

**PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *STORE  
ATMOSPHERE* TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN DI CIKAWAO STEAK** *hs*



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**Bayu Fadiantama**

**2017120240**

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

**BANDUNG  
2022**

**THE INFLUENCE OF FOOD QUALITY AND STORE  
ATMOSPHERE ON CONSUMER'S REPURCHASE  
INTENTION IN CIKAWAO STEAK**



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

**By**

**Bayu Fadiantama**

**2017120240**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT  
Accredited by National Accreditation Agency  
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2022**

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



**PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
NIAT BELI ULANG KONSUMEN DI CIKAWAO STEAK**

Oleh:

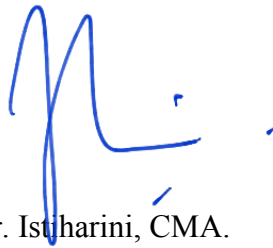
Bayu Fadiantama

2017120240

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Februari 2022

Ketua Program Sarjana Manajemen,



Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,



Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., Msi.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Bayu Fadiantama  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 4 Mei 1998  
NPM : 2017120240  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH FOOD QUALITY DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
NIAT BELI ULANG KONSUMEN DI CIKAWAO STEAK**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Agus Hasan Pura Anggawidjaja,  
Drs., Msi.

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 keserjanaan.

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 penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 13 Februari 2022

Pembuat pernyataan : Bayu Fadiantama



( Bayu Fadiantama)

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia semakin meningkat, seperti contoh Kota Bandung yang memiliki puluhan bahkan ratusan restoran. Hal ini mengakibatkan banyak restoran yang saling bersaing untuk tetap bertahan, salah satunya Cikawao Steak. Namun seperti kebanyakan restoran, Cikawao Steak memiliki masalah dalam menjalankan bisnisnya. Banyak *review* di internet yang menilai buruk Cikawao Steak, bahkan saat penulis melakukan wawancara tidak terstruktur kepada responden yang pernah datang ke Cikawao Steak, mereka cenderung tidak ingin datang kembali karena permasalahan *Food Quality* dan *Store Atmosphere* yang buruk.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* dan *Store Atmosphere* terhadap niat beli ulang konsumen di Cikawao Steak. Penelitian ini bersifat deskriptif eksplanatori. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *judgement sampling* dengan kriteria responden yang pernah mengunjungi dan membeli produk Cikawao Steak. Responden yang diambil pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Setelah melakukan kuesioner, penulis mengolah data menggunakan uji regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil olahan data, didapatkan perubahan pada niat beli ulang dapat dijelaskan oleh perubahan *Food Quality* dan *Store Atmosphere*. Berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel persepsi *Food Quality* dan *Store Atmosphere* secara simultan terhadap niat beli ulang.

Kata kunci : *Food Quality*, *Store Atmosphere*, niat beli ulang

## **ABSTRACT**

*The development of the culinary business in Indonesia is increasing, for example Bandung which has tens or even hundreds of restaurants. This has resulted in many restaurants competing with each other to stay afloat, one of which is Cikawao Steak. But like most restaurants, Cikawao Steak has problems running its business. Many reviews on the internet rate Cikawao Steak badly, even when the author conducts unstructured interviews with respondents who have come to Cikawao Steak, they tend not to want to come back because of the problem of Food Quality and Bad Store Atmosphere.*

*The purpose of this study was to determine the effect of Food Quality and Store Atmosphere on repurchase intentions at Cikawao Steak. This research is descriptive explanatory. In this study, the author uses judgment sampling method with the criteria of respondents who have visited and bought Cikawao Steak products. Respondents taken in this study amounted to 100 people. After conducting the questionnaire, the authors processed the data using multiple linear regression test.*

*Based on the results of processed data, it was found that changes in repurchase intentions can be explained by changes in Food Quality and Store Atmosphere. Based on the data, it can be concluded that there is an effect of the variable perception of Food Quality and Store Atmosphere simultaneously on repurchase intention.*

*Keywords: Food Quality, Store Atmosphere, repurchase intention*

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena Rahmat dan Karunia- Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Food Quality dan Store Atmosphere Terhadap Niat beli Ulang Konsumen di Cikawao Steak”**

Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Proses pengerjaan laporan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa pihak-pihak yang senantiasa membantu penulis. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Marlen Sembiring dan Tiominar Situmorang, selaku orangtua penulis yang senantiasa mendoakan, memberikan motivasi, serta bantuan kepada penulis baik dalam bentuk moril maupun materil. Penulis berharap semoga ayah dan ibu bisa bangga terhadap pencapaian penulis, dan semoga penulis dapat terus memberikan yang terbaik kepada ayah dan ibu.

