BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Di bawah ini akan dijabarkan hasil penelitian mengenai judul "Dampak Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Sambara Bandung".

4.1.2 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah Singkat Restoran Sambara Bandung

Restoran Sambara merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa yang mana porsinya sama besar dengan barang atau masakan yang ditawarkan, dalam teorinya restoran ini termasuk kategori jasa *hybrid* atau campuran.

Restoran Sambara didirikan pada tanggal 6 April 2006 dan ditandai dengan peresmian yang dihadiri oleh pimpinan serta karyawan dan karyawati Restoran Sambara. Kini Restoran Sambara telah bersinar dan telah memberi berkah bukan hanya kepada pemilik dan keluarga, tetapi kepada karyawan dan karyawati beserta keluarga dan sanak saudaranya. Untuk menyempurnakan untuk menyempurnakan keaneka ragaman masakan, kami membentuk satu tim kecil untuk melakukan penelusuran masakan-masakan yang berasal dari berbagai daerah di Jawa Barat. Hasil penelusuran tim kami tersebut adalah masakan-masakan yang bisa Anda nikmati di meja saji Restoran Sambara. Kami, berharap mudah-mudahan karya bakti kami terhadap dunia kuliner Sunda tetap diterima dan diapresiasi oleh semua pencinta masakan Sunda.

Berawal dari sebuah kecintaan keluarga besar kami terhadap masakan tradisional tanah pasundan, serta begitu banyaknya koleksi masakan yang keluarga kami miliki, maka kami berkeinginan untuk membagi pengalaman untuk dinikmati oleh mereka yang menyukai masakan tradisional tanah Sunda, akhirnya kami memberanikan diri untuk mewujudkan sebuah tempat makan yang bias diterima oleh para pencinta masakan Sunda, maka lahirlah Restoran Sambara.

Restaurant yang bernuansa tradisional modern ini menawarkan aneka masakan Sunda dusun (padalaman) yang jarang ditemui di restoran Sunda lainnya. Keunikan masakan dan pelayanan Restoran Sambara telah membuat Restoran Sambara mendapat penghargaan dari para tamu-tamunya.

Restoran Sambara memiliki filosofi bahwa Restoran Sambara didirikan sebagai wujud dedikasi dan apresiasi kepada para jagoan-jagoan masak jaman dahulu, ibu-ibu rumah tangga dan pembantu-pembantu rumah tangga, yang telah berjasa dalam memperkaya khasana dan cita rasa masakan Sunda, sehingga menjadi kekayaan keanekaragaman cita rasa nusantara seperti saat ini.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuannya jika ditunjang dengan struktur organisasi yang tersusun dengan baik. Dengan adanya struktur organisasi pula, maka setiap pegawai dapat mengetahui kepada siapa harus mempertanggung jawabkan pekerjaanya, dan menerima perintah. Struktur organisasi haruslah dilengkapi dengan uraian pekerjaan dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh setiap pemegang jabatan, sehingga dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Restoran Sambara cabang Trunojoyo Bandung mempunyai struktur organisasi sebagaimana yang dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini:

4.1.3 *Job Description*

Untuk lebih jelas dalam melihat hubungan yang tergambar dalam struktur organisasi, berikut ini dijabarkan mengenai struktur organisasi, tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :

1. Operational Manager

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain mengawasi segala kegiatan operasional restoran agar berjalan sesuai dengan baik, memberikan laporan pertanggungjawaban kepada manajemen perusahaan atas seluruh aktivitas dari seluruh bagian yang ada di restoran.

2. Asst. Operational Manager

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain Membantu Operational Manager dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari dengan pembagian tugas yang sudah diatur.

3. HRD Manager

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Merencanakan, mengarahkan dan mengendalikan bidang tugas pengadaan, seleksi, pemeliharaan dan pengembangan tenaga kerja.
b. Memimpin dan mengawasi kegiatan masing-masing seksi bawahan.
c. Mengawasi dan mengatur terselenggaranya pengembangan tenaga kerja dan menganalisa hasil penilaian prestasi kerja.
d. Mengambil langkah-langkah yang dianggap perlu dan menyampaikan saran atau usul ke tingkat manajemen.

e. Menganalisa laporan hasil kerja yang disampaiakan oleh masing-masing bawahan.
f. Memastikan proses penggajian dijalankan dengan baik, termasuk melakukan peninjauan gaji pegawai sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen.

