



**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *STORE*  
*ATMOSPHERE* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN RESTORAN AYAM PENYET IBU YANI**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**Inessa Adita Tjondro**

**6031801081**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-**

**ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2022**

*Jhi*

**ANALYSIS THE EFFECT OF CONSUMER PERCEPTION OF STORE  
ATMOSPHERE AND FOOD QUALITY ON REPURCHASE  
INTENTION AT AYAM PENYET IBU YANI RESTAURANT**



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

**By:**

**Inessa Adita Tjondro**

**6031801081**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT**

**Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2022**

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



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *STORE  
ATMOSPHERE* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN RESTORAN AYAM PENYET IBU YANI”**

Oleh:

Inessa Adita Tjondro

6031801081

Bandung, Agustus 2022

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi

Irsanti Hasyim, S.E., M.S.M., M.Eng.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Inessa Adita Tjondro  
Tempat, tanggal lahir : Bekasi, 1 September 2000  
NPM : 6031801081  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *STORE ATMOSPHERE* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN RESTORAN AYAM PENYET IBU YANI”**

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan: Irsanti Hasyim, S.E., M.S.M., M.Eng.

Adalah benar-benar karya tulis 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 manapun.

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 denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 25 Juli 2022

Pembuat Pernyataan:



(Inessa Adita Tjondro)

## ABSTRAK

Industri makanan dan minuman merupakan industri yang akan terus bertumbuh dan berkembang karena merupakan kebutuhan pokok manusia, salah satunya adalah restoran. Ayam Penyet Ibu Yani merupakan salah satu restoran yang berada di kota Bekasi yang menjual masakan khas Indonesia. Restoran Ayam Penyet Ibu Yani sudah didirikan sejak tahun 1999 sehingga membuat namanya sudah dikenal oleh banyak masyarakat sekitar. Namun seiring dengan berjalannya waktu, restoran Ayam Penyet Ibu Yani tampak sepi pengunjung. Oleh karena itu, penulis melakukan observasi dan melihat bahwa restoran Ayam Penyet Ibu Yani terlihat sepi pengunjung jika dibandingkan dengan restoran lain di sekitarnya. Selanjutnya dilakukanlah *preliminary research* terhadap 40 responden yang pernah mengunjungi dan makan di restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Didapatkan hasil bahwa 26 dari 40 responden tidak ingin mengunjungi dan membeli ulang di restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Setelah dilakukan wawancara lebih lanjut, dapat diketahui bahwa terdapat masalah yang berhubungan dengan *store atmosphere* dan *food quality* pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Responden mengatakan bahwa mereka tidak ingin kembali mengunjungi dan membeli ulang di restoran Ayam Penyet Ibu Yani karena sudah terdapat banyak pilihan restoran lain yang lebih menarik, baik dari segi penampilan restoran maupun produk yang ditawarkannya.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada persepsi konsumen atas *store atmosphere* (X1) dan *food quality* (X2) terhadap niat beli ulang konsumen (Y) restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Penelitian ini merupakan *applied research* dengan metode *explanatory* serta berdasarkan *timeline* pengumpulan data, penelitian ini termasuk dalam penelitian *cross-sectional*. Penelitian ini juga merupakan penelitian kuantitatif serta teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *judgement sampling* dengan kriteria responden, antara lain pernah mengunjungi restoran Ayam Penyet Ibu Yani (dalam 6 bulan terakhir) dan berusia 12-55 tahun. Pengumpulan data akan dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online*. Setelah itu, dilakukanlah analisis deskriptif dan regresi linear berganda terhadap 104 responden yang telah terkumpul.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, didapatkan hasil bahwa *store atmosphere* dan *food quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani dengan kontribusi sebesar 75,6%.

**Kata kunci:** *store atmosphere*, *food quality*, niat beli ulang, restoran

## ABSTRACT

*The food and beverage industry is an industry that will always continue to grow and develop because it is a basic human need, and one of them is a restaurant. Ayam Penyet Ibu Yani is one of the restaurants in the Bekasi city which offers an Indonesian food. Ayam Penyet Ibu Yani Restaurant has been established since 1999, thus making her name well known to many local people. However, as time goes by, Ayam Penyet Ibu Yani restaurant seemed deserted by visitors. Therefore, the author decided to do an observation and saw that Ayam Penyet Ibu Yani restaurant looked deserted by the visitors when compared with the other surrounding restaurants. Furthermore, a preliminary research was conducted on 40 respondents who had visited and ate at the Ayam Penyet Ibu Yani restaurant. It was found that 26 out of 40 respondents did not want to revisit and repurchase at Ayam Penyet Ibu Yani restaurant. After further interviews, it can be seen that there are problems related to the store atmosphere and food quality at the Ayam Penyet Ibu Yani restaurant. The respondents said that they did not want to revisit and repurchase at Ayam Penyet Ibu Yani restaurant because there are already many other, more attractive restaurant choices, both in terms of the appearance of the restaurant and the products it offers.*

*This research was conducted with the purpose of knowing whether there is an influence on consumer perceptions of store atmosphere (X1) and food quality (X2) on consumer repurchase intentions (Y) at Ayam Penyet Ibu Yani restaurant. This research is an applied research with an explanatory method and based on the timeline of data collection, this research is included in a cross-sectional study.. This research is also a quantitative study and the technique used in sampling is judgment sampling with the respondents' criteria, including having visited the Ayam Penyet Ibu Yani restaurant (in the last 6 months) and aged 12-55 years. Data collection will be done by distributing online questionnaires. After that, descriptive analysis and multiple linear regression were carried out on the 104 respondents who had been collected.*

*Based on the results of the analysis that has been carried out in this research, it was found that store atmosphere and food quality had a positive and significant influence on consumers' repurchase intentions at Ayam Penyet Ibu Yani restaurant with a contribution of 75.6%.*

**Keywords:** *store atmosphere, food quality, repurchase intention, restaurant*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Store Atmosphere* dan *Food Quality* terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Penyet Ibu Yani”. Adapun tujuan dari penelitian ini dilaksanakan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun yang berhubungan dengan penelitian ini. Selama proses pengerjaan penelitian ini, pastinya penulis memiliki keterbatasan dan mengalami beberapa kendala. Tetapi berkat dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang selalu setia memberikan semangat, dukungan dan doa dari awal masa perkuliahan sampai pada proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 dengan baik.
2. Yth. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
3. Yth. Ibu Dr. Istihariani, CMA. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
4. Yth. Ibu Irsanti Hasyim, S.E., M.S.M., M.Eng. selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dengan memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Yth. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM. selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam memberikan perwalian dan dalam proses FRS.
6. Fadhillah Andhieni, Anggi Priyanka dan Mulia Setyowati yang menjadi teman seperbimbingan dan seperjuangan penulis dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai.