2. Tiara Imelia dan Nanda Odilia, selaku adik dari penulis yang selalu memberikan support dan masukan kepada penulis, serta selalu meluangkan waktu mereka saat penulis bercerita.

3. Mikapi Ginting, selaku nenek dari penulis yang selalu mendoakan cucu nya tanpa henti hingga saat ini.

4. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si., selaku pembimbing yang penulis hormati. Terimakasih penulis ucapkan kepada bapak karena telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penulisan laporan ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

5. Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.SI., sebagai dosen wali yang telah memberikan arahan dan masukan mengenai matakuliah kepada penulis sejak awal masuk perkuliahan hingga sekarang.

6. Dr. Istiharini, CMA., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan. Tanpa beliau, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

7. Seluruh dosen dan staf Universitas Katolik Parahyangan, penulis mengucapkan terima kasih telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta membantu penulis selama perkuliahan.

8. Qorry Dheanira, sebagai seseorang yang telah hadir untuk memberikan dukungan, motivasi, doa, dan hiburan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk terus meyakinkan bahwa penulis sanggup menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

9. Regano, Taffarel, Abet, dan teman-teman seperjuangan lainnya pada kelas skripsi ini. Terimakasih karena telah memberi dukungan dan masukan tentang penulisan skripsi ini kepada penulis.

10. Hanif Dzaki dan Fatihan Nyov Nyov yang tergabung pada grup ABSBSA. Terimakasih karena selalu menghibur dan memberikan masukan kepada penulis.

11. Kraznaya Aurra, Raden Fathin, Nadia Sarasaphira, Alem Kurnia, Rafi Fadlan, Elvan Delfizar, Dicky Erianto, Adinda Shahrani, Tessa Thahira dan teman-teman lainnya yang menemani penulis dalam pengerjaan skripsi. Terimakasih penulis sampaikan karena terus memberikan motivasi dan masukan serta selalu mau mendengarkan keluh kesah penulis.

12. Mario Puji, Rizqiani Qinanti, Ivo Avilia serta seluruh pegawai Critoe Coffee. Terimakasih telah menyediakan tempat untuk penulis dalam beberapa kesempatan pengerjaan skripsi ini.

13. Teman-teman Manajemen Unpar 2017, yang telah membantu penulis dan setia menyemangati penulis khususnya dalam penulisan tugas akhir ini.

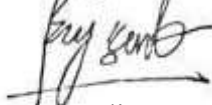
14. Seluruh keluarga dan teman penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah mendoakan dan memberikan segala dukungan kepada penulis.



Akhir kata, semoga Tuhan YME, memberkati pihak yang telah mendoakan, mendukung, dan membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Bandung, 25 Januari 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bayu Fadiantama', written in a cursive style.

Bayu Fadiantama

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Hipotesis.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Restoran.....	8
2.1.1 Atribut Restoran.....	9
2.2 <i>Food Quality</i> .....	10
2.2.1 Penelitian Terkait <i>Food Quality</i> .....	12
2.3 <i>Store Atmosphere</i> .....	14
2.3.1 Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	15
2.3.2 Penelitian Terkait <i>Store Atmosphere</i> .....	16
2.4 Niat Beli Ulang.....	21
2.4.1 Penelitian Terkait Niat Beli Ulang.....	22
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	25
3.1. Metode Dan Jenis Penelitian.....	25
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	25

3.3 Operasionalisasi Variabel.....	26
3.4. Teknik Pengolahan Data .....	30
3.4.1 Analisis Data Secara Deskriptif .....	30
3.4.2. Analisis Data Secara Kuantitatif .....	31
3.5. Pengukuran Variabel .....	32
3.6. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	33
3.6.1. Populasi .....	33
3.6.2. Sampel Penelitian.....	33
3.7. Uji Validitas Dan Realibilitas .....	34
3.7.1 Uji Validitas .....	34
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	35
3.8. Objek Penelitian .....	36
3.8.1 Profil Perusahaan .....	36
3.8.2 Profil Responden.....	36
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1. Analisis Variabel <i>Food Quality</i> Cikawao Steak .....	38
4.1.1 <i>Presentation of Food</i> .....	38
4.1.2 <i>Taste</i> .....	39
4.1.3 <i>Diversity of Choice</i> .....	40
4.1.4 <i>Temperature</i> .....	41
4.2. Analisis Variabel <i>Store Atmosphere</i> Cikawao Steak .....	42
4.2.1 <i>General Interior</i> .....	43
4.2.2. <i>Exterior</i> .....	46
4.3. Analisis Persepsi Konsumen terhadap Variabel Niat Beli Ulang .....	49
4.4. Analisis Kuantitatif .....	52
4.4.1. Uji Asumsi Klasik Linear Berganda .....	52

4.4.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
BAB 5.....	59
KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN.....	65
RIWAYAT HIDUP.....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil <i>Preliminary Research</i> .....	3
Tabel 1. 2 Alasan responden <i>Preliminary Research</i> .....	4
Tabel 2. 1 Indikator <i>Food Quality</i> menurut Jurnal.....	12
Tabel 2. 2 Dimensi <i>Store Atmosphere</i> menurut Jurnal.....	16
Tabel 2. 3 Indikator Niat Beli Ulang menurut Jurnal.....	22
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel X1 ( <i>Food Quality</i> ) .....	26
Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi Variabel X2 ( <i>Store Atmosphere</i> ) .....	28
Tabel 3. 3 Tabel Operasionalisasi Variabel Y (Niat Beli Ulang).....	29
Tabel 3. 4 Interpretasi rata-rata hitung.....	30
Tabel 3. 5 Gambaran Pengukuran Variabel .....	33
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3. 7 Hasil Uji Realibilitas.....	35
Tabel 3. 8 Profil Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 3. 9 Usia Responden.....	37
Tabel 4. 1 Penilaian responden tentang penampilan steak yang disajikan menarik secara visual .....	38
Tabel 4. 2 Penilaian responden tentang rasa saus yang disajikan oleh Cikawao Steak lezat .....	39
Tabel 4. 3 Penilaian responden tentang Steak yang disajikan memiliki tekstur lembut (tidak alot).....	40
Tabel 4. 4 Penilaian responden tentang restoran memiliki berbagai variasi menu steak.....	40
Tabel 4. 5 Penilaian responden tentang steak disajikan dengan suhu yang sesuai (masih hangat).....	41
Tabel 4. 6 Analisa Variabel <i>Food quality</i> secara keseluruhan.....	42
Tabel 4. 7 Penilaian responden tentang ruangan di Cikawao Steak memiliki penerangan yang baik.....	43
Tabel 4. 8 Penilaian responden tentang suhu ruangan di Cikawao Steak sejuk....	43
Tabel 4. 9 Penilaian responden tentang toilet bersih dan nyaman untuk digunakan .....	44

Tabel 4. 10 Penilaian responden tentang jarak antara meja dan kursi tidak terlalu berdekatan .....	45
Tabel 4. 11 Penilaian responden tentang tampak depan bangunan Cikawao Steak menarik.....	46
Tabel 4. 12 Penilaian responden tentang papan nama Cikawao Steak terlihat jelas .....	47
Tabel 4. 13 Penilaian responden tentang lahan parkir yang luas .....	48
Tabel 4. 14 Analisa variabel <i>Store Atmosphere</i> secara keseluruhan .....	49
Tabel 4. 15 Penilaian responden tentang menjadikan Cikawao Steak sebagai pilihan utama.....	50
Tabel 4. 16 Penilaian responden tentang mencari informasi tambahan mengenai produk Cikawao Steak .....	50
Tabel 4. 17 Penilaian responden tentang merekomendasikan Cikawao Steak kepada teman.....	51
Tabel 4. 18 Penilaian responden tentang mengonsumsi kembali produk Cikawao Steak dimasa mendatang .....	51
Tabel 4. 19 Analisa dimensi Niat Beli Ulang secara keseluruhan .....	52
Tabel 4. 20 Multikolinearitas antara X1,X2 terhadap Y .....	54
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	55
Tabel 4. 22 Hasil Uji Pengaruh Simultan.....	56
Tabel 4. 23 Hasil Uji Parsial .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Review</i> konsumen terhadap Cikawao Steak .....	2
Gambar 1. 2 Bagian dalam dari Cikawao Steak.....	3
Gambar 1. 3 Bagian dalam Cikawao Steak di siang hari .....	3
Gambar 1. 4 Model konseptual penelitian .....	7
Gambar 3. 1 Tampak Depan Cikawao Steak .....	36
Gambar 4. 1 Penampilan steak dari yang disajikan oleh Cikawao Steak .....	39
Gambar 4. 2 Menu Cikawao Steak.....	41
Gambar 4. 3 Penggunaan kipas angin di Cikawao Steak.....	44
Gambar 4. 4 <i>Layout</i> meja dan kursi restoran Cikawao Steak .....	45
Gambar 4. 5 Tampak depan dari Cikawao Steak.....	46
Gambar 4. 6 Papan nama Cikawao Steak .....	47
Gambar 4. 7 Lokasi parkir Cikawao Steak .....	48
Gambar 4. 8 Normal P-Plot.....	53
Gambar 4. 9 Histogram .....	53
Gambar 4. 10 <i>Scatter plot</i> X1 dan X2 terhadap Y .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner.....	65
Hasil Jawaban Kuesioner .....	69
Hasil Pengolahan SPSS.....	72



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Rumah makan atau restoran dapat dikategorikan menurut kegiatan dan makanan atau minuman yang disajikannya (Indrayana, 2006, 32) kategori tersebut adalah: restoran *a'la carte*, *table d'hotel*, *coffee shop*, kafetaria, kantin, restoran kontinental, *carvery*, diskotik, *fish and chip shop*, *grill room*, *intavern*, *pizzeria*, *creeperie*, *pub*, kafe, *specialty restaurant*, *terrace restaurant*, *gourment restaurant*, restoran keluarga, dan *main dining room*. Bandung sendiri juga mempunyai berbagai macam jenis kuliner salah satunya yaitu *steak house*.

Salah satu *steak house* yang berada di Bandung adalah Cikawao Steak. Cikawao dapat dikatakan “*Legend*” karena telah berdiri hampir 21 tahun. Cikawao Steak terletak di Jalan Cikawao No 41B, Bandung. Tempat ini buka setiap hari, mulai dari jam 11.00-22.00 untuk hari Senin-Jumat dan pukul 16.00-22.30 untuk hari Sabtu dan Minggu. Cikawao Steak menyediakan berbagai jenis menu Steak mulai dari *Chicken Steak* hingga *T-Bone Steak*, dengan rentang harga Rp.30.000- Rp.110.000.

Namun seperti kebanyakan bisnis yang berdiri, Cikawao Steak pun memiliki beberapa masalah yang mengganggu penjualan. Masalah-masalah yang terjadi dapat berupa masalah dari segi tempat, kualitas makanan, kualitas pelayanan, hingga promosi yang buruk. Apabila hal-hal tersebut terjadi, bukan tidak mungkin konsumen enggan untuk membeli kembali produk dari Cikawao Steak, atau dengan kata lain niat beli ulang yang dimiliki Cikawao Steak rendah. Niat beli ulang adalah sebuah komitmen konsumen untuk menggunakan kembali produk yang pernah digunakan. Niat beli pada sebuah produk menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Oleh karenanya perusahaan akan berlomba-lomba dalam mencari faktor apa saja yang dapat meningkatkan niat beli ulang sebuah produk.

Akhirnya, penulis melihat beberapa *review* konsumen di internet mengenai Cikawao Steak. Beberapa orang mengatakan bahwa masalah saos, daging dan tempat yang panas mempengaruhi penilaian mereka. Karena nya, Cikawao Steak mendapatkan rata rata *rating* 3 di setiap aplikasi *review* makanan.

**Gambar 1.1**  
**Review konsumen terhadap Cikawao Steak**



Sumber : Zomato.com, Google

Berdasarkan hasil *review* dari konsumen yang pernah datang, penulis akhirnya melakukan observasi di Cikawao Steak selama 3 hari (Senin, Rabu, dan Sabtu) dari jam 12.00-13.00 dan 17.00-18.00. Hasilnya, dari total kapasitas 70 kursi, pengunjung yang datang hanya mencapai 20-25 orang.

**Gambar 1. 2**  
**Bagian dalam dari Cikawao Steak**



Sumber : Dokumentasi Penulis (2021)

**Gambar 1. 3**  
**Bagian dalam Cikawao Steak di siang hari**



Sumber : Dokumentasi Penulis (2021)

Untuk mencari tahu fenomena yang ada, penulis melakukan wawancara tidak terstruktur pada 20 responden yang pernah datang ke Cikawao Steak. Berikut hasil wawancara yang penulis rangkum kedalam tabel :

**Tabel 1. 1**  
**Hasil *Preliminary Research***

<b>PERTANYAAN</b>	<b>BERMINAT</b>	<b>TIDAK BERMINAT</b>
Apakah anda bersedia mendatangi kembali Cikawao Steak?	4 orang	16 orang

**Tabel 1. 2**  
**Alasan responden *Preliminary Research***

ALASAN	RESPONDEN
Daging yang disajikan terasa keras dan alot	13
Saos memiliki rasa yang aneh	14
Makanan yang disajikan sudah dingin	1
Tata letak dan layout terlihat tidak menarik	11
<i>Signage</i> Cikawao Steak tidak terlihat jelas	11
Tempat terasa panas dan pengap	12
Tempat terlihat tua dan kumuh	11
Toilet kotor	3
Kapasitas parkir kecil	4

Sumber : Olahan Penulis

Berdasarkan tabel 1.1, 16 dari 20 responden tidak berniat untuk mengonsumsi kembali produk dari Cikawao Steak. Tabel 1.2 menjelaskan bahwa 16 responden tersebut merasa kualitas makanan dan atmosfer toko yang diberikan Cikawao Steak tidak sesuai harapan mereka. Hal ini mengakibatkan responden enggan untuk membeli kembali produk Cikawao Steak. Penulis menduga masalah Cikawao Steak terletak pada *food quality* dan *store atmosphere* yang buruk. Dari masalah diatas, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Pengaruh *Food Quality* dan *Store Atmosphere* Terhadap Niat beli Ulang Konsumen di Cikawao Steak**”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Bersumber dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penulis menganalisis rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap *food quality* Cikawao Steak ?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap *Store Atmosphere* Cikawao Steak?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap niat beli ulang di Cikawao Steak?

4. Bagaimana pengaruh *food quality & Store Atmosphere* Cikawao Steak terhadap niat beli ulang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui persepsi konsumen terhadap *food quality* Cikawao Steak
2. Mengetahui persepsi konsumen terhadap *Store Atmosphere* Cikawao Steak
3. Mengetahui persepsi konsumen terhadap niat beli ulang di Cikawao Steak
4. Mengetahui pengaruh *food quality & Store Atmosphere* Cikawao Steak terhadap niat beli ulang

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

- Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberi informasi dan masukan kepada Cikawao Steak mengenai pengaruh *food quality* dan *store atmosphere* terhadap niat beli ulang, supaya dapat membantu perusahaan mengevaluasi kinerja dari tempatnya.

- Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang Manajemen Pemasaran yang dimiliki peneliti

- Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi, acuan, dan sarana untuk memperdalam ilmu dan pengetahuan tentang Manajemen Pemasaran bagi pembaca

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Variabel menurut pengertiannya adalah sesuatu yang bervariasi, bentuknya berubah-ubah, dan mempunyai jenis masing-masing tergantung dari variasi yang ada di dalamnya. Variabel yang diteliti dalam riset ini adalah *food*

*quality* dan *Store Atmosphere* yang berperan sebagai variabel bebas (X1 & X2) dan Niat beli ulang sebagai variabel terikat (Y).

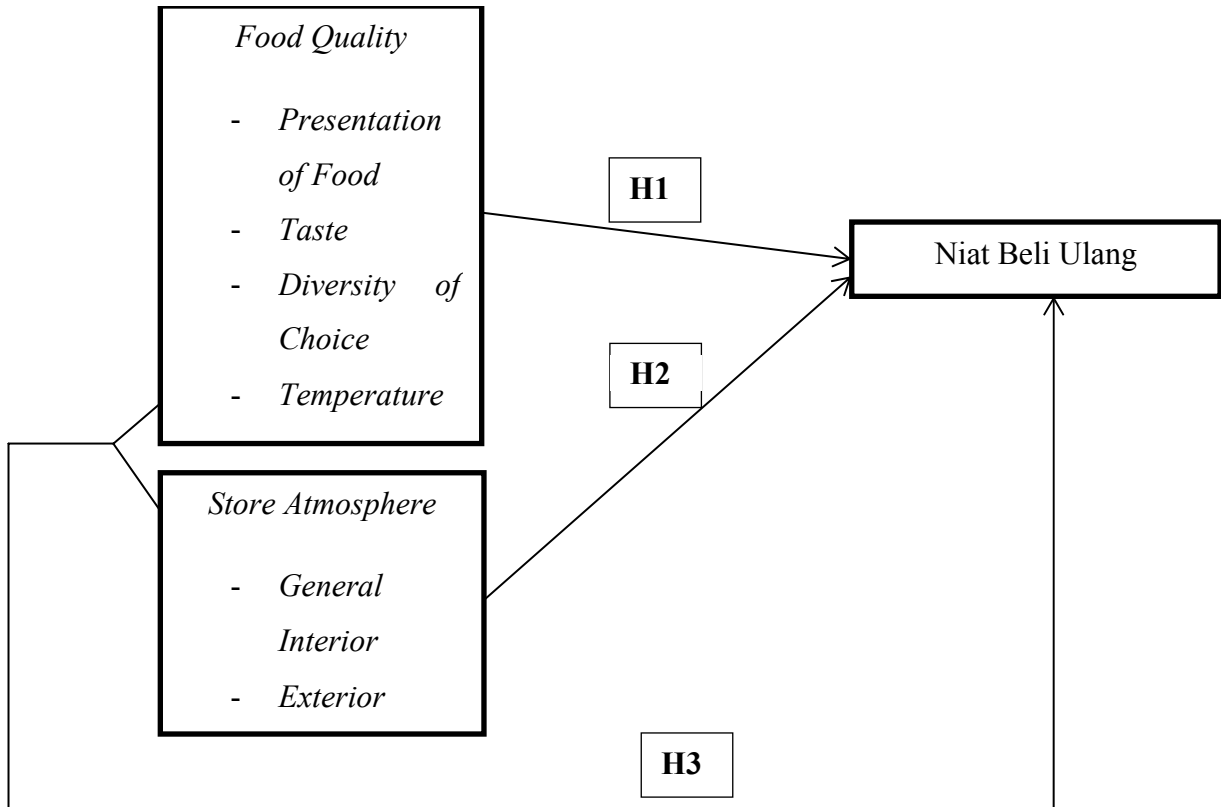
*Food Quality* menurut (Knight dan Kotschevar, seperti dikutip oleh Azzahra, 2019) merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi sebuah kualitas menu yang dapat diraih dengan menetapkan standar suatu produk, serta selalu mengecek poin-poin yang harus dipantau untuk melihat kualitas yang ingin diraih. *Food Quality* memiliki elemen elemen didalamnya menurut Hanaysha (2016), yaitu: presentasi makanan, rasa, keberagaman pilihan smakanan, tingkat kesehatan sebuah makanan, kesegaran makanan, dan suhu dari makanan.

Selain *Food quality*, *Store Atmosphere* juga memiliki peran besar dalam bisnis FnB. *Store Atmosphere* menurut Levy, Weitz, dan Grewal (2018) adalah merancang sebuah lingkungan melalui visual, pencahayaan ruangan, warna yang ditampilkan, musik yang diputar, dan aroma ruangan untuk merangsang persepsi dan emosi dari konsumen agar dapat mempengaruhi perilaku belanja mereka. Berman, Evans, dan Chatterjee (2018) mengatakan bahwa *Store Atmosphere* memiliki 4 dimensi, yaitu : *General Interior*, *Exterior*, *Store Layout*, dan *Interest Point Of Display*. Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan kepada 2 dimensi yang ada pada *Store Atmosphere*, yaitu *General Interior* dan *Exterior*. *General Interior* merupakan rancangan tempat/toko yang akan menjadi poin yang paling dirasakan oleh konsumen. Elemen dari *General Interior* seperti kebersihan tempat dan suhu tempat tersebut. Sementara *Exterior* merupakan unsur yang akan pertama kali terlihat oleh konsumen saat mengunjungi suatu tempat, karena *Exterior* memiliki elemen seperti parkir, tinggi bangunan, dan papan penunjuk tempat.

Bahari dan Bestari (2019) mengatakan niat beli ulang merupakan sebuah komitmen yang terbentuk dari konsumen setelah membeli sebuah produk atau jasa. Niat beli ulang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang sebuah produk di waktu yang akan datang. Niat beli ulang akhirnya akan menciptakan konsumen yang loyal dan akan menggunakan suatu produk secara tetap. Oleh karena itu, seorang pebisnis akan berusaha mengukur dan mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niatan

tersebut. *Food Quality* dan *Store Atmosphere* yang baik pada sebuah restoran, dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen secara simultan.

**Gambar 1. 4**  
**Model konseptual penelitian**



Sumber : Olahan Penulis

### 1.6 Hipotesis

Mengacu pada model kerangka penelitian yang telah dibuat penulis, diperoleh hipotesis sebagai berikut :

1. H1 : *Food quality* mempengaruhi niat beli ulang konsumen Cikawao Steak
2. H2 : *Store Atmosphere* mempengaruhi niat beli ulang konsumen Cikawao Steak
3. H3 : Secara bersama-sama *food quality* dan *Store Atmosphere* mempengaruhi niat beli ulang konsumen Cikawao Steak