4. Accounting Manager

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Melaksanakan kegiatan *accounting*.
b. Bertanggungjawab atas kegiatan pencatatan dan pelaporan kegiatan accounting.

5. Marketing Manager

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain

a. Memahami produk Sambara secara keseluruhan.
b. Menjual produk yang dimiliki oleh Sambara, mulai dari fasilitas yang dimiliki sampai kepada paket-paket Sambara.
c. Merealisasikan target penjualan yang diberikan setiap bulannya.
d. Melakukan sales call tiap hari dengan target kunjungan lima perusahaan di *weekday*.
e. Melakukan sales blitz sejumlah dua kali saat weekend untuk mendapatkan *new market*.
f. Melakukan tele marketing kepada customer-customer yang belum produktif dan yang sudah produktif.
g. Fax compaign dan email compaign secara rutin ke seluruh batabase.

h. Menerangkan dengan detail kepada para tamu yang ingin mengadakan acara di Sambara.
i. *In charge* pada saat ada reservasi atau group-group perusahaan atau travel agent.
j. Mampu membuat BEO dan mengkomunikasikan kepada setiap departemen.
k. Membuat laporan harian yang terdiri dari: *guest comment recapitulasi* harian, *business lead* dan *sales activities*.
l. Membuat laporan penjualan bulanan.

6. Training Manager

Bertanggungjawab untuk melatih karyawan baru agar mereka menguasai operasional restoran.

7. General Affair

Bertanggungjawab terhadap segala urusan internal dan external perusahaan sehingga diharapkan operasional perusahaan sehari-hari dapat berjalan dengan baik.

Tugasnya antara lain:

a. melakukan purchasing asset perusahaan (misalnya pembelian alat-alat dapur, dan sebagainya).
b. Mengurus atau pemeliharaan aset perusahaan (misalnya jadwal perbaikan atau service mobil operasional perusahaan, gedung, dan sebagainya).
c. Berhubungan dengan pihak ketiga dalam perjanjian sewa menyewa (misalnya mengurus perjanjian sewa ruangan).
d. Mengatur jadwal atau agenda kedatangan tamu perusahaan.

e. Mengatur akomodasi untuk perjalanan dinas

8. Restaurant Manager

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Memahami semua aturan bekerja, prosedur, standar, spesifikasi, acuan dan program pelatihan.
b. Memastikan bahwa semua pelanggan merasa disambut dan dilayani dengan responsive, ramah dan sopan santun.
c. Pastikan semua product makanan secara berkesinambungan disiapkan dan disajikan sesuai resep standar restaurant, porsi dan ukuran sajiannya.
d. Mencapai tujuan perusahaan dalam pendapatan laba, pelayanan, qualitas, penampilan fasilitas dan sanitasi kebersihan hingga pelatihan karyawan dan menciptakan positive image dan menciptakan lingkungan kerja yang productive.
e. Control uang tunai dan penerimaan lain dan *reconciliation procedures* dalam keselarasan aturan tata tertib perusahaan.
f. Menerima karyawan dan keputusan pemutusan kerja.
g. Siap bersedia dimana diperlukan untuk memastikan pelayanan yang efisien dan standard yang tinggi.
h. Berkesinambungan mengembangkan sumber daya manusia disemua section secara professional.
i. Menyiapkan semua jenis pekerjaan kantor, berikut bentuk laporan dan penempatan tenaga kerja dengan tertib dan tepat waktu.

j. Pastikan semua perabotan kerja terjaga bersih dan dalam kondisi siap pakai berikut melakukan inspeksi secara pribadi dan melaksanankan program perawatan restaurant.
k. Pastikan semua product diterima dalam jumlah unit yang benar.
l. Bertanggung jawab dan memastikan tata tertib perusahaan dalam hal penilaian kinerja karyawan ditindak lanjuti dan terselesaikan tepat waktu.
m. Jadwal kerja karyawan sesuai dengan pengantisipasian aktifitas bisnis sambil meyakinkan setiap section terpenuhi ketika dibutuhkan dan bertanggung jawab dengan biaya upah tenaga kerja objektif dengan kebutuhan.
n. Berpengetahuan tata tertib restaurant berkenaan dengan kepersonaliaan dan administrasi selaras dengan tindakan lanjut untuk setiap pelaksanaan aturan.
o. Memahami semua aturan pemerintah berkenaan dengan kesehatan, keselamatan dan ketenaga kerjaan rumah makan.
p. Pengembangan, perencanaan dan melakukan pemasaran, iklan dan aktifitas promosi.