7. Indi Hadi, Astya Nurula dan Jeannie Yahya selaku teman penulis yang selalu mengisi hari-hari penulis, mendukung dan memberikan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
8. Chrysan Tanjung, Agata Monica dan Maria Ernesta selaku sahabat penulis yang telah setia menemani keseharian penulis, menjadi teman cerita serta memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
9. *Multichad Squad* dan Cilay selaku teman seperkumpulan penulis semasa SMA dan SMP yang setia menemani penulis dan selalu bersama-sama memberikan semangat terhadap satu sama lain dari awal masa perkuliahan berlangsung hingga proses pengerjaan skripsi.
10. Keluarga Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Angkatan 2018 yang telah bersama-sama berjuang, menemani dan mengisi hari-hari di masa perkuliahan dari awal sampai pengerjaan skripsi ini.
11. Seluruh pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Bandung, 25 Juli 2022



Inessa Adita Tjondro

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Kerangka Pemikiran.....	13
1.6 Hipotesis Penelitian.....	18
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	19
2.1 Restoran .....	19
2.2 Persepsi Konsumen .....	19
2.3 <i>Store Atmosphere</i> .....	20
2.4 <i>Food Quality</i> .....	27
2.5 Niat Beli Ulang .....	32
2.6 Hubungan antara <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Food Quality</i> terhadap Niat Beli Ulang .....	35
2.6.1 Hubungan antara <i>Store Atmosphere</i> dengan Niat Beli Ulang.....	35
2.6.2 Hubungan antara <i>Food Quality</i> dengan Niat Beli Ulang.....	36
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	39
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	39
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
3.3.1 Populasi Penelitian .....	41
3.3.2 Sampel Penelitian.....	41
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	42
3.5 Pengukuran Variabel.....	49

3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
3.6.1	Uji Validitas .....	50
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	52
3.7	Teknik Analisis Data.....	53
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	53
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.8	Objek Penelitian .....	57
3.8.1	Profil Restoran .....	57
3.8.2	Profil Responden.....	57
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....		63
4.1	Analisis Persepsi Konsumen atas <i>Store Atmosphere</i> pada Restoran Ayam Penyet Ibu Yani.....	63
4.1.1	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>Store Exterior</i> .....	64
4.1.2	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>General Interior</i> .....	68
4.1.3	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>Store Layout</i> .....	71
4.2	Analisis Persepsi Konsumen atas <i>Food Quality</i> pada Restoran Ayam Penyet Ibu Yani.....	73
4.2.1	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>Presentation of Food</i> ....	74
4.2.2	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>Taste</i> .....	76
4.2.3	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>Diversity of Choice</i> .....	77
4.2.4	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>Healthy</i> .....	79
4.2.5	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>Freshness</i> .....	80
4.2.6	Analisis Persepsi Konsumen atas Dimensi <i>Temperature</i> .....	81
4.3	Analisis Niat Beli Ulang pada Restoran Ayam Penyet Ibu Yani.....	83
4.4	Analisis Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Food Quality</i> terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Penyet Ibu Yani.....	84
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.4.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
4.5	Pembahasan.....	93
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....		96
5.1	Kesimpulan .....	96

5.2	Saran.....	97
	DAFTAR PUSTAKA .....	100
	RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	137

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Penyet Ibu Yani .....	8
Tabel 1.2 Alasan Responden Tidak Berniat Ulang Makan di Ayam Penyet Ibu Yani .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Mengenai Indikator Variabel <i>Store Atmosphere</i>	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Mengenai Indikator Variabel <i>Food Quality</i> .....	30
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Mengenai Indikator Variabel Niat Beli Ulang ...	34
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Mengenai Hubungan Antara <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Food Quality</i> terhadap Niat Beli Ulang .....	36
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X1 ( <i>Store Atmosphere</i> ) .....	43
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel X2 ( <i>Food Quality</i> ) .....	45
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Y (Niat Beli Ulang).....	48
Tabel 3.4 Tabel Skala <i>Likert</i> .....	49
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 3.7 Skala Numerik Rata-Rata Hitung .....	54
Tabel 3.8 Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 3.9 Usia Responden .....	58
Tabel 3.10 Pekerjaan Responden .....	58
Tabel 3.11 Pengeluaran Responden Per Bulan .....	59
Tabel 3.12 Frekuensi Responden Makan di Restoran/Tempat Makan dalam 1 Minggu .....	59
Tabel 3.13 Bersama Siapa Responden Biasa Makan di Restoran/Tempat Makan	60
Tabel 3.14 Rata-rata Pengeluaran Responden Untuk Satu Kali Makan Per Orang di Restoran/Tempat Makan .....	61
Tabel 3.15 Pertimbangan Utama Responden Untuk Memilik Restoran/Tempat Makan .....	61
Tabel 3.16 Pernah/Tidak Responden Berkunjung ke Restoran Ayam Penyet Ibu Yani Dalam 6 Bulan Terakhir .....	62
Tabel 4.1 Rata-rata Hitung atas Variabel X1 ( <i>Store Atmosphere</i> ) Secara Keseluruhan .....	63
Tabel 4.2 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>Store Exterior</i> .....	64

