

**PENGARUH KEPUASAN ATAS *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN PADA
JASA REMINE SELF PHOTO STUDIO CABANG
BURANGRANG** ↙



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Fransiska Diana Kristanti

6031901119

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023

BANDUNG

2024

**THE INFLUENCE OF SATISFACTION WITH THE STORE
ATMOSPHERE ON CONSUMERS' REPURCHASE
INTENTIONS FOR REMINE SELF PHOTO STUDIO
SERVICES BURANGRANG BRANCH** 



UNDERGRADUATE THESIS

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

By:

Fransiska Diana Kristanti

6031901119

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

Accredited by LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023

BANDUNG,

2024

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



**PENGARUH KEPUASAN ATAS *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP NIAT
BELI ULANG KONSUMEN PADA JASA REMINE SELF PHOTO STUDIO
CABANG BURANGRANG**

Oleh:

Fransiska Diana Kristanti

6031901119

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 30 Januari 2024

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM.

Pembimbing Skripsi,

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.

Ko-pembimbing Skripsi,

Teresia Debby, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Fransiska Diana Kristanti
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 14 Juli 2001
NPM : 6031901119
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KEPUASAN ATAS *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN PADA JASA REMINE SELF PHOTO STUDIO CABANG BURANGRANG

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan :

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. dan Teresia Debby, S.E., M.S.M.

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.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 9 Januari 2024

Pembuat pernyataan :



Fransiska Diana Kristanti

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.

ABSTRAK

Tren *self photo studio* atau foto studio mandiri di Bandung mulai mengalami peningkatan pada akhir tahun 2022, sehingga mulai banyak jasa *self photo studio* yang tersedia di Bandung. Untuk dapat bertahan dalam persaingan, perusahaan jasa *self photo studio* perlu memaksimalkan fitur yang ditawarkan, dan fasilitas yang ada di dalam toko. Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang merupakan salah satu *self photo studio* di Bandung yang menyediakan fitur dan fasilitas foto mengikuti tren. Namun belum genap satu tahun berjalan, Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang sudah mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan hasil wawancara dengan operator Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang dan *preliminary research* dengan konsumen, terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi penurunan penjualan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan atas *store atmosphere* (X) Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang yang merupakan variabel independen terhadap niat beli ulang konsumen (Y) yang merupakan variabel dependen. Responden yang dituju memiliki kriteria masyarakat Bandung yang pernah mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang berjumlah 100 responden. Pengolahan data dilakukan menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda.

Setelah melakukan pengolahan data dan analisa, maka dapat diketahui hasil dari penelitian bahwa berdasarkan hasil analisa deskriptif, konsumen merasa puas dengan aspek *exterior* (X1), puas dengan aspek *general interior* (X2), cukup puas dengan aspek *store layout* (X3), puas dengan aspek *interior display* (X4), dan memiliki niat beli ulang yang tinggi (Y). Berdasarkan uji asumsi klasik, tidak terjadi gejala multikolinearitas, dan berdistribusi normal. Berdasarkan uji regresi linear berganda terdapat pengaruh positif antara *store atmosphere* (X) terhadap niat beli ulang (Y)

Kata kunci: *Store atmosphere*, Niat beli ulang, Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang, Bandung.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, bimbingan serta pertolongan-Nya selama proses penyusunan skripsi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Atas Store Atmosphere Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada Jasa Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang” dibuat oleh penulis dalam rangka memenuhi syarat akhir untuk menyelesaikan program studi manajemen strata satu (S1) fakultas ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Pada proses penyusunan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terimakasih atas peran dari pihak yang telah meluangkan waktu, pikiran, serta tenaga dalam mendukung, membimbing, dan membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberi doa dan dukungan serta bantuan selama penulis menempuh pendidikan pada program studi sarjana manajemen.
2. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing yang penulis hormati yang selalu membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi dan juga memberikan waktu, tenaga, motivasi, inspirasi, serta ilmu yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Ibu Teresia Debby, S.E., M.S.M. selaku ko-pembimbing yang penulis hormati yang turut serta membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
4. Ibu Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM. selaku Kepala Program Studi Sarjana Manajemen yang penulis hormati yang memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan di program studi sarjana manajemen.
5. Ibu Dr. Regina Deti Mulyo Harsono, S.E., M.M. selaku Dosen Wali yang penulis hormati yang telah memberikan bimbingan, nasehat, bantuan,

dukungan selama penulis menempuh pendidikan di program studi sarjana manajemen.

6. Dosen Akademik Jurusan Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, serta Dosen Mata Kuliah Umum yang penulis hormati yang telah memberikan ilmu-ilmu baik yang akademik dan non-akademik yang sangat berharga dan bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh Team Remine Studio yang telah memberikan bantuan dan memberi dukungan dalam proses pengerjaan skripsi penulis.
8. Zefanya Tiatira, Angeline Ninda, Otavio Christiadi, Yeremias Budi selaku sahabat penulis di jurusan manajemen yang selalu membantu, memberikan dukungan, mendengarkan keluh kesah penulis selama penulis menempuh pendidikan di program studi sarjana manajemen.
9. Victoria Danya, Dede Ericka, Clarisa Natalia, Syakirah Lalita, Talita Anaya selaku teman dekat penulis di Unit Kegiatan Mahasiswa LISTRA UNPAR yang selalu mendukung, membantu, serta memberikan semangat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
10. Teman-teman Misi Budaya LISTRA UNPAR (Clarisa, Danya, Syakirah, Dede, Elsy, Talita, Lintang, Ocha, Syalita, Carine, Sherin, Ara, Irene, Dimas, Julio, Cahyo, Desta, Kang Rizal, dan Kang Yosep) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Dayang Sekar dan Angelina Joya selaku sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama penulis mengerjakan skripsi.
12. Teman-teman satu bimbingan yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan semangat selama proses pengerjaan skripsi ini.
13. Teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena masih terdapat banyak kekurangan karena adanya keterbatasan kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan yang dimiliki. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak lainnya. Penulis memohon maaf apabila dalam penelitian ini terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan dan isi penelitiannya.

