I may think to postpone my next visit for a very very long time.

However, the servants were nice and polite.

Area of toilete and musholla, need improvement.

Price of all menu, quite expensive.

Show less

Date of visit: August 2020

Sumber: Tripadvisor.com

Selanjutnya penulis melakukan *polling* cepat menggunakan Instagram untuk mengetahui niat beli ulang konsumen Restoran Karniv.012 Bandung. Dari hasil *polling* Instagram tersebut penulis mendapatkan bahwa 32 orang pernah mengunjungi Restoran Karniv.012 Bandung dan 10 orang tidak pernah mengunjungi Restoran Karniv.012 Bandung. Selanjutnya penulis melakukan wawancara kepada 32 orang tersebut mengenai niat beli ulang di Restoran Karniv.012 Bandung. Saat dihubungi untuk melakukan wawancara terdapat 3 orang yang tidak merespon, maka wawancara tersebut hanya dilakukan kepada 29 responden usia 17-35 tahun yang pernah mengunjungi Restoran Karniv.012 Bandung.

Gambar 1.11.
Preliminary Research Menggunakan Polling Instagram

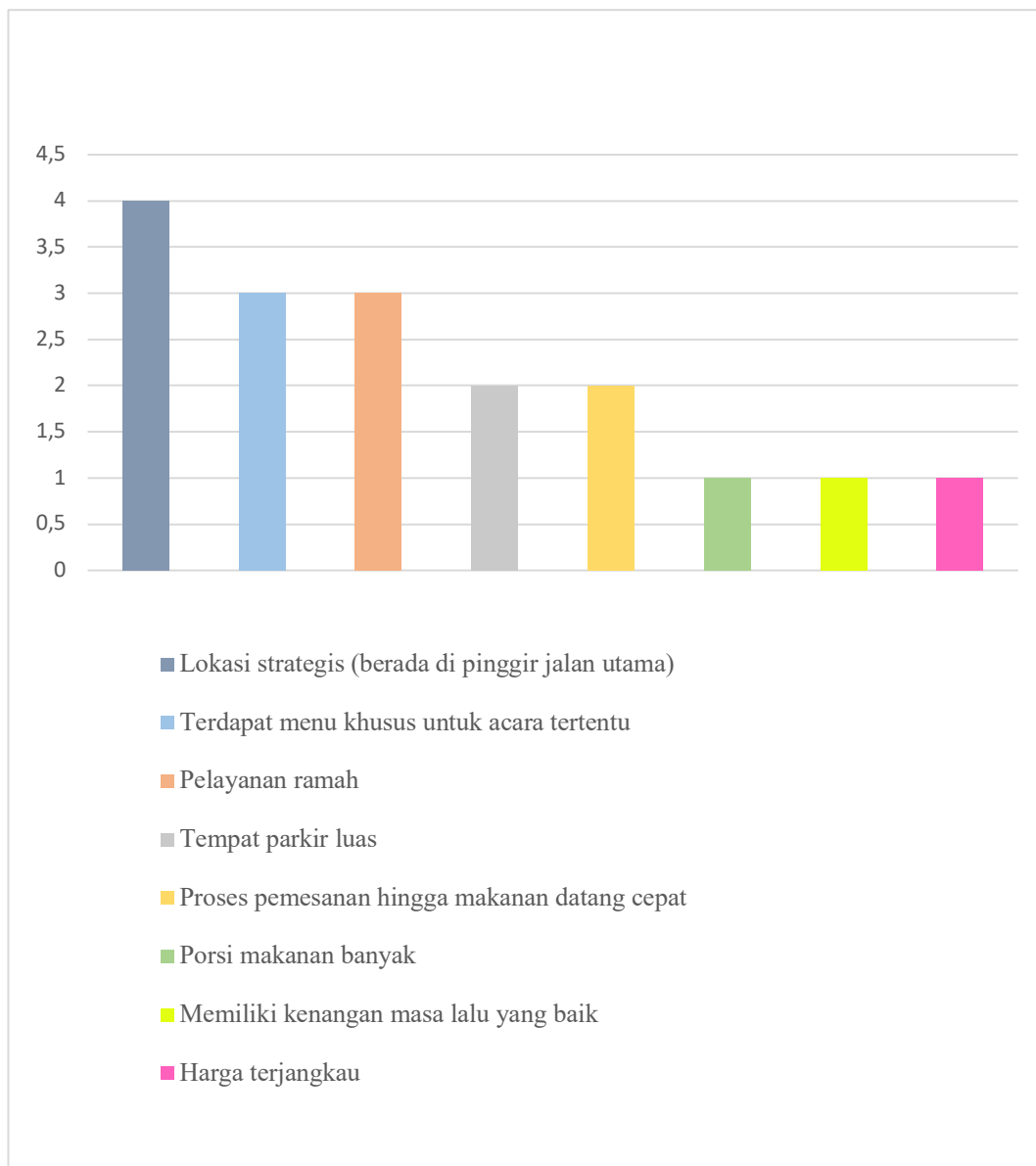


Sumber: Dokumentasi Penulis

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan, penulis mendapatkan bahwa terdapat 4 orang ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung, 9 orang ragu untuk mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung, dan 16 orang lainnya tidak ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung.

Setelah itu penulis melakukan wawancara lebih lanjut kepada 4 orang responden yang ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung. Berikut adalah alasan mereka ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung.

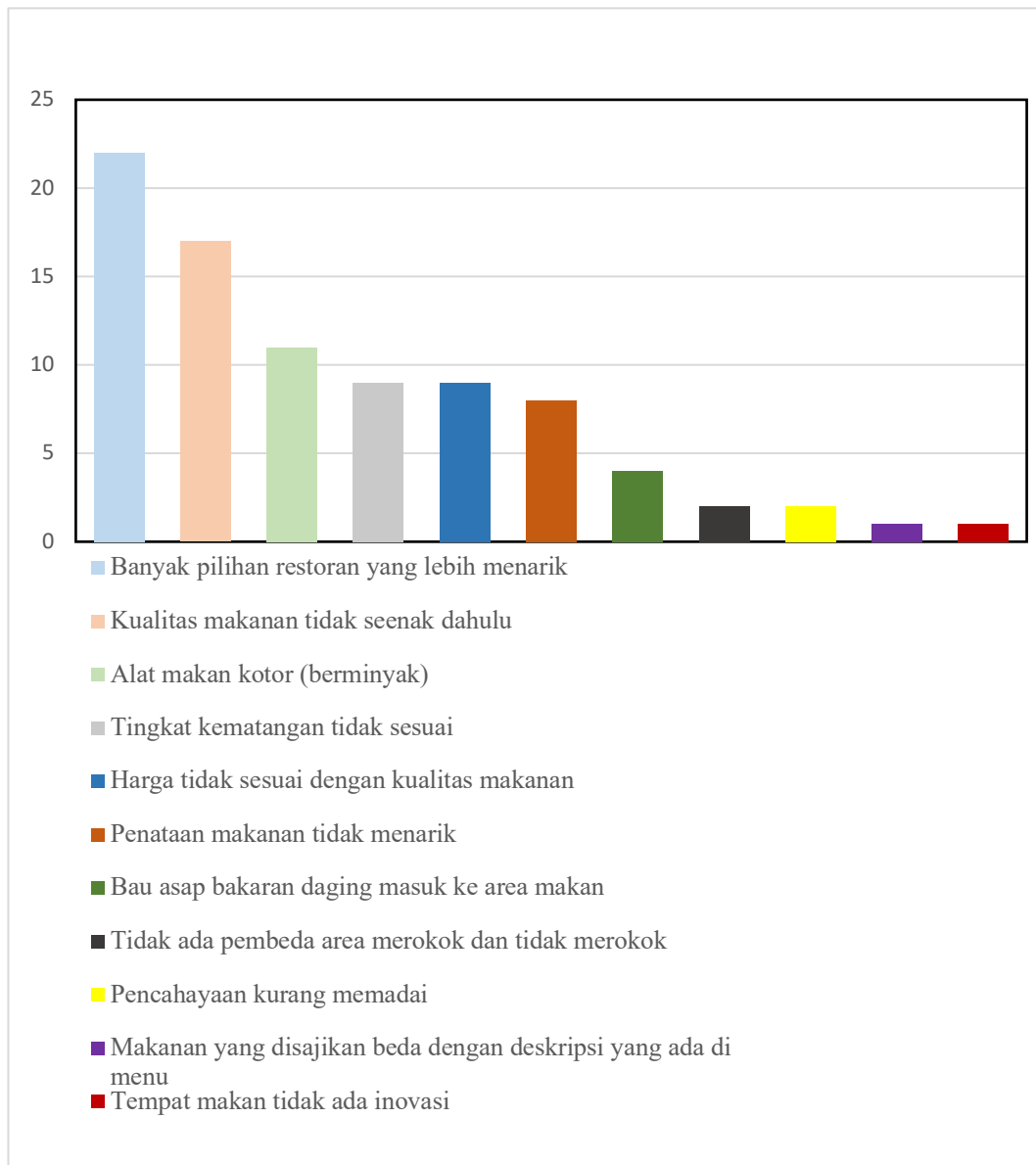
Gambar 1.12.
Alasan Responden Ingin Mengunjungi Kembali Restoran Karniv.012 Bandung



Sumber: Hasil Pengolahan Data *Preliminary Research* Oleh Penulis

Penulis juga melakukan wawancara lebih lanjut kepada 9 orang responden yang ragu untuk mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung dan 16 orang responden yang tidak ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung. Berikut adalah alasan mereka ragu dan bahkan tidak ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung.

Gambar 1.13.
Alasan Responden Ragu atau Tidak Ingin Mengunjungi Kembali Restoran Karniv.012 Bandung



Sumber: Hasil Pengolahan Data *Preliminary Research* Oleh Penulis

Berdasarkan Gambar 1.13. dapat dilihat bahwa alasan-alasan responden ragu atau tidak ingin mengunjungi kembali Restoran Karniv.012 Bandung mengacu pada kualitas makanan seperti kualitas (rasa) makanan yang disajikan tidak seenak dulu, tingkat kematangan makanan yang disajikan tidak sesuai, penataan makanan yang disajikan tidak menarik, makanan yang disajikan tidak sesuai dengan deskripsi yang ada pada menu, dan variasi menu yang ditawarkan kurang variatif. Selain mengacu pada kualitas makanan, alasan-alasan tersebut juga mengaju pada store atmosphere seperti design interior dan eksterior yang kurang menarik, bau asap bakaran daging masuk ke area makan, alat makan yang digunakan berminyak atau kotor, dan *smoking area dan non-smoking area* yang tidak berfungsi dengan baik sehingga asap rokok tetap masuk ke *non-smoking area*.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, penulis menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen Restoran Karniv.012 Bandung mengalami penurunan dibandingkan dengan saat pertama kali Restoran Karniv.012 Bandung dibuka pada tahun 2011. Hal ini didukung dengan banyaknya responden yang memberikan pendapat bahwa kualitas makanan yang disajikan oleh Restoran Karniv.012 Bandung tidak sesuai dengan yang diharapkan, seperti makanan yang disajikan berbeda dengan yang ada di menu, tingkat kematangan yang tidak sesuai dengan yang diminta, dan penataan makanan yang tidak menarik. Selain menurunnya kualitas makanan, beberapa responden juga berpendapat bahwa Karniv.012 memiliki area makan yang kurang nyaman karena seringkali bau asap bakaran daging masuk ke area makan, alat makan yang digunakan kotor, pencahayaan area makan yang minim, dan *design exterior dan interior* restoran yang tidak mengalami perubahan sehingga cenderung membosankan. Hal tersebut mengakibatkan banyak responden menganggap bahwa harga yang mereka keluarkan untuk makan di Restoran Karniv.012 Bandung tidak

sepadan dengan apa yang mereka dapatkan. Keluhan responden terhadap kualitas makanan, kenyamanan area makan, dan harga yang diberikan oleh Restoran Karniv.012 menyebabkan banyak responden ragu bahkan tidak ingin berkunjung kembali ke Restoran Karniv.012 Bandung.

Keberlangsungan sebuah restoran salah satunya bergantung pada keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. "*Customers are the source of revenue and sustainable growth*" (Mannan et al., 2019, p. 923). Jika niat beli ulang konsumen terus menurun, Restoran Karniv.012 Bandung dapat mengalami kerugian dan ada kemungkinan Restoran Karniv.012 Bandung tidak dapat bertahan dalam industri.

Berdasarkan hal-hal yang sudah disebutkan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas makanan, *store atmosphere*, dan harga terhadap niat beli ulang konsumen Restoran Karniv.012 Bandung.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan fenomena yang telah disampaikan pada latar belakang, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan konsumen atas kualitas makanan di Restoran Karniv.012 Bandung?
2. Bagaimana kepuasan konsumen atas *store atmosphere* di Restoran Karniv.012 Bandung?
3. Bagaimana kepuasan konsumen atas harga di Restoran Karniv.012 Bandung?
4. Bagaimana niat beli ulang konsumen di Restoran Karniv.012 Bandung?

5. Apa saja faktor-faktor yang menjadi prioritas perbaikan di Restoran Karniv.012 Bandung berdasarkan kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA).
6. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas makanan, kepuasan konsumen atas *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen atas harga terhadap niat beli ulang konsumen Restoran Karniv.012 Bandung?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas kualitas makanan di Restoran Karniv.012 Bandung.
2. Mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas *store atmosphere* di Restoran Karniv.012 Bandung.
3. Mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas harga di Restoran Karniv.012 Bandung.
4. Mengetahui bagaimana niat beli ulang konsumen di Restoran Karniv.012 Bandung.
5. Mengetahui apa saja faktor-faktor yang menjadi prioritas perbaikan di Restoran Karniv.012 Bandung berdasarkan kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA).
6. Mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas makanan, kepuasan konsumen atas *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen atas harga terhadap niat beli ulang konsumen Restoran Karniv.012 Bandung.

1.4. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Restoran Karniv.012 Bandung

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi nyata yang sedang terjadi dan dapat memberikan evaluasi terhadap upaya-upaya yang sudah dilakukan. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja mengenai kualitas makanan, *store atmosphere*, dan harga.

2. Penulis

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memperluas pengetahuan mengenai bisnis kuliner dan bidang manajemen pemasaran. Melalui penelitian ini juga penulis berharap dapat menambah kemampuan untuk menganalisis permasalahan dari sudut pandang ilmu manajemen pemasaran.

3. Pembaca

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan informasi mengenai pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas makanan, kepuasan konsumen atas *store atmosphere*, dan pengaruh konsumen atas harga terhadap niat beli ulang.

1.5. Kerangka Pemikiran

Restoran Karnivor atau yang sekarang dikenal Restoran Karniv.012 merupakan restoran yang menyajikan menu utama berupa olahan daging. Restoran Karniv.012 Bandung sudah berdiri sejak tahun 2011 dan sempat menjadi salah satu restoran *steak* yang populer di kalangan masyarakat kota Bandung dan selalu ramai dikunjungi oleh pembeli. Namun, beberapa tahun terakhir Restoran Karniv.012 Bandung mengalami penurunan jumlah pengunjung dikarenakan adanya perubahan

tingkat kepuasan konsumen, salah satu perubahan tingkat kepuasan konsumen terjadi pada kualitas makanan, *store atmosphere*, dan harga.

Menurut Cousin et al. (2014), restoran yang berkualitas adalah restoran yang mampu memberikan kepuasan bagi para pelanggan mulai dari sambutan selamat datang, dekorasi dan suasana restoran, lokasi meja, kecepatan dan efisiensi pelayanan, kesopanan dan perhatian pegawai, kemampuan pegawai untuk menarik perhatian, ketersediaan makanan, penyajian serta kebersihan makanan, perilaku pelanggan lain, metode penanganan keluhan yang baik, metode penyajian tagihan dan saat menerima pembayaran, serta memberikan perhatian terhadap pelanggan pada saat akan pergi.

Sedangkan menurut Tjiptono (2015), kepuasan merupakan tanggapan atau perasaan konsumen setelah membandingkan hasil atau kinerja yang konsumen rasakan dengan apa yang konsumen harapkan. Hal tersebut juga didukung oleh Kotler & Keller (2016) yang mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Dalam hal ini, konsumen akan memperoleh rasa puas jika pengalaman yang dirasakan dari sebuah restoran sesuai atau melampaui apa yang diharapkannya, sebaliknya rasa tidak puas muncul pada konsumen jika belum mampu sesuai atau lebih rendah dibandingkan yang diharapkannya.

Untuk memberikan kepuasan bagi para pelanggan, pihak restoran dapat mempertimbangkan beberapa faktor internal ataupun faktor eksternal. Menurut Liu & Tse (2018), kualitas makanan merupakan faktor yang paling penting dalam keputusan konsumen untuk kembali ke restoran. Faktor *internal* seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kualitas makanan (Salsabilah & Sunarti, 2018). Sedangkan menurut Mirza & Ali (2017), kualitas makanan terlihat dari rasa makanan yang enak dan

bisa dinikmati konsumen, porsi makanan cukup memuaskan rasa lapar, ada berbagai pilihan menu, dan menyukai pilihan makanan sehat yang tersedia.

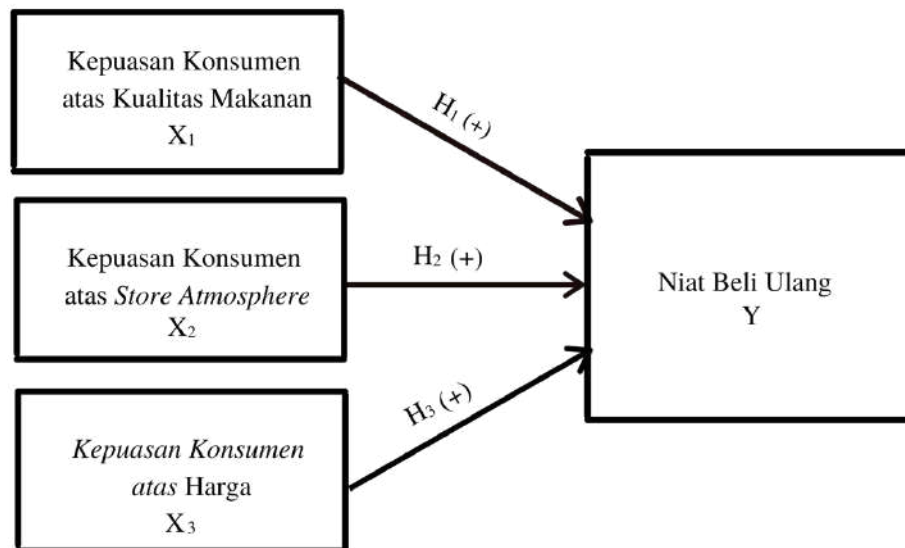
Selain kualitas makanan, faktor *store atmosphere* yang positif juga berpengaruh terhadap kepuasan. Menurut Berman & Evans (2014) *store atmosphere* yang positif akan membuat konsumen merasa senang, bahagia dan nyaman. Menurut Jayasankaraprasad & Vijaya Kumar (2012) *store atmosphere* adalah suatu ciri fisik yang digunakan untuk menimbulkan kesan dan daya tarik pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan suasana toko yang positif dengan *atmosfer* yang baik untuk meningkatkan pengalaman berbelanja

Selain kualitas makanan dan *store atmosphere*, harga juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pembelian ulang. Menurut Sentoso (2019) harga tidak hanya memengaruhi kepuasan konsumen tetapi juga mempengaruhi niat beli ulang konsumen. Kotler & Armstrong (2018) berpendapat bahwa harga ialah sejumlah uang yang dikenakan atau perlu dibayarkan oleh pelanggan atas suatu barang. Persepsi harga juga didefinisikan sebagai seberapa banyak pelanggan bersedia membayar untuk barang atau jasa yang telah mereka beli. Menurut Mirza & Ali (2017) jika jasa yang diberikan atau barang yang dijual kepada konsumen sudah sesuai standar, maka individu bersedia membayar biaya jasa atau produk.

Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk ataupun jasa akan membeli lagi produk tersebut dikemudian hari, dengan melihat hal tersebut berarti kepuasan pelanggan merupakan kunci yang dapat membuat konsumen melakukan *repurchase intention*. Menurut Wiwoho (2014), *repurchase intention* atau pembelian ulang adalah keinginan yang muncul dari dalam konsumen untuk berbelanja suatu produk maupun layanan yang sudah pernah dibelinya disebabkan adanya rasa suka atau mendapat kesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja produk atau jasa

Berdasarkan hasil uraian di atas, penulis akan melakukan penelitian yang menjelaskan mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat beli ulang di Restoran Karniv.012 Bandung. Berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dilakukan, penulis memilih untuk membahas mengenai kepuasan konsumen atas kualitas makanan, kepuasan konsumen atas *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen atas harga dikarenakan faktor-faktor tersebut mayoritas dapat mewakili alasan responden ragu atau tidak ingin mengunjungi Karniv.012 Bandung kembali.

Gambar 1.14.
Model Konseptual



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan model konseptual yang telah disampaikan, dibentuklah hipotesis sebagai berikut:

1. H₁: Kepuasan konsumen atas kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen di Restoran Karniv.012.
2. H₂: Kepuasan konsumen atas *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen di Restoran Karniv.012.

3. H₃: Kepuasan konsumen atas harga berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen di Restoran Karniv.012.