Tabel 4.3 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>General Interior</i> .....	69
Tabel 4.4 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>Store Layout</i> .....	71
Tabel 4.5 Rata-rata Hitung atas Variabel X2 ( <i>Food Quality</i> ) Secara Keseluruhan .....	73
Tabel 4.6 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>Presentation of Food</i> .....	74
Tabel 4.7 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>Taste</i> .....	76
Tabel 4.8 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>Diversity of Choice</i> .....	78
Tabel 4.9 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>Healthy</i> .....	79
Tabel 4.10 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>Freshness</i> .....	80
Tabel 4.11 Rata-rata Hitung atas Dimensi <i>Temperature</i> .....	82
Tabel 4.12 Rata-rata Hitung atas Variabel Y (Niat Beli Ulang) .....	83
Tabel 4.13 Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas .....	87
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	89
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik F .....	90
Tabel 4.17 Hasil Uji Statistik t .....	91
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	92
Tabel 4.19 Hasil Analisis Deskriptif dan Regresi Linear Berganda .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi Area Parkir Restoran Ayam Penyet Ibu Yani <i>Weekdays</i> Siang Hari.....	2
Gambar 1.2 Kondisi Area Parkir Restoran Ayam Penyet Ibu Yani <i>Weekdays</i> Siang Hari.....	3
Gambar 1.3 Kondisi Area Parkir Kemang Bistro <i>Weekdays</i> Siang Hari .....	4
Gambar 1.4 Kondisi Restoran Ayam Penyet Ibu Yani <i>Weekend</i> Malam Hari .....	5
Gambar 1.5 Kondisi Restoran Kemang Bistro <i>Weekend</i> Malam Hari.....	5
Gambar 1.6 Review Mengenai Kualitas Makanan Restoran Ayam Penyet Ibu Yani .....	8
Gambar 1.7 Model Konseptual .....	17
Gambar 3.1 Bersama Siapa Responden Biasa Makan di Restoran/Tempat Makan .....	60
Gambar 3.2 Pertimbangan Utama Responden Untuk Memilih Restoran/Tempat Makan.....	61
Gambar 4.1 Pintu Masuk Restoran Restoran Ayam Penyet Ibu Yani .....	65
Gambar 4.2 Tampak Depan Bangunan Restoran Ayam Penyet Ibu Yani .....	66
Gambar 4.3 Papan Nama Restoran Ayam Penyet Ibu Yani.....	67
Gambar 4.4 Papan Nama Lain di Restoran Ayam Penyet Ibu Yani .....	68
Gambar 4.5 Penempatan Antara Meja dan Kursi Satu Dengan Yang Lainnya ....	72
Gambar 4.6 Dua Jenis Menu Makanan di Restoran Ayam Penyet Ibu Yani .....	75
Gambar 4.7 Menu Makanan dan Minuman di Restoran Ayam Penyet Ibu Yani .	79
Gambar 4.8 Histogram Uji Normalitas .....	85
Gambar 4.9 <i>Normal Probability Plot</i> (P-Plot) .....	86
Gambar 4.10 <i>Scatterplot</i> .....	88
Gambar 4.11 Model Regresi Penelitian .....	92
Gambar 5.1 Contoh Sekat/Dinding Partisi Artistik dan Gerbang Kayu.....	98
Gambar 5.2 Contoh Logo dan Papan Nama.....	98

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	105
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden .....	112
Lampiran 3 Hasil Olahan SPSS .....	137

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi ini, berbagai sektor industri semakin bertumbuh dan berkembang, terutama pada industri bisnis. Di sisi lain, ada gaya hidup masyarakat yang juga terus berubah setiap waktunya sehingga membuat industri bisnis dapat menjadikannya peluang untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus meningkat. Salah satu industri yang bertumbuh dan berkembang adalah industri makanan dan minuman. Karena merupakan kebutuhan bagi seluruh manusia, maka semakin banyak pebisnis yang masuk ke dalam industri makanan dan minuman untuk bersaing.

Berdasarkan Beritayuhda.com (2021), sampai dengan triwulan kedua tahun 2021, industri makanan dan minuman menjadi penyumbang terbesar pada sektor pengolahan industri nonmigas sebesar 38,42% serta berkontribusi terhadap Peredaran Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 6,66%. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) juga mencatat bahwa selama tahun 2015 sampai dengan 2019, kinerja industri makanan dan minuman memiliki rata-rata tumbuh yang cukup tinggi, yaitu sebesar 8,16% (Kemenperin.go.id, 2021). Semenjak adanya pandemi Covid-19, industri makanan dan minuman tetap dapat bertumbuh meskipun berada dalam situasi yang sulit untuk bertahan. Berdasarkan Kontan.co.id (2021), pada tahun 2020, industri makanan dan minuman masih mampu bertumbuh positif sebesar 1,58%, sedangkan pada triwulan pertama tahun 2021, mampu bertumbuh sebesar 2,45%. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah restoran atau rumah makan terbanyak pada tahun 2019 diraih oleh provinsi Jawa Barat, yaitu sebanyak 13.034 unit (Databoks, 2021) dengan 2.208 unit restoran atau rumah makan tersebar pada satu kota di Jawa Barat, yaitu Bekasi (Opendata.jabarprov.go.id, 2021).

Ayam Penyet Ibu Yani, merupakan salah satu restoran yang berada di Bekasi, tepatnya di Kemang Pratama. Sesuai dengan namanya, Ayam Penyet Ibu Yani menjual ayam penyet dengan sambal terasinya yang khas. Tetapi tidak hanya menu ayam, Ayam Penyet Ibu Yani juga menawarkan makanan khas Indonesia

lainnya untuk dapat menjadi pilihan bagi konsumen, seperti nasi timbel, iga penyet, sop buntut, berbagai jenis ikan, udang, dan lain-lain. Ayam Penyet Ibu Yani sudah berdiri sejak tahun 1999, sehingga membuat banyak masyarakat sekitar bahkan luar kota mengetahui dan mengunjunginya. Dengan semakin bertambahnya pesaing dari merek luar, bukan berarti restoran yang menawarkan masakan Indonesia pasti akan kalah bersaing. Menurut Kontan.co.id (2019), sebesar 84% masyarakat Indonesia memesan menu masakan Indonesia pada layanan pesan antar. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa masakan Indonesia masih sangat digemari dan bahkan akan terus digemari oleh banyak masyarakat.

Seiring dengan berkembangnya waktu, terlihat bahwa restoran Ayam Penyet Ibu Yani mengalami penurunan peminat yang dapat terlihat dari restorannya yang sepi pengunjung. Semakin banyak bisnis makanan dan minuman yang hadir di sekitar restoran Ayam Penyet Ibu Yani sehingga membuat konsumen juga semakin memiliki banyak pilihan restoran. Dengan begitu, sebuah bisnis makanan dan minuman harus dapat bersaing untuk terus menciptakan strategi baru agar dapat lebih unggul dan menjadi pilihan bagi konsumen.