Bandung, 8 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'FDK', written in a cursive style.

Fransiska Diana Kristanti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Kerangka Pemikiran	17
1.6 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Pemasaran.....	21
2.2 Manajemen Pemasaran.....	21
2.3 Bauran Pemasaran	22
2.4 <i>Store Atmosphere</i>	24
2.5 Niat Beli Ulang.....	36
2.6 Hubungan Antar Variabel	39
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Metode Penelitian dan Jenis Penelitian	44
3.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	47
3.5 Pengukuran Variabel	51
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisa Deskriptif.....	55

3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.8 Objek Penelitian	59
3.9 Profil Responden	60
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Analisa Deskriptif.....	66
4.1.1 Analisa Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang	67
4.1.2 Analisa Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang	92
4.2 Uji Asumsi Klasik	96
4.2.1 Uji Normalitas.....	96
4.2.2 Uji Multikolinearitas	98
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	99
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
4.3.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	101
4.3.2 Uji Pengaruh Parsial (Uji T).....	102
4.3.3 Uji Determinasi (R^2)	103
4.3.4 Model Regresi Penelitian.....	104
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Self Photo Studio di Korea Selatan	1
Gambar 1.3 Grafik Google Trends Self Photo Studio	3
Gambar 1.4 Google Trends Self Photo Studio.....	3
Gambar 1.5 Studio Foto Remine Self Photo Studio cabang Burangrang	4
Gambar 1.6 <i>Store</i> Remine Self Photo Studio cabang Burangrang.....	5
Gambar 1.7 Daftar Harga Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.	6
Gambar 1.8 Grafik Data Kunjungan Slot Perbulan	7
Gambar 1.9 Grafik Data Pendapatan Perbulan	7
Gambar 1.10 Sosial Media Remine Self Photo Studio	8
Gambar 1.11 Ringkasan Ulasan Google Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.....	9
Gambar 1.12 Ulasan Konsumen Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.....	10
Gambar 1.13 Hasil Preliminary Research.....	11
Gambar 1.14 Model Penelitian	20
Gambar 3.1 Logo Remine Studio	59
Gambar 3.2 Jenis Kelamin Responden	60
Gambar 3.3 Usia Responden.....	61
Gambar 3.4 Profil Pekerjaan Responden	62
Gambar 3.5 Jumlah Pendapatan Per Bulan Responden	63
Gambar 3.6 Partner Berkunjung Responden.....	64
Gambar 3.7 Alasan Responden Mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.....	65
Gambar 4.1 Grafik Histogram <i>Store Atmosphere</i> dan Niat Beli Ulang.....	97
Gambar 4.2 P-Plot <i>Store Atmosphere</i> dan Niat Beli Ulang	98
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	100
Gambar 4.4 Model Penelitian	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	31
Tabel 2.2 Indikator Niat Beli Ulang.....	37
Tabel 2.3 Hubungan <i>Exterior</i> terhadap Niat Beli Ulang.....	39
Tabel 2.4 Hubungan <i>General Interior</i> terhadap Niat Beli Ulang	40
Tabel 2.5 Hubungan <i>Store Layout</i> terhadap Niat Beli Ulang	41
Tabel 2.6 Hubungan <i>Interior Display</i> terhadap Niat Beli Ulang.....	42
Tabel 2.7 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Niat Beli Ulang	43
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2 Pembobotan Angket.....	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 3.5 Penilaian dan Interpretasi.....	56
Tabel 4.1 Hasil jawaban P1.....	67
Tabel 4.2 Hasil jawaban P2.....	68
Tabel 4.3 Hasil jawaban P3.....	69
Tabel 4.4 Hasil jawaban P4.....	70
Tabel 4.5 Hasil jawaban P5.....	71
Tabel 4.6 Rata-Rata Hasil jawaban <i>exterior</i>	72
Tabel 4.7 Hasil jawaban P6.....	73
Tabel 4.8 Hasil jawaban P7.....	74
Tabel 4.9 Hasil jawaban P8.....	75
Tabel 4.10 Hasil jawaban P9.....	76
Tabel 4.11 Hasil jawaban P10.....	77
Tabel 4.12 Hasil jawaban P11.....	78
Tabel 4.13 Hasil jawaban P12.....	79
Tabel 4.14 Hasil jawaban P13.....	80
Tabel 4.15 Hasil jawaban P14.....	81
Tabel 4.16 Hasil jawaban P15.....	82
Tabel 4.17 Rata-Rata Hasil jawaban <i>general interior</i>	83

Tabel 4.18 Hasil jawaban P16.....	85
Tabel 4.19 Hasil jawaban P17.....	86
Tabel 4.20 Hasil jawaban P18.....	87
Tabel 4.21 Rata-Rata Hasil jawaban <i>store layout</i>	88
Tabel 4.22 Hasil jawaban P19.....	89
Tabel 4.23 Hasil jawaban P20.....	90
Tabel 4.24 Rata-Rata Hasil jawaban <i>interior display</i>	91
Tabel 4.25 Hasil jawaban P21.....	92
Tabel 4.26 Hasil jawaban P22.....	93
Tabel 4.27 Hasil jawaban P23.....	94
Tabel 4.28 Rata-Rata Hasil jawaban niat beli ulang.....	95
Tabel 4.29 Tabel Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	96
Tabel 4.30 Hasil Uji Multikolinearitas.....	99
Tabel 4.31 Hasil Uji F.....	101
Tabel 4.32 Hasil Uji T.....	102
Tabel 4.33 Hasil Koefisien Determinasi.....	103

