

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN BIDADARI JEMBRANA

Oleh
Syakila Tifani. NIM 2217041184
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Studi ini dilaksanakan untuk menganalisis dampak dari *store atmosphere* serta mutu produk terhadap kepuasan para pelanggan Rumah Makan Bidadari Jembrana, baik secara bersama-sama maupun tersendiri. Metode yang diterapkan berbasis pendekatan kuantitatif kausal yang diuji melalui teknik regresi berganda. Sebanyak 130 responden ditetapkan sebagai sampel lewat *nonprobability sampling*, di mana data dihimpun memakai lembar angket skala Likert yang terbukti valid serta reliabel. Hasil pengujian membuktikan bahwa secara individu, *store atmosphere* berimplikasi signifikan pada kepuasan pelanggan; hal ini menandakan bahwa penataan ruang fisik—mencakup rancangan eksterior, *general interior*, *interior display*, hingga *store layout*—mampu menciptakan pengalaman yang berkesan bagi konsumen. Di samping itu, mutu produk turut memberikan kontribusi signifikan dalam memuaskan pembeli, di mana kriteria cita rasa, estetika penyajian, keragaman menu, kebersihan, kesegaran, hingga temperatur makanan berperan vital dalam membangun persepsi positif mereka. Apabila diuji secara simultan, *store atmosphere* dan mutu produk terbukti berdampak signifikan dengan besaran nilai R^2 senilai 0,45. Angka ini mengindikasikan bahwa kombinasi kedua variabel mampu menjelaskan 45% variansi kepuasan pelanggan, sedangkan 55% sisanya bersumber dari variabel tambahan di luar model penelitian. Artinya, kian optimal penataan suasana toko dan kian tinggi kualitas produk yang ditawarkan, maka kian meningkat pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Implikasi dari riset ini menegaskan bahwa strategi mendorong kepuasan pembeli tidak dapat bertumpu pada satu dimensi tunggal, melainkan menuntut penyelarasan yang seimbang antara kondisi tempat dan mutu sajian. Oleh karena itu, manajemen Rumah Makan Bidadari Jembrana direkomendasikan untuk senantiasa memperelok fasilitas fisiknya—khususnya area eksterior yang membentuk impresi awal. Selain itu, pemeliharaan standar produk (termasuk kebersihan, kesegaran, estetika penyajian, dan terutama cita rasa) merupakan kunci utama yang menentukan penilaian konsumen, sehingga konsistensinya wajib dipertahankan demi memaksimalkan pengalaman konsumen serta memicu retensi jangka panjang.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Rumah Makan Bidadari Jembrana.

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT BIDADARI RESTAURANT JEMBRANA

By
Syakila Tifani. NIM 2217041184
Management Departement

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the impact of store atmosphere and product quality on customer satisfaction at Rumah Makan Bidadari Jembrana, both collectively and individually. The method employed was based on a quantitative causal approach tested using multiple regression analysis. A total of 130 respondents were selected as the sample through nonprobability sampling, and data were collected using a Likert-scale questionnaire that had been proven to be valid and reliable. The results of the analysis demonstrate that, individually, store atmosphere has a significant impact on customer satisfaction; this indicates that the physical layout—including exterior design, general interior design, interior displays, and store layout—is capable of creating a memorable experience for consumers. In addition, product quality also makes a significant contribution to customer satisfaction, with criteria such as taste, presentation aesthetics, menu variety, cleanliness, freshness, and food temperature playing a vital role in shaping their positive perceptions. When tested simultaneously, store atmosphere and product quality were found to have a significant impact, with an R^2 value of 0.45. This figure indicates that the combination of these two variables explains 45% of the variance in customer satisfaction, while the remaining 55% stems from additional variables outside the research model. This means that the more optimally the store atmosphere is designed and the higher the quality of the products offered, the greater the level of satisfaction will be.

Keywords: Store Atmosphere, Product Quality, Customer Satisfaction, Bidadari Restaurant Jembrana.