Oleh karena itu, penulis melakukan observasi dengan mengunjungi restoran Ayam Penyet Ibu Yani untuk mengetahui jumlah pengunjung yang datang pada waktu tertentu. Observasi dilakukan pada 2 waktu yang berbeda. Pertama, penulis mengunjungi restoran Ayam Penyet Ibu Yani pada hari Kamis, 23 September 2021 pukul 12 siang. Berdasarkan hasil observasi, restoran Ayam Penyet Ibu Yani menyediakan 14 meja makan dengan kapasitas maksimal sebanyak kurang lebih 50-60 orang.

### **Gambar 1.1**

#### **Kondisi Area Parkir Restoran Ayam Penyet Ibu Yani Weekdays Siang**



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Berdasarkan **Gambar 1.1**, dapat terlihat bahwa pada area parkir Ayam Penyet Ibu Yani tidak terdapat satupun mobil ataupun motor yang berkunjung. Berdasarkan observasi, area parkir dari restoran Ayam Penyet Ibu Yani hanya dapat menampung sebanyak 3-4 mobil. Karena restoran Ayam Penyet Ibu Yani berada di pinggir jalan, area parkir pun terlihat kurang aman karena banyak orang dan kendaraan bermotor yang berlalu lalang.

### **Gambar 1.2**

#### **Kondisi Restoran Ayam Penyet Ibu Yani *Weekdays* Siang Hari**



Sumber: Dokumentasi Penulis

Saat dilakukannya observasi, tidak terdapat pengunjung yang berada di dalam restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Berdasarkan **Gambar 2.2**, terlihat bahwa restoran Ayam Penyet Ibu Yani tidak memiliki pengunjung yang datang dan seluruh meja pun masih tertata rapi. Setelah penulis menunggu beberapa waktu, terdapat satu pengunjung yang baru datang untuk makan di tempat dan satu ojek *online* yang melakukan pemesanan makanan. Selanjutnya dilakukan wawancara kepada salah satu pegawai restoran Ayam Penyet Ibu Yani dan didapatkan informasi bahwa pengunjung Ayam Penyet Ibu Yani sudah tidak pernah ramai seperti dulu lagi ketika belum banyak pesaing baru yang datang di sekitarnya.

Penulis melihat bahwa restoran lain yang berada di sekitar Kemang Pratama masih ramai pengunjung. Salah satu restoran yang memiliki menu makanan yang serupa dengan Ayam Penyet Ibu Yani adalah Kemang Bistro. Oleh karena itu, pada waktu yang berdekatan, penulis juga melakukan observasi secara singkat untuk mengetahui pengunjung restoran Kemang Bistro. Tidak berbeda jauh dengan Ayam Penyet Ibu Yani, Kemang Bistro menyediakan 10 meja makan di lantai bawah dan 5 meja makan di lantai atas sehingga Kemang Bistro memiliki kapasitas maksimal sebanyak 50-60 orang.

**Gambar 1.3**

**Kondisi Area Parkir Kemang Bistro Weekdays Siang Hari**



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Berdasarkan **Gambar 1.3**, dapat terlihat bahwa area parkir restoran Kemang Bistro dipenuhi dengan banyak mobil yang parkir. Berdasarkan pengamatan penulis, terdapat 7 mobil yang berada pada area parkir. Melihat ramainya area parkir, penulis dapat mengatakan bahwa restoran Kemang Bistro memiliki banyak pengunjung. Setelah menunggu selama satu jam, penulis melihat bahwa terdapat 4 pengunjung baru yang makan di tempat, 1 pengunjung melakukan *take away* makanan dan 3 ojek *online* yang melakukan pemesanan makanan.

Selanjutnya, dilakukan observasi kedua pada hari Sabtu malam untuk kembali mengetahui perbandingan jumlah pengunjung yang datang pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani dan Kemang Bistro. Penulis mengunjungi kedua restoran tersebut pada hari Sabtu, 2 Oktober 2021, dimulai dari restoran Ayam Penyet Ibu Yani pada pukul 6.30 malam. Berdasarkan hasil pengamatan penulis,

hanya terdapat 1 meja yang terisi oleh 4 orang dan 1 ojek *online* yang sedang menunggu pesanan di restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Selama satu jam menunggu, hanya terdapat pengunjung baru sebanyak 2 orang yang makan di tempat. Sedangkan pada waktu yang berdekatan, yaitu pukul 7.30 malam, penulis menemukan 6 mobil berada di area parkir restoran Kemang Bistro. Penulis menemukan terdapat 3 meja terisi di lantai bawah sebanyak 9 orang dan 2 meja terisi di ruangan tertutup sebanyak 13 orang. Dan setelah menunggu sekitar satu jam, jumlah pengunjung bertambah sebanyak 30 orang untuk makan di tempat, 1 orang melakukan *take away* dan terdapat 2 ojek *online* yang sedang menunggu pesanan makanan.

**Gambar 1.4**

**Kondisi Restoran Ayam Penyet Ibu Yani *Weekend* Malam Hari**



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

**Gambar 1.5**

**Kondisi Restoran Kemang Bistro *Weekend* Malam Hari**



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan, dapat terlihat dari jumlah pengunjung pada beberapa waktu tertentu bahwa restoran Ayam Penyet Ibu Yani masih kalah bersaing dengan Kemang Bistro yang baru berdiri pada tahun 2017. Kemang Bistro merupakan restoran yang menawarkan makanan khas Indonesia dengan banyak pilihan menu. Kemang Bistro juga memiliki tempat yang nyaman karena merupakan restoran tertutup dengan adanya penyejuk ruangan yang dapat membuat konsumen betah untuk singgah dalam waktu yang lama. Jika dibandingkan, Ayam Penyet Ibu Yani adalah restoran terbuka yang berada di pinggir jalan sehingga ketika konsumen makan di tempat, mereka akan mendengar suara kendaraan bermotor dengan sangat jelas. Suhu udaranya pun terasa panas, baik siang hari maupun malam hari karena hanya difasilitasi oleh beberapa kipas angin yang berada di langit-langit atau plafon.