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penggunaan teknologi pada zaman ini menjadi salah satu elemen yang tidak dapat dihindari oleh manusia. Salah satunya adalah kegiatan mengambil gambar menggunakan kamera atau yang biasa disebut fotografi. Industri jasa fotografi cukup banyak diminati masyarakat untuk mengabadikan momen spesial mereka seperti pernikahan, pesta ulang tahun, wisuda, atau hanya sekedar foto untuk mengabadikan momen dengan orang tersayang. Maka dari itu, beberapa jasa fotografi menyediakan studio foto untuk dapat memaksimalkan kualitas foto yang dihasilkan. Adanya perkembangan zaman membuat studio foto dan jasa fotografi lebih *update* yaitu dengan munculnya jasa studio foto mandiri atau yang biasa dikenal dengan *selfphoto studio*.

Gambar 1.1
Self Photo Studio di Korea Selatan



Sumber: instagram @photomatic_official

Dilansir dari Kumparan.com bisnis *self photo studio* ini pertama kali menjamur di negara Korea Selatan. Selain budaya dan kulinernya, *self photo studio* dari Korea Selatan juga mempengaruhi tren foto studio di Indonesia melalui sosial media. Tidak diragukan lagi, konten sosial media menginspirasi banyak anak muda. *Self photo studio*

ini merupakan studio foto yang menyediakan tempat untuk melakukan *photoshoot* dengan menggunakan kamera dan *lighting* profesional namun tidak menggunakan fotografer. Dengan penambahan penggunaan latar foto yang beragam dan properti pendukung foto seperti bando, kacamata, topi, dan aksesoris lainnya membuat *self photo studio* ini menjadi lebih menarik.

Gambar 1.2

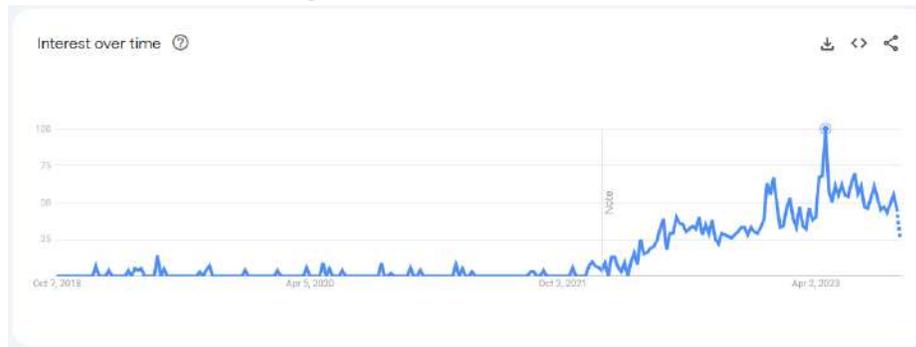
Photobox



Sumber: kuy.co.id

Konsep dari *self photo studio* ini merupakan pengembangan dari konsep *photobox* yang dimana *photobox* merupakan jasa pemotretan yang dilakukan di *studio mini* atau *stand booth* yang dapat menampung kurang lebih 3-4 orang, tidak menggunakan fotografer, menyediakan properti pendukung, dan kemudian akan menghasilkan cetak foto langsung secara instan, sedangkan *self photo studio* merupakan jasa pemotretan yang dilakukan di studio yang lebih besar yang dapat menampung kurang lebih 13-15 orang dan tidak menggunakan fotografer, menyediakan properti pendukung lebih bervariasi, dan kemudian akan menghasilkan cetak foto langsung secara instan.

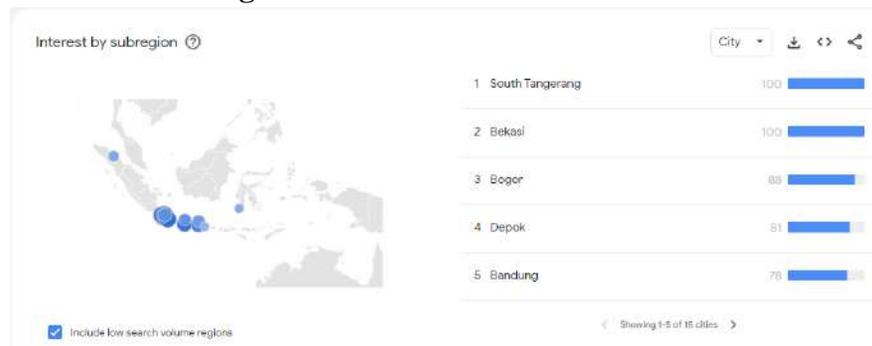
Gambar 1.3
Grafik Google Trends Self Photo Studio



Sumber: Google Trends

Gambar 1.3 menunjukkan grafik *google trends self photo studio* selama kurun waktu lima tahun. Berdasarkan data dari *google trends*, dapat diketahui bahwa *keyword self photo studio* sudah mulai ramai menjadi perbincangan masyarakat indonesia pada awal tahun 2022 yaitu sebanyak sepuluh kali, dan kemudian terus meningkat hingga puncaknya pada tanggal 23-29 april 2023 yaitu *keyword self photo studio* sudah dicari sebanyak seratus kali.

Gambar 1.4
Google Trends Self Photo Studio



Sumber: Google Trends

Berikut ini merupakan data minat dari *subregion* yang melakukan pencarian mengenai *Self Photo Studio* dalam jangka waktu lima tahun terakhir. Dapat diketahui bahwa kelima wilayah teratas yang melakukan pencarian mengenai *Self Photo Studio* berasal dari pulau jawa bagian barat. Pada peringkat pertama terdapat tanggerang selatan dengan skala 100 sebagai lokasi yang paling banyak menelusuri. Dilanjutkan

dengan wilayah bekasi dengan skala 100, kemudian wilayah Bogor dengan skala 88 menempati peringkat ketiga, pada peringkat keempat terdapat Depok dengan skala 81, dan Bandung menempati peringkat kelima dengan skala 78.

Bandung masuk ke dalam lima besar wilayah yang memperbincangkan *self photo studio*, dan terdapat cukup banyak usaha *self photo studio* di Bandung seperti The Portrait Place, Pola Self Photo Studio, The Bliss Self Photo Studio, Itoya Self Photo Studio, Remine Self Photo Studio, dan masih banyak lagi. Dengan menjamurnya jasa *self photo studio* di Bandung ini menguntungkan masyarakat karena masyarakat dapat memilih jasa *self photo studio* sesuai dengan keinginan mereka. Namun hal ini dapat merugikan jasa *self photo studio* karena semakin banyak jasa *self photo studio* di Bandung, maka para pengusaha jasa tersebut perlu menentukan strategi yang sesuai untuk dapat bertahan pada persaingan yang ada.

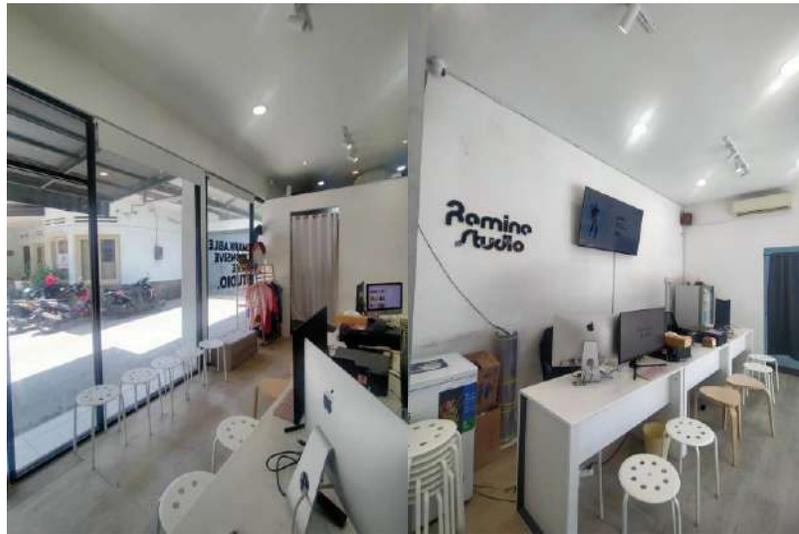
Dalam penelitian ini, penulis akan membahas salah satu *self photo studio* di Bandung yaitu Remine Self Photo Studio. Remine Self Photo Studio merupakan studio foto yang berfokus pada *self foto studio* dengan menghadirkan konsep foto yang kekinian dan minimalis.

Gambar 1.5
Studio Foto Remine Self Photo Studio cabang Burangrang



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 1.6
Store Remine Self Photo Studio cabang Burangrang



Sumber: Dokumentasi Penulis

Remine Self Photo Studio melakukan *soft opening* pada tanggal 2-4 Desember 2022 yang berlokasi di Taman Kopo Indah 2 Ruko 1A No.31. Kemudian pada tanggal 3 Maret 2023 Remine Self Photo Studio membuka cabang pertamanya yang berlokasi di Jl. Burangrang No.7 Bandung. Target market dari Remine Self Photo Studio adalah masyarakat Bandung baik laki-laki maupun perempuan dari seluruh kalangan usia yang ingin mengabadikan kenangan indah melalui foto dengan harga *affordable*, *high-quality services*, dan *convenient*. Berikut ini merupakan daftar harga dari Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.

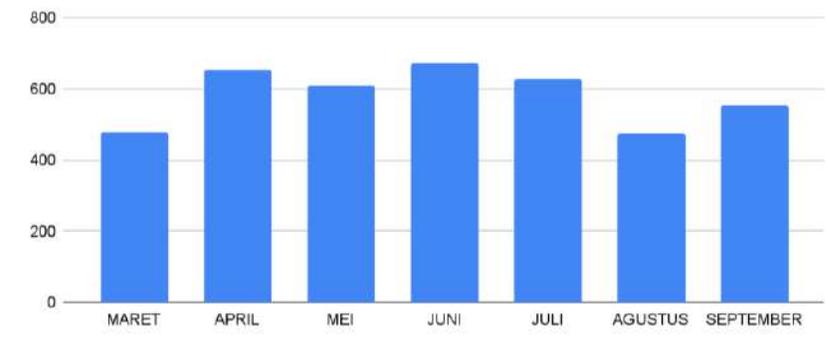
Gambar 1.7
Daftar Harga Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.

<i>Paket Biasa</i>	
SHINING SOLO 1 orang 1 cetakan foto	49k
JUST2 2 orang 2 cetakan foto	59k
4 SEASONS 4 orang 4 cetakan foto	99k
<i>Paket Projector</i>	
PAKET PROJECTOR <small>*hanya tersedia di Remine Studio Burangrang</small>	Shining Solo: 74k Just2: 84k 4 Seasons: 124k
<i>Extra</i>	
TAMBAHAN ORANG <small>*1 orang + 1 cetakan foto</small> 20k	TAMBAHAN WAKTU <small>*5 menit</small> 10k
TAMBAHAN KOSTUM 20k	TAMBAHAN PET <small>*size S-M/Max. 15kg</small> 20k
TAMBAHAN CETAK FOTO Berwarna: 20k Grid 2x2: 25k	

Sumber: Instagram @remine.id

Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang sendiri sudah beroperasi sejak 3 Maret 2023. Banyaknya usaha *self photo studio* di Bandung ini menimbulkan persaingan. Belum genap satu tahun Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang dibuka, namun Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang mengalami penurunan penjualan selama tiga bulan terakhir yang dapat dilihat datanya sebagai berikut:

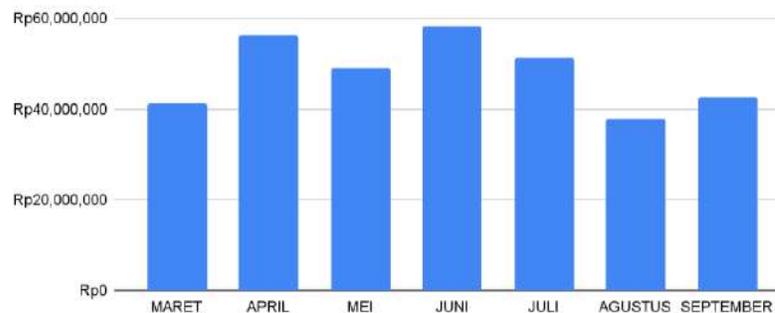
Gambar 1.8
Grafik Data Kunjungan Slot Perbulan



Sumber: Olahan Penulis

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai grafik pada gambar 1.8. Saat *soft opening* Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang pada bulan maret tercatat sebanyak 478 slot yang terjual, pada bulan april tercatat sebanyak 652 slot, pada bulan mei tercatat 608 slot, pada bulan juni tercatat 671 slot, pada bulan Juli tercatat 626 Slot, pada bulan Agustus tercatat sebanyak 474 slot, dan pada bulan September tercatat 553 slot yang terjual. Berdasarkan grafik diatas, maka dapat diketahui bahwa penjualan terbanyak dari Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang berada di bulan Juni yaitu sebanyak 671 slot.

Gambar 1.9
Grafik Data Pendapatan Perbulan

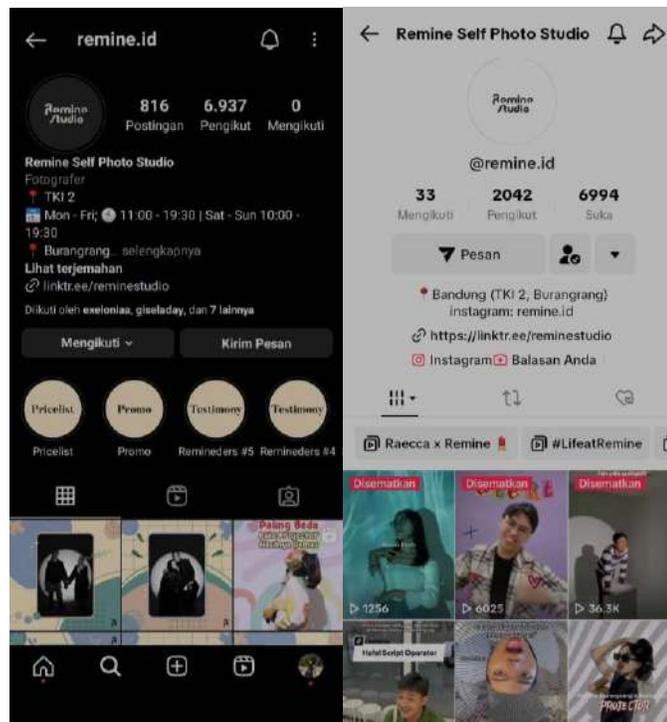


Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan grafik pada gambar 1.9, dapat diketahui adanya penurunan penjualan sejak Juni 2023 hingga bulan Juli 2023 sebanyak 7% dan pada Agustus 2023 kembali mengalami penurunan penjualan sebanyak 14% dari bulan sebelumnya. Pada bulan September terdapat kenaikan penjualan sebanyak 5% dari bulan sebelumnya

karena dibukanya ruangan studio foto baru di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang sehingga dapat menampung lebih banyak pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan *leader operator* Remine Burangrang Exelonias mengatakan bahwa harapannya dengan dibuatnya ruangan studio foto baru dapat meningkatkan penjualan, namun hasilnya kurang memuaskan. Remine Self Photo Studio sudah melakukan promosi melalui sejumlah media sosial seperti Instagram dan tiktok namun respon yang didapatkan pun kurang memuaskan dan tidak memenuhi target, contohnya konten tiktok yang tidak *fyp*, *followers* sosial media yang tidak bertambah, dan lainnya.

Gambar 1.10
Sosial Media Remine Self Photo Studio



Sumber: instagram & tiktok @remine.id

Adanya fenomena ini membuat Remine Self Photo Studio mengalami kesulitan untuk berkembang pada tahun pertamanya dan Remine Self Photo Studio juga mengalami kesulitan untuk memperluas pasar. Untuk dapat bersaing, harus ada yang dirubah atau dibenahi oleh Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang untuk dapat memenangkan persaingan.

Gambar 1.11
Ringkasan Ulasan Google Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang



Sumber: *Google Review* Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang

Berdasarkan ulasan pada gambar 1.11, dapat diketahui terdapat 75 ulasan yang diberikan konsumen dengan *rating* Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang sebesar 4,9. Pada *google review* tersebut terdapat berbagai macam komentar baik positif maupun negatif disertai keluhan dan saran mengenai pelayanan, harga, fasilitas, dan lainnya.

Gambar 1.12

Ulasan Konsumen Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang

 **Asrii Fatmawati**
Local Guide · 74 reviews · 118 photos

★★★★★ 4 months ago

Tempat nya muda terjangkau, hasil foto nya bagus jemih sekali dan tentunya banyak properti yang bisa digunakan. Kamera nya pun ga motor jadi makin nyaman, harganya murah meriaahhhh 🍷
Kalo kalian nyari self foto, boleh nihh dicoba dulu. Dijamin gaakan nyesel deh

[See translation \(English\)](#)



 Like

 **Brilliant Friezka Aina**
Local Guide · 15 reviews · 3 photos

★★★★☆ a week ago **NEW**

pelayanannya ramah banget, cuman kameranya ga mirror jadi agak ga enak aja gitu. terus properti kaca matanya menurut ku pribadi agak kurang up date, jadi mending bawa sendiri untuk kaca mata gayanya :)) propertinya juga udh agak kotor, mau pake jadi agak merinding

[See translation \(English\)](#)

 Like

 **Haura Stya Laksana**
Local Guide · 67 reviews · 2 photos

★★★★☆ 2 weeks ago **NEW**

Sebenarnya foto bagus-bagus banget, hasil fotonya bagus, properti banyak, harga affordable, ada background estetik jugaa. Tapi waktu kesana gatau knp ACnya lagi ga nyala, jadi foto-foto disana keringetan bgt:(:(jadinya ga nyaman dan banyak nyamuknya juga huhu. Semoga lain kali lebih diperhatiin yaa soal nyamuk dan ACnya.

[See translation \(English\)](#)

 Like

 **813**
49 reviews · 3 photos

★★★★☆ 2 weeks ago **NEW**

untuk sistem, harga dan kualitas foto sangat baik, kenapa bintang 3? PANAS PENGAP DI RUANG FOTONYA HAHAAAAHA GAKUAT. FOTO JADI GAK MAKSIMAL

[See translation \(English\)](#)

 Like

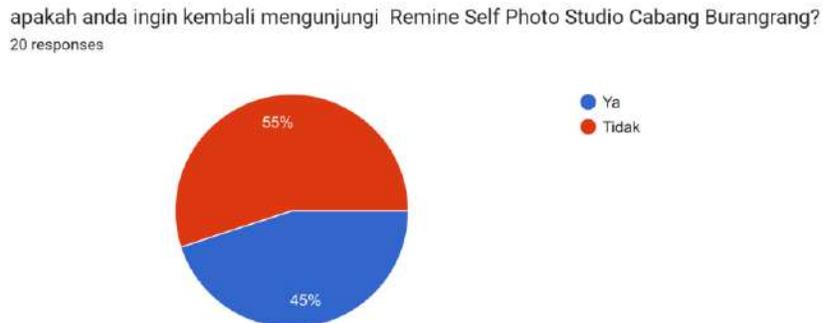
Sumber: *Google Review* Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang

Berdasarkan ulasan dari *google review* Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang, dapat diketahui pengalaman konsumen apa saja yang ada pada saat

mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang, seperti puas dengan kualitas foto, harga yang murah, properti yang beragam; ada pula konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan dari Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang karena AC yang tidak menyala sehingga membuat sesi foto tersebut tidak nyaman dan kurang maksimal, properti yang kurang *update* dan kotor, dan banyak nyamuk; ada pula konsumen yang memberikan saran untuk menambah studio baru pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.

Penulis melakukan *preliminary research* kepada 25 responden yang termasuk dalam target market Remine Self Photo Studio sebagai langkah untuk memperkuat data. Berdasarkan hasil *preliminary research*, dapat diketahui 20 dari 25 responden pernah mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang, dan 5 dari 25 responden tidak pernah mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang. Kemudian penulis meneliti lebih lanjut kepada 20 responden yang pernah mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.

Gambar 1.13
Hasil Preliminary Research



Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan pertanyaan yang ditujukan kepada 20 responden yang pernah mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang, dapat diketahui 9 dari 20 responden ingin kembali mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang dengan alasan hasil foto yang bagus, harga terjangkau, kualitas foto HD, dapat soft file,

ada konsep proyektor yang unik, propertinya yang lucu, dan lain lain. Kemudian 11 dari 20 responden tidak ingin kembali mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang dengan alasan studionya kecil (sempit), properti kurang dirawat, ingin mencoba *self photo studio* lain, ruangnya panas, *background* foto tidak bervariasi, susah parkir kalo pakai mobil, harganya mahal dan banyak tambahan yang dibayar (*additional*) ada studio lain yang lebih sepadan pelayanan dan harganya, dan lain-lain.

Tabel 1.1

Alasan Responden Ingin Kembali Mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang

No	Alasan	Jumlah Responden
1	Hasil foto yang bagus (Kualitas foto HD)	4
2	Harganya terjangkau	5
3	Fasilitas oke (propertinya lucu dan banyak)	3
4	Mendapat semua <i>soft file</i>	3
5	Karena ada konsep foto proyektor yang unik	1
6	Hasilnya sesuai keinginan	1

Sumber: Olahan Penulis

Tabel 1.2

Alasan Responden Tidak Ingin Kembali Mengunjungi Remine Self Photo Studio
Cabang Burangrang

No	Alasan	Jumlah Responden
1	Studionya kecil (sempit)	5
2	Suhu udaranya panas	3
3	Pelayanannya lama	1
4	Ingin mencoba self photo studio lain	2
5	Backgroundnya terlalu sedikit	1
6	Susah parkir mobil (menyatu dengan Batagor Burangrang)	1
7	Harganya mahal dan banyak tambahan yang berbayar	2
8	Ada studio lain yang lebih sepadan dengan harganya	1
9	Propertinya kurang dirawat / kotor	2
10	Banyak nyamuk	1
11	Tidak ada toilet dan ruang ganti	1
12	Lantai studio yang kotor	1

Sumber: Olahan Penulis

Pada tabel 1.1 dan tabel 1.2 diatas, dapat diketahui alasan responden mengenai keinginan untuk kembali dan tidak ingin kembali mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang. Berdasarkan 11 dari 20 Responden yang pernah mengunjungi Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang beralasan tidak ingin kembali ke Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang karena *store atmosphere*

nya tidak mendukung. Dapat diketahui dari tabel 1.2, 6 dari 12 alasan membahas mengenai *store atmosphere* yaitu : Studio nya kecil (sempit), suhu udaranya panas, susah parkir mobil (menyatu dengan Batagor Burangrang), banyak nyamuk, tidak ada toilet dan ruang ganti, serta lantai studio yang kotor.

Kemudian berdasarkan *preliminary research* tersebut, penulis melakukan pertanyaan lanjutan mengenai *marketing mix* yang dilakukan oleh Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang yang berdampak pada niat beli ulang konsumen Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang. Penulis menduga adanya masalah pada *marketing mix* terutama pada aspek *store atmosphere* dari Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang dengan banyaknya responden yang mengatakan keadaan tempat (*store atmosphere*) dari Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang kurang baik, dengan alasan suhu ruangan yang panas, tempat yang terlalu sempit, tempat parkir sedikit karena menyatu dengan Batagor Burangrang, banyak nyamuk, studionya kecil sehingga tidak bisa membawa rombongan, properti kurang dirawat, dan lainnya. Menurut Utami (2017:356) dalam Rahayu et al. (2019), Melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian, *store atmosphere* digunakan untuk merancang respons emosional dan perseptual pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang. Maka dari itu, *store atmosphere* harus diperhatikan karena merupakan salah satu faktor penting dimana akan berpengaruh pada emosi dan kenyamanan konsumen. Konsumen akan menghabiskan lebih banyak waktu di tempat belanja jika mereka merasa nyaman dan bergairah, sehingga konsumen cenderung untuk membeli barang dan melakukan pembelian impulsif serta pembelian berulang, namun konsumen tidak akan menghabiskan waktu lebih lama di tempat belanja jika suasananya tidak menyenangkan dan mengganggu. Rahayu et al. (2019).

Ketika konsumen merasa tidak puas atas *store atmosphere* dari Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang maka niat beli ulang konsumen menurun. Ketika niat beli ulang konsumen menurun, akan menimbulkan masalah bagi perusahaan yang berdampak pada volume penjualan yang menurun dan dapat berakibat kerugian pada perusahaan dan jika ini terjadi dalam jangka waktu yang lama, perusahaan dapat mengalami kebangkrutan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada Jasa Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang”**. Dengan adanya penelitian ini diharapkan Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang untuk dapat bersaing dengan kompetitornya dan dapat memaksimalkan *store atmosphere* sebagai salah satu cara untuk meningkatkan niat beli ulang konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan konsumen atas *exterior* pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?
2. Bagaimana kepuasan konsumen atas *general interior* pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?
3. Bagaimana kepuasan konsumen atas *store layout* pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?
4. Bagaimana kepuasan konsumen atas *interior display* pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?
5. Bagaimana niat beli ulang pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas *exterior* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas *general interior* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?
8. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas *general interior* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?
9. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas *interior display* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?

10. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui kepuasan konsumen atas *exterior* pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
2. Mengetahui kepuasan konsumen atas *general interior* pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
3. Mengetahui kepuasan konsumen atas *store layout* pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
4. Mengetahui kepuasan konsumen atas *interior display* pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
5. Mengetahui niat beli ulang pada Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
6. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen atas *exterior* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
7. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen atas *general interior* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
8. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen atas *general interior* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
9. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen atas *interior display* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.
10. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen atas *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* terhadap niat beli ulang di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu tolak ukur bahan evaluasi pihak Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang agar dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen, meningkatkan penjualan, dan melakukan sistem tata letak toko yang lebih baik.

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai studi wirausaha khususnya pada bagian pemasaran, terutama bidang jasa *self photo studio* maupun jasa fotografi lainnya serta aspek-aspek yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan membuat penelitian dengan tema yang sejenis.

1.5 Kerangka Pemikiran

Adanya tren foto studio mandiri atau yang lebih akrab disapa *self photo studio* yang mulai masuk ke Indonesia pada akhir tahun 2022 ini membuat meningkatnya usaha jasa *self photo studio*. ATOMM STUDIOS dalam wawancara dengan website Tatler menyatakan bahwa *“Self studios are basically professional studios where you can get quality photos by yourself with a click of your finger. All the equipment you need is available at the studio - backdrops, lights, background music, a professional camera, and of course, a remote button! You can also get your photos colour-graded and printed right after you shoot,”* (Loh, 2023).

Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang merupakan sebuah jasa *self photo studio* dengan menggunakan kamera dan *lighting* profesional, *background* dengan warna yang menarik, properti pendukung foto yang unik. Penawaran yang ada di Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang adalah konsumen bebas berfoto dalam waktu 15 menit, dapat gratis cetak foto sesuai jumlah orang yang foto,

menyediakan properti pendukung yang unik, dan seluruh hasil foto akan dikirimkan ke konsumen melalui *google drive*.

Self photo studio sendiri termasuk ke dalam perusahaan jasa yang menjual layanan foto studio mandiri. Menurut Kotler et al. (2023:262) jasa merupakan layanan tidak berwujud berarti bahwa layanan tidak seperti produk fisik tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, didengar, atau dicium sebelum dibeli. Perusahaan jasa membutuhkan pertimbangan di luar pemasaran produk yang murni berwujud, maka dari itu perusahaan jasa menambahkan tiga aspek dalam bauran pemasaran dari 4p yaitu *product, place, price*, dan *promotion* menjadi 7p dengan menambahkan *people, process*, dan *physical evidence*.