9. Acc. Manager Outlet

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Mengumpulkan laporan harian, mingguan dan bulanan yang rutin dari masing-masing outlet.
b. Memerikasa seluruh laporan dari masing-masing outlet.
c. Membuat laporan recap atas laporan dari masing-masing outlet.

d. Melakukan analisa atas laporan tersebut dengan berkoordinasi dengan atasan.
e. Melaporkan atas temuan dan hal-hal yang menyimpang atas laporan tersebut ke atasan.
f. Melakukan koordinasi dengan seluruh outlet dalam hal pelaporan.
g. Melakukan filling atas semua laporan dan data-data dengan baik dan benar.
h. Membuat laporan bulanan atas seluruh kegiatan outlet.
i. Membantu mengingatkan kembali seluruh jadwal pelaporan kepada seluruh outlet.
j. Melaksanakan segala perintah atasan.

10. General Cash

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Memberikan kontribusi moral yang positif dan menjaga spirit atau semangat dengan cara menjaga efektifitas kerja.
b. Melaksanakan kerja tambahan yang diberikan oleh atasan.
c. Memberikan saran atau masukan yang berguna kepada atasan untuk perbaikan perusahaan secara menyeluruh
d. Memahami dan menjalankan prosedur kerja yang benar.
e. Menjalankan standar mutu yang tinggi di bidang kebersihan, berpakaian, berseragam dan bahasa isyarat.
f. Sopan dan profesional dalam situasi apapun, di mana imej perusahaan akan di bawa.
g. Menghadiri meeting dan training yang di minta oleh atasan.

h. Dalam pelaksanaan tugas harus jujur,beretika dan dalam koridor hukum yang berlaku.

11. Cost Control

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Menyusun jenis-jenis dan harga bahan baku makanan, minuman dan material.
b. Menyusun jenis-jenis dan biaya menu makanan dan minuman.
c. Menghitung dan memperbaharui standar resep dari setiap menu makanan dan minuman secara berkala.
d. Mencatat dan melakukan pemeriksaan *spoiled, lost & breakage report*.
e. Memeriksa kembali kebenaran mutu dan jumlah penerimaan pemesanan barang berdasarkan *Purchases Order*.
f. Memeriksa setiap *Receiving Record* setelah dilakukannya proses pembelian dan penerimaan barang berdasarkan pada PR.
g. Mempersiapkan perhitungan Par Stock untuk setiap jenis barang di store.
h. Menerima dan memeriksa *Purchases Order* (PO) dari bagia purchasing.
i. Melakukan perhitungan inventarisasi barang-barang *food & beverage*, *material supplies*.
j. Melakukan perhitungan dan menganalisa biaya pengeluaran makanan, minuman, dan *material supplies*.
k. Melakukan perhitungan penjualan makanan dan minuman berdasarkan pada potensial dan actual sales secara periodik.

l. Melakukan evaluasi terhadap penghitungan pengeluaran biaya *food & beverage, material*.

m. Menyusun laporan *cost controller* secara periodik dan dilaporkan kepada bagian *accounting*.

12. Purchasing

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Mencari vendor atau supplier untuk memasok seluruh bahan baku keperluan restoran.

b. Melakukan negosiasi harga dengan vendor atau supplier untuk mencari harga dan bahan baku yang terbaik.

c. Memastikan ketersediaan sekuruh bahan baku atau material yang dibutuhkan akan selalu ada dan dapat dikirimkan oleh suoolier atau vendor.

d. Mengetahui dan memahami kondisi harga dipasaran secara periodik.

e. Membuat Purchasing Order (PO) kepada supplier atau vendor berdasarkan harga yang telah disepakati dan disetujui atasan.

f. Memesan material atau bahan baku keperluan restoran kepada supplier atau vendor.

g. Mengecek dan memastikan bahan baku atau material yang dipasang dari supplier atau vendor telah sesuai dengan spesifikasi.

h. Melakukan serah terima barang yang telah sesuai dengan spesifikisi tersebut kepada store keeper untuk disimpan.

i. Melakukan penyimpanan seluruh dokumen dengan baik.

j. Melakukan input data untuk bahan laporan dan sebagai dasar bagian akunting untuk melakukan pembayaran.