Penulis juga melakukan observasi secara langsung sebagai pembeli di restoran Ayam Penyet Ibu Yani pada hari Jumat tanggal 1 Oktober 2021 pukul 1 siang. Berdasarkan observasi, terdapat beberapa informasi yang penulis dapatkan selama menjadi pembeli, antara lain:

- Restoran Ayam Penyet Ibu Yani menyediakan 14 meja makan dengan kapasitas maksimal pengunjung sebanyak 50-60 orang.
- Tidak terdapat pengunjung ketika penulis sampai di restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Selama satu setengah jam, terdapat dua pengunjung baru yang makan di tempat.
- Terdapat beberapa menu yang tidak dapat di pesan sehingga pilihan menu menjadi tidak bervariasi.
- Suara kendaraan bermotor sangat terdengar jelas dan terkadang jika ada mobil atau motor lewat, tercium aroma asap knalpot yang cukup mengganggu.
- Udara terasa sangat panas dan hanya difasilitasi oleh beberapa kipas angin yang menyala yang berada di langit-langit restoran.
- Cat dinding sudah banyak yang terkelupas sehingga membuat restoran tampak tidak rapi dan bersih.

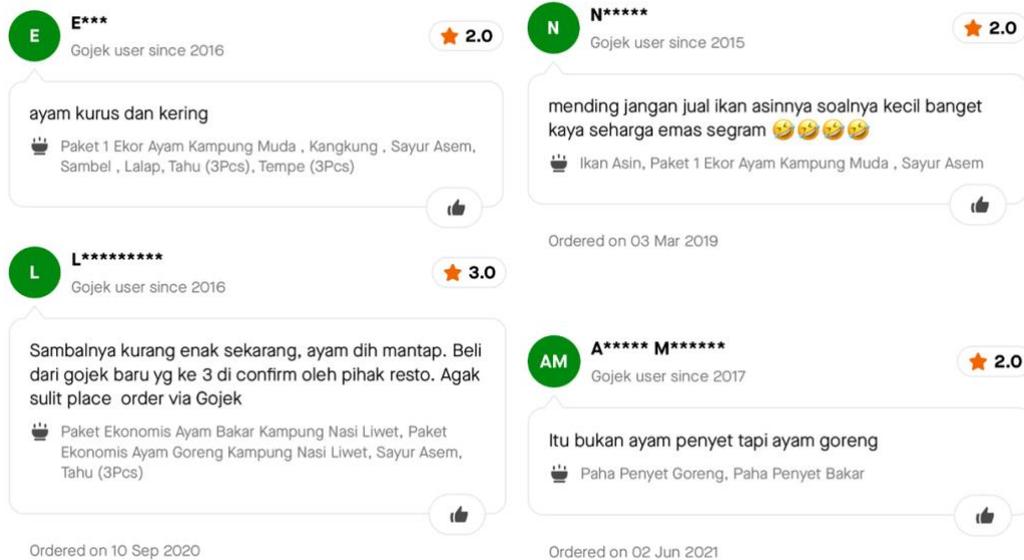
- Hanya memerlukan waktu yang singkat, yaitu selama 20 menit untuk pegawai dapat menyiapkan semua hidangan yang penulis pesan.
- Penulis memesan tiga menu, yaitu paket ekonomis ayam goreng (bagian paha), timbel komplit nila goreng dan udang sambal pekalongan. Penulis merasa bahwa bumbu dari ketiga makanan tersebut, terutama pada ikan nila dan udang kurang meresap sehingga terasa seperti hambar.
- Daging ayam terasa alot (tidak lembut) dan udang terasa tidak begitu segar.
- Ukuran lauk, terutama ayam terbilang kecil dibandingkan dulu ketika penulis makan di restoran Ayam Penyet Ibu Yani.

Berdasarkan informasi yang telah didapatkan melalui observasi secara langsung sebagai pembeli, penulis menyimpulkan bahwa secara garis besar terdapat masalah yang menyebabkan rendahnya niat beli ulang konsumen pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Masalah tersebut antara lain berhubungan dengan *food quality*, yaitu pada cita rasa, tekstur dan porsi. Serta *store atmosphere*, yaitu pada *interior*, *lighting* dan *temperature*.

Penulis menemukan beberapa *review* dan *rating* mengenai pengalaman konsumen ketika membeli makanan di restoran Ayam Penyet Ibu Yani melalui aplikasi ojek *online*. *Review* dan *rating* tersebut diberikan ketika pesanan telah diterima oleh konsumen sehingga *review* dan *rating* tersebut merupakan hasil dari pengalaman konsumen secara langsung terhadap pembelian di restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Berikut adalah *review* dan *rating* yang terdapat pada aplikasi ojek *online*:

**Gambar 1.6**

**Review Mengenai Kualitas Makanan Restoran Ayam Penyet Ibu Yani**



Sumber: Aplikasi Gojek, 2021

Berdasarkan hasil *review* yang telah didapatkan melalui aplikasi layanan pesan antar makanan, penulis menemukan bahwa terdapat konsumen yang memberikan komentar kurang baik mengenai *food quality*, terutama berhubungan dengan dimensi rasa dan porsi dari makanan yang disajikan oleh restoran Ayam Penyet Ibu Yani.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, penulis akhirnya melakukan *preliminary research* terhadap 40 responden yang pernah membeli Ayam Penyet Ibu Yani untuk mengetahui niat beli ulang Ayam Penyet Ibu Yani. Berikut adalah jawaban responden mengenai niat beli ulang konsumen pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani:

**Tabel 1.1**

**Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Penyet Ibu Yani**

	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
Memiliki niat untuk beli ulang	14 dari 40	35%
Tidak memiliki niat untuk beli ulang	26 dari 40	65%

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Dari 40 responden, sebanyak 26 orang mengatakan bahwa mereka tidak memiliki niat untuk makan kembali di restoran Ayam Penyet Ibu Yani,

sedangkan 14 orang lainnya masih ingin kembali. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kurangnya niat beli ulang konsumen pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani, padahal menurut Ananda, A. *et al.* (2021:20), niat beli ulang adalah penilaian positif terhadap kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya sehingga akan timbul sebuah niat yaitu keinginan dari konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Oleh karena itu, penulis melakukan wawancara lebih lanjut untuk mengetahui alasan mengapa responden tidak memiliki niat untuk makan kembali di restoran Ayam Penyet Ibu Yani.

**Tabel 1.2**

**Alasan Responden Tidak Berniat Ulang Makan di Ayam Penyet Ibu Yani**

No	Alasan	Jumlah Responden	Presentase
1	Banyak pilihan restoran lain yang lebih menarik	24 dari 26	92,30%
2	Tempatnya tidak nyaman	23 dari 26	88,46%
3	Akses parkir susah dan kurang aman	19 dari 26	73,07%
4	Lauk yang kurang <i>fresh</i> (ayam, udang, ikan)	13 dari 26	50%
5	Rasa makanan/sambal yang tidak konsisten	11 dari 26	42,30%
6	Porsi makanan kecil (terutama ayamnya)	11 dari 26	42,30%
7	Kebersihan kurang terjaga	9 dari 26	34,61%
8	Pelayanannya kurang baik	4 dari 26	15,38%
9	Harganya mahal	1 dari 26	3,84%

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Tabel 1.2**, alasan terbanyak yang disebutkan oleh responden adalah sudah banyak restoran lain yang lebih menarik dibandingkan dengan Ayam Penyet Ibu Yani, baik dari segi produk yang ditawarkan maupun penampilan luar restoran. Selanjutnya, alasan terbanyak kedua yang disebutkan adalah pada tempatnya yang kurang nyaman karena tidak terasa seperti suasana restoran pada umumnya sehingga membuat mereka tidak ingin singgah dalam waktu yang lama. Responden merasa bahwa ketika makan di sana, udaranya terasa sangat panas karena restoran Ayam Penyet Ibu Yani memiliki tempat yang terbuka serta berada di pinggir jalan sehingga responden juga merasa terganggu dengan

suara kendaraan bermotor yang terus berlalu lalang. Selain itu, responden juga merasa bahwa *interior* dari restoran Ayam Penyet Ibu Yani terlihat tidak terawat karena cat dari temboknya sudah banyak yang terkelupas, begitu juga dengan perabotannya termasuk meja dan kursi makan. Terdapat juga responden yang mengatakan bahwa penerangan di dalam restoran kurang nyaman karena lampu terlalu gelap sehingga suasana restoran ketika mereka makan pun menjadi tidak nyaman. Alasan terbanyak ketiga adalah karena area parkir yang sangat sempit sehingga membuat responden merasa kesulitan untuk parkir ketika berkunjung menggunakan kendaraan mobil. Selain itu, karena restoran Ayam Penyet Ibu Yani berada di pinggir jalan, membuat responden merasa bahwa area parkirnya tidak aman ditambah lagi tidak ada orang yang menjaga di sekitar area parkir.

Alasan-alasan responden yang telah dipaparkan diatas menunjukkan bahwa restoran Ayam Penyet Ibu Yani memiliki masalah pada *store atmospherenya*, yaitu pada dimensi *general interior* yang berhubungan dengan penampilan fisik, pencahayaan dan temperatur serta *store exterior* yang berhubungan dengan penampilan fisik dan area parkir. Dimana menurut Berman, B. dan Evan, J.R. (2018), tampilan fisik pada *general interior* yang baik dapat menarik konsumen serta mempengaruhi persepsi mereka ketika ketika melakukan kunjungan. Sedangkan *store exterior* sendiri merupakan cerminan dari sebuah restoran yang dapat memberikan kepercayaan bagi konsumen sehingga harus diatur sedemikian rupa (Berman, B. dan Evan, J.R., 2018).

Selanjutnya, alasan yang disebutkan berhubungan dengan dimensi *food quality* dimana tidak sedikit responden yang mengatakan bahwa rasa dari masakan Ayam Penyet Ibu Yani sudah tidak se enak dulu padahal menurut Cardello dan Schutz (2003) dalam penelitian Heide, M. dan Olsen, S. (2018:2351) mengatakan bahwa rasa sendiri memiliki peran penting bagi konsumen ketika memilih sebuah makanan. Selain itu, responden lainnya mengatakan bahwa rasa sambal yang disajikan tidak konsisten karena rasa dari sambal tersebut berubah dan sudah tidak sedap seperti dulu, padahal sambal inilah yang menjadi andalan bagi restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Beberapa responden juga mengatakan terkadang mereka menemukan lauk yang terasa tidak *fresh* sehingga membuat mereka ragu untuk kembali makan di sana. Dimana *freshness* atau kesegaran makanan akan

mempengaruhi penampilan dari sebuah makanan baik atau tidaknya untuk dinikmati (Sunarti, T., 2018). Alasan terakhir yang disebutkan oleh responden adalah pada porsi makan yang semakin sedikit serta ukuran lauk yang terbilang kecil padahal menurut Adinugraha, A. dan H., Stefanus (2015:645), porsi dari makanan yang disajikan harus mengikuti *standard portion size* yang telah ditentukan oleh restoran karena konsumen pasti sudah memiliki ekspektasi akan porsi makanan ketika memilih sebuah menu.

Berdasarkan hasil *preliminary research*, dapat terlihat bahwa permasalahan Ayam Penyet Ibu Yani berada pada *store atmosphere* dan *food quality*. Menurut Laela (2021), kualitas adalah sebuah kemampuan yang dimiliki oleh sebuah produk atau jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen akan apa yang diharapkannya. Oleh sebab itu, kualitas dari sebuah makanan yang baik merupakan alasan utama bagi konsumen untuk dapat kembali ke sebuah restoran (Brumback, 2008; dalam Laela, 2021). Sedangkan *store atmosphere* merupakan nilai tambah terhadap citra sebuah toko dan pastinya akan memberikan persepsi konsumen yang menyenangkan ketika berkunjung ke sebuah toko (Fitriani dan Nurdin, H., 2020). Oleh karena itu, penting bagi sebuah restoran untuk memperhatikan *store atmosphere*, baik dari *internal* maupun *external interior* yang baik, aman dan nyaman untuk dapat menciptakan persepsi positif bagi konsumen sehingga dapat mempengaruhi niat beli ulang (Hanisa, S dan Hardini, R., 2020).

Sejalan dengan hasil observasi dan *preliminary research* yang telah dilakukan, terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Richardson, S. *et al.* (2019) dan Chun, S. dan Nyam-Ochir, A. (2020) yang menemukan bahwa *store atmosphere* dan *food quality* secara positif dan signifikan mempengaruhi niat konsumen di masa depan untuk kembali berkunjung dan melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, dilakukanlah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Store Atmosphere* dan *Food Quality* terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Penyet Ibu Yani”. Penelitian ini juga diharapkan bagi restoran Ayam Penyet Ibu Yani untuk dapat menciptakan *store atmosphere* yang menyenangkan dan memperbaiki kembali *food quality* agar meningkatkan niat beli ulang konsumen.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berikut adalah rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana persepsi konsumen atas *store atmosphere* pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani?
2. Bagaimana persepsi konsumen atas *food quality* pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani?
3. Bagaimana niat beli ulang konsumen pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani?
4. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* dan *food quality* terhadap niat beli ulang pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini, antara lain:

1. Mengetahui persepsi konsumen atas *store atmosphere* pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani.
2. Mengetahui persepsi konsumen atas *food quality* pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani.
3. Mengetahui niat beli ulang konsumen pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani.
4. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan *food quality* terhadap niat beli ulang pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, antara lain:

1. Bagi penulis  
Dengan penelitian ini, diharapkan bagi penulis agar dapat menambah dan memperluas pengetahuan serta informasi tentang bidang kajian manajemen pemasaran, khususnya mengenai *store atmosphere* dan *food quality* yang dapat berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.
2. Bagi restoran Ayam Penyet Ibu Yani  
Dengan penelitian ini, diharapkan restoran Ayam Penyet Ibu Yani dapat mengembangkan dan menciptakan strategi-strategi baru, khususnya

pada *store atmosphere* dan *food quality* agar dapat meningkatkan kembali niat beli ulang konsumen.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan referensi ataupun pelengkap bagi penelitian selanjutnya serta dimanfaatkan untuk dapat dikembangkan lebih lanjut.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Restoran Ayam Penyet Ibu Yani yang berlokasi di Bekasi, tepatnya di Kemang Pratama merupakan sebuah restoran yang menyajikan menu makanan Indonesia, seperti nasi timbel, ayam penyet, ayam goreng, ayam bakar, iga, berbagai jenis ikan, udang, dan sapi dengan bumbu Indonesia, dan hidangan lainnya. Restoran Ayam Penyet Ibu Yani pernah sangat digemari pada masanya, tetapi ketika sudah banyak pesaing sejenis yang hadir di sekitarnya, restoran Ayam Penyet Ibu Yani mengalami penurunan peminat yang dapat terlihat dari restorannya yang sepi pengunjung jika dibandingkan dengan restoran lain di sekitarnya. Oleh karena itu, penting bagi sebuah restoran untuk dapat terus mengembangkan dan menciptakan strategi baru agar dapat tetap menjadi pilihan bagi konsumen.

Ada berbagai faktor yang diperhatikan oleh konsumen ketika mereka makan di sebuah restoran, faktor tersebut antara lain, *food quality*, *service quality*, *price*, dan *atmosphere* (suasana) dari restoran itu sendiri (Liu, P. & Tse, E., 2018:2290). Salah satu faktor terpenting yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen ketika makan di sebuah restoran adalah *store atmosphere*. Sekarang ini, konsumen makan di sebuah restoran tidak hanya untuk memuaskan rasa lapar, melainkan juga untuk bersosialisasi dan bersantai, oleh sebab itu *store atmosphere* yang menyenangkan akan menjadi suatu hal yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan tempat untuk makan (Pratminingsih *et al.*, 2018:287). *Atmosphere* menurut Berman, B. dan Evan, J.R. (2018:464) adalah karakteristik fisik dari sebuah toko yang memproyeksikan citra untuk dapat menarik pelanggan. Menurut Berman, B. dan Evan, J.R. (2018:464) sendiri, *store atmosphere* terbagi menjadi beberapa dimensi, antara lain *store exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display*. Dalam penelitiannya, Marinkovic, V. *et al.* (2014:314) juga mengatakan bahwa konsumen akan memberikan kesan pertamanya dengan

memperhatikan penampilan *exterior*, area parkir dan akses dari sebuah restoran. Selain itu, *store atmosphere* berupa *interior*, *design* dan *layout* dari sebuah restoran akan mempengaruhi berapa lama waktu yang dapat konsumen luangkan untuk singgah di restoran tersebut.

Menurut Richardson, S. *et al.* (2019:2623), suasana atau *atmosphere* dari sebuah restoran dapat membantu menciptakan persepsi dan ekspektasi positif dari konsumen ketika berkunjung ke sebuah restoran. Oleh karena itu, dalam jurnalnya, Pratminingsih *et al.* (2018:288) mengatakan bahwa *store atmosphere* yang nyaman dapat menarik perhatian dan memikat hati konsumen untuk menciptakan niat dalam melakukan pembelian ulang. Dari penjelasan *store atmosphere* yang telah dipaparkan, berikut adalah dimensi dari *store atmosphere* yang digunakan dalam penelitian ini:

1. *Store exterior*

Bagian depan (*exterior*) dari sebuah restoran merupakan cerminan dari restoran itu sendiri karena dapat memberikan kepercayaan bagi konsumen. *Store exterior* merupakan identitas atau tanda pengenal dari sebuah restoran. *Store exterior* terbagi lagi menjadi beberapa elemen, antara lain:

- a) *Store front*: terdiri dari gabungan papan nama, pintu masuk dan juga bangunan dari toko itu sendiri.
- b) *Marquee* (papan nama): merupakan tanda untuk memperlihatkan nama dan logo sebuah toko.
- c) *Entrance*: akses masuk dari sebuah toko harus dirancang sebaik mungkin.
- d) *Parking area*: area parkir juga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen ketika mengunjungi sebuah toko.

2. *General interior*

Pemilik toko harus dapat memainkan visual atau tampilan fisik sebaik mungkin agar dapat menarik konsumen untuk melakukan kunjungan. *General interior* terbagi lagi menjadi beberapa elemen, antara lain:

- a) *Flooring*: meliputi penentuan desain, jenis dan warna dari lantai yang digunakan.
- b) *Lighting*: warna dan tata cahaya dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Warna terang akan memberikan persepsi yang berbeda dibandingkan dengan warna gelap.
- c) *Temperature*: suhu udara dalam sebuah toko harus diatur dengan tepat (tidak terlalu dingin dan tidak terlalu panas) karena suhu udara akan berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen.

### 3. *Store Layout*

Rencana dan penentuan lokasi di dalam toko agar konsumen dapat mudah untuk berpindah-pindah dan menemukan lokasi ketika berada di dalam toko, seperti penempatan toilet, kasir, dan lain-lain.

Selain *store atmosphere*, faktor penting lainnya dari sebuah restoran adalah *food quality*. Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) dalam jurnal Adinugraha, A. dan H., Stefanus (2015:644), *food quality* merupakan keseluruhan karakteristik kualitas dari sebuah makanan yang dapat diterima oleh konsumen melalui beberapa hal. Menurut, Hanaysha (2016:33), dimensi penting yang perlu diperhatikan dalam *food quality* adalah *presentation of food, diversity of choice, taste, freshness, temperature, dan healthy*. Menurut Bihamta *et al.* (2017) dalam jurnal Richardson, S. *et al.* (2019:2621), *food quality* dianggap sebagai salah satu faktor yang berperan besar dalam tingkat kepuasan dan niat pelanggan untuk kembali melakukan pembelian di masa depan. Sehingga dapat dikatakan bahwa *food quality* secara positif akan mempengaruhi pengalaman konsumen dalam mengunjungi sebuah restoran dan juga sangat penting bagi kesuksesan dari sebuah restoran (Parsa, H.G. *et al.*, 2014:1272). Dari penjelasan *food quality* yang telah dipaparkan, berikut dimensi *food quality* yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. *Presentation of Food*

Makanan terlihat menarik ketika disajikan di atas piring. Penampilan makanan yang menarik merupakan hal yang sangat penting (Sunarti, T., 2018:142).

2. *Taste*

Kualitas dari rasa makanan harus dijaga sebaik mungkin agar dapat sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen (Sunarti, T., 2018:142).

3. *Diversity of Choice*

Makanan dan minuman dengan menu yang bervariasi merupakan satu dari banyak hal penting lainnya yang akan menjadi perhatian konsumen dalam menilai kualitas makanan (Sunarti, T., 2018:142).

4. *Healthy*

Sebuah restoran juga harus memperhatikan kualitas dalam hal kesehatan makanan yang disajikan, seperti jumlah nutrisi yang terdapat dalam sebuah makanan (Sunarti, T., 2018:142).

5. *Freshness*

Kesegaran dari bahan-bahan makanan yang digunakan berperan penting dalam penilaian konsumen apakah makanan tersebut layak atau tidak untuk dinikmati (Sunarti, T., 2018:142).

6. *Temperature*

Kesesuaian temperatur dari masing-masing makanan yang disajikan juga akan menjadi hal yang diperhatikan oleh konsumen, karena temperatur dapat mempengaruhi sebuah rasa (Sunarti, T., 2018:142).

Dalam hasil penelitiannya, Richardson, S. *et al.* (2019) dan Chun, S. dan Nyam-Ochir, A. (2020) mengatakan bahwa *store atmosphere* dan *food quality* secara positif dan signifikan mempengaruhi niat konsumen di masa depan untuk kembali berkunjung dan melakukan pembelian ulang. Niat kunjungan dan pembelian ulang pada sebuah restoran merupakan aspek perilaku konsumen yang dapat memprediksi konsumsi mereka di masa depan, hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan yang pastinya akan mengarah pada keberlanjutan sebuah restoran (Halimi, F. *et al.*, 2021). Oleh karena itu, seorang pengelola restoran harus dapat memperhatikan faktor penting (*store atmosphere* dan *food quality*) yang dapat berpengaruh pada niat kunjungan dan pembelian ulang konsumen (Liu, P. dan Tse, E., 2018:2299). Panthura (2011) dalam jurnal Irawan, D, *et al.* (2015:479), membagi niat beli ulang menjadi beberapa dimensi. Dimensi tersebut, antara lain:

1. *Willingness to buy*

Dapat diartikan sebagai keinginan seseorang dalam melakukan pembelian ulang sebuah produk atau jasa.

2. *Trend to repurchase*

Dapat diartikan sebagai kecenderungan dari perilaku seseorang untuk membeli ulang sebuah produk atau jasa di masa depan.

3. *More repurchase*

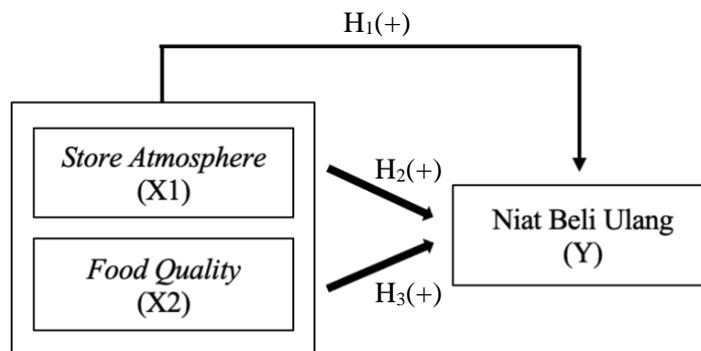
Dapat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk membeli ulang sebuah produk atau jasa dengan menambahkan variasi produk.

4. *Repurchase the same type of product*

Dapat diartikan sebagai perilaku seseorang untuk membeli ulang sebuah produk atau jasa yang sudah pernah dibeli sebelumnya (produk yang sama).

Berdasarkan penelitian ini, penulis ingin mengetahui persepsi konsumen atas *store atmosphere* dan *food quality* terhadap niat beli ulang pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Penelitian tersebut didasarkan pada hasil observasi dan *preliminary research* yang telah penulis lakukan, dimana faktor *store atmosphere* dan *food quality* adalah alasan yang paling banyak disebutkan oleh responden untuk tidak melakukan pembelian ulang pada restoran Ayam Penyet Ibu Yani. Oleh karena itu, berikut adalah model konseptual dari penelitian ini:

**Gambar 1.7**  
**Model Konseptual**



Sumber: Hasil Olahan Penulis

## 1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model konseptual yang telah dibuat, maka didapatkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Persepsi konsumen atas *store atmosphere* dan *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen restoran Ayam Penyet Ibu Yani.

H<sub>2</sub> : Persepsi konsumen atas *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen restoran Ayam Penyet Ibu Yani.

H<sub>3</sub> : Persepsi konsumen atas *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen restoran Ayam Penyet Ibu Yani.