Dalam bauran pemasaran terdapat elemen bukti fisik (*physical evidence*) dan tempat (*place*) sebagai salah satu aspek penting dalam menjalankan usaha, adanya kesesuaian tempat dengan target konsumen dapat memaksimalkan penjualan dan keuntungan. Salah satu aspek dari elemen elemen bukti fisik (*physical evidence*) dan tempat (*place*) yang perlu diperhatikan adalah *store atmosphere*. Kotler & Keller (2021) mengatakan bahwa suasana toko harus sesuai dengan motivasi utama pembeli. Jika pembeli cenderung berfokus pada pola pikir tugas dan fungsional, suasana toko mungkin lebih sederhana dan terkendali. Di sisi lain, beberapa konsumen berorientasi pada pengalaman sehingga pengusaha menciptakan tempat yang nyaman dan hiburan di dalam toko untuk menarik konsumen yang menginginkan kesenangan dan kegembiraan. Kemudian menurut Tanjung (2020) suasana toko atau *store atmosphere* dapat didefinisikan sebagai perubahan dalam perencanaan tempat pembelian yang akan memiliki dampak emosional tertentu yang dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian. Berman et al. (2018) Mengatakan bahwa Suasana toko (*atmospheric*) dapat dibagi menjadi elemen-elemen kunci berikut:

1. *exterior* yang merupakan bagian depan toko yang dapat mengundang orang untuk masuk ke dalam toko,
2. *general interior* yang dirancang untuk memaksimalkan *visual merchandising*,
3. *store layout* yang merupakan rencana untuk menentukan lokasi tertentu agar konsumen lebih mudah berlalu-lalang di dalam toko,

4. *interior displays* yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen untuk mempengaruhi suasana toko.

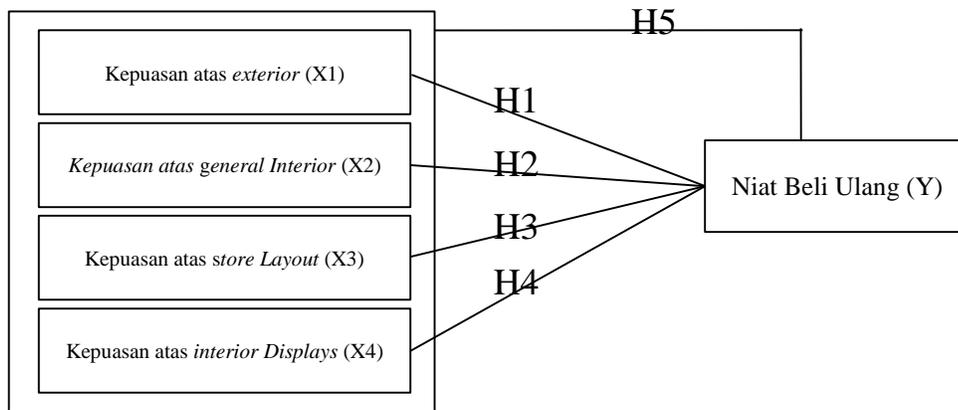
Store Atmosphere menjadi sesuatu aspek penting bagi konsumen *self photo studio*, karena *self photo studio* merupakan perusahaan jasa maka konsumennya sangat berorientasi pada pengalaman, maka dari itu dibutuhkan store yang memenuhi keempat elemen kunci yaitu *exterior, general interior, store layout, and interior displays* yang disediakan dengan baik.

Kotler et al. (2023) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan rasa senang yang dirasakan pembeli ketika kinerja yang dirasakan suatu produk sesuai atau melebihi ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan positif dengan pelanggan. Konsumen yang merasakan kepuasan atas pelayanan yang ditawarkan akan melakukan pembelian kembali, memberikan testimoni yang baik tentang produk tersebut kepada orang lain, dan kurang memperhatikan merek dan iklan dari kompetitor (Armstrong & Kotler 2022:177).

Menurut Hellier dalam Firdaus (2020) niat beli ulang adalah penilaian dari seorang individu yang berhubungan dengan pembelian ulang suatu produk atau sebuah layanan terhadap suatu perusahaan yang sama namun dengan mempertimbangkan kondisi serta keadaan pembeli. Jika kondisi lingkungan baik, peluang terjadinya pembelian ulang juga lebih tinggi. Ini menunjukkan kepada perusahaan bahwa stimulus apa pun yang dapat mempengaruhi keinginan untuk membeli ulang.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kinanta (2020) dengan judul “Pengaruh *store atmosphere* terhadap niat beli ulang konsumen Coffee Bawa” menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen Coffee Bawa. Selain itu, Suardyana & Tiarawati (2022) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Brand Image, Lokasi, dan Store Atmosphere terhadap Niat Beli Ulang pada Pelanggan Indomaret di Wilayah Surabaya”, dan hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa *brand image* dan *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

Gambar 1.14
Model Penelitian



Sumber: Olahan Penulis

1.6 Hipotesis Penelitian

H1: Dimensi *exterior* memiliki pengaruh positif terhadap Niat beli ulang konsumen jasa Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang

H2: Dimensi *general interior* memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen jasa Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang

H3: Dimensi *store layout* memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen jasa Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang

H4: Dimensi *interior displays* memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen jasa Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang

H5: Dimensi *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior displays* memiliki pengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang konsumen jasa Remine Self Photo Studio Cabang Burangrang secara positif.