13. Store keeper

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Mengatur penyimpanan semua barang-barang gudang.
b. Menerima dan mengeluarkan barang-barang gudang.
c. Memeriksa dan mencatat persediaan (inventor) barang digudang melalui bincard.
d. Mencatat semua penerimaan dan pengeluaran barang.
e. Mencatat semua bukti invoice pembelian barang.
f. Melaporkan dan membuat spoiled dan loss breakage report untuk barang-barang gudang.
g. Membuat laporan hasil inventarisasi barang-barang gudang secara berkala kepada cost controller.
h. Mengenal jenis bahan baku keperluan restoran sesuai dengan masing-masing katergori
i. Menyimpan dan mengeluarkan stok bahan makanan dan minuman maupun material lain sesuai dengan system FIFO.
j. Memeriksa dan mencatat persediaan barang yang ada di gudanga.
k. Mengeluarkan dan mencatat semua permintaan barang sesuai dengan yang telah disetujui oleh atasan yang bersangkutan.
l. Mengatur dan mengkoordinasi teknis pembelian atau pemesanan kepada bagian purchasing.

m. Mengatur dan membuat schedule permintaan barang ke gudang.

n. Melaksanakan penyimpanan arsip yang benar dan baik untuk bagian store keeper.

14. Cashier

Bertanggungajawab dalam hal penjualan produk dan proses transaksi dengan pelanggan, mengatur penerimaan uang outlet, menyetorkan/melaporkan penghasilan harian maupun bulanan kepada financial staff.

15. Outlet Marketing Manager

Bertanggungjawab dalam Memahami produk Sambara secara keseluruhan, melakukan tele marketing kepada customer-customer yang belum produktif dan yang sudah produktif, Merealisasikan target penjualan yang diberikan setiap bulannya

16. Pantry

Tugas dan tanggungjawabnya adalah dalam hal segala urusan yang berkaitan dengan minuman.

17. Greeter

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Sambut dengan hangat dan sapaan ramah setiap tamu saat datang.

b. Bukakan pintu depan buat tamu saat masuk atau meninggalkan restaurant.

c. Ketika tempat duduk terbatas, catat nama tamu dan jumlahnya.

d. Panggil namanya dan jumlah tamunya ketika meja sudah ada.

e. Beritahukan tamu untuk berapa lama menunggu hingga mekanya siap.

f. Berikan pelayanan permohonan khusus tempat duduk untuk tamu jika memungkinkan.
g. Dudukan tamu berdasarkan keinginan dan seimbangkan perputaran tamu di section pelayanan.
h. Saat duduk, berikan tamu menu dan kenalkan nama pelayan, periksa meja kelengkapannya dan kesiapannya.
i. Sampaikan pesan pada pelayan atau causal seperti yang diperlukan.
j. Ucapkan terimakasih pada pelanggan pada saat meninggalkan restaurant dan undang lagi untuk datang kembali.

18. Pramusaji

Bertanggungjawab terhadap segala urusan yang berkaitan dengan penyajian makanan dan minuman, melayani dan memberikan perhatian kepada tamu restoran.

19. Supervisor

Bertanggungjawab atas seluruh operasional, manajemen dan prestasi kerja secara menyeluruh dari restoran secara langsung, pengaturan staff, pelayanan dan pengontrolan biaya untuk mencapai keuntungan yang maksimal dan kepuasan tamu yang optimal.

20. Captain

Bertanggungjawab dalam hal pengawasan operasional yang berhubungan dengan service (menyambut dan mengantar tamu, menjaga kelancaran dalam hal penyajian hidangan/menu,dsb), dan menjaga keutuhan fisik dari semua fasilitas.

21. Head Waiter

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain memimpin dan mengawasi para waiter/waitress untuk memastikan mereka bekerja dengan baik

22. Waiter

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Sambut tamu dengan sapaan hangat.
b. Beritahukan pelanggan special dan perubahan menu.
c. Berikan rekomendasi yang sungguh sehingga tamu akan merasa senang.
d. Jawab setiap pertanyaan tentang makanan, minuman dan lainnya tentang restaurant juga pelayanannya.
e. Ambil orderan minuman tamu, serahkan copian captain order ke pramusaji (kalau tambahan makanan) pantry dan juga cashier untuk di posting di POS.
f. Antar makanan dan minuman dari checker dan pantry kepada pelanggan dengan waktu yang tepat.
g. Lakukan tugas sampingan pada awal shift dan akhir shift seperti yang diperlukan oleh tugas service station.
h. Jaga kebersihan area pelayanan.
i. Perhatikan dan amati pengalaman tamu makan, pastikan tamu merasa puas dengan makanan dan pelayanan. Respon dengan sigap dan santun setiap permintaan tamu.
j. Siapkan bon, berikan bon pada tamu, terima pembayarannya, proses transaksi credit card atau uang kembaliannya (jika ada).

k. Bersiap dan mau membantu rekan kerja jika situasi dibutuhkan.

l. Bersiap dan bersedia membantu busperson dengan merapihkan meja dan mengeset ulang meja.

m. Ucapkan terimakasih pada tamu atas kunjungan dan undang lagi mereka untuk datang kembali.

23. House Man

Menjaga kebersihan seluruh area restoran, dan juga memelihara dan menjaga seluruh perlengkapan kebersihan.

24. Chief Security

Tanggungjawabnya adalah menjaga keamanan di seluruh area restoran, mengatur jadwal untuk staff dari security ataupun driver, menyiapkan absensi karyawan.

25. Security Guard

Tanggungjawabnya adalah mengawal tamu restoran ataupun staff untuk keperluan biasa ataupun *urgent*, mencatat identitas tamu-tamu yang datang ataupun yang ingin bertemu dengan tamu yang ada di restoran.

26. Head Cook

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Pastikan semua produk makanan konsisten dipersiapkan dan disajikan sesuai standar resep restaurant, porsinya, cara memasaknya dan penyajian standarnya.

b. Melakukan penyaringan karyawan, penghentian berikut wawancara, penerimaan, evaluasi dan penerapan disiplin crew dapur sesuai yang diharapkan.
c. Memberikan orientasi perusahaan dan aturan kerja departemen, aturan perusahaan dan menangani pelatihan karyawan dapur yang baru.
d. Siap bersedia saat diperlukan untuk memastikan standar pelayanan pelanggan dengan efisiensi operational.
e. Menyiapkan segala bentuk kerja keras, berikut format laporan dan penjadwalan kerja dengan tertib dan tepat waktu.
f. Pastikan semua perabotan kerja kerja terjaga bersih dan siap pakai berikut melakukan inspeksi dan melaksanakan program perawatan.
g. Bekerja sama dengan restaurant manager untuk merencanakan harga jual menu, bakukan ukuran porsi dan standar persiapan buku resep untuk semua jenis menu baru.
h. Pastikan semua produk dipesan sesuai spesifikasi yang diperlukan dan sesuai ukuran dan kondisi baik saat pengiriman sesuai dengan standar prosedur penerimaan barang.
i. Control biaya makanan dan penggunaannya dengan menindak lanjuti permohonan pengadaan barang dari bagian gudang, aturan penyimpanan barang, standar penerimaan barang, standar resep dan control pemborosan.
j. Bertanggung jawab dan pastikan aturan perusahaan untuk kinerja karyawan dilakukan dan ditindak lanjuti tepat waktu.

k. Penempatan jadwal kerja dengan mengantisipasi aktifitas bisnis sambil memastikan semua section ada yang bertugas ketika diperlukan dan jumlah tenaga kerja sesuai yang dianggarkan.
l. Mengetahui aturan ketenaga kerjaan dan administrasinya, adil dan tindak lanjut berkesinambungan untuk setiap tindakan yang melanggar aturan dan prosedur perusahaan.
m. Bertanggung jawab untuk pelatihan karyawan dapur untuk keselamatan kerja dalam penggunaan peralatan dapur.
n. Bertanggung jawab memberikan pelatihan karyawan dalam kebersihan dan melakukan sanitasi.
o. Bertanggung jawab untuk menjaga jadwal kebersihan lantai dapur, keset, dinding, kayu dan perabotan lain juga areal gudang.
p. Periksa dan rawat tempat menaruh makanan dan lemari pendingin dalam hal suhunya.
q. Menyiapkan keselamatan kerja dalam tindakan pertolongan pertama, napas buatan, mengangkat beban, membawa dan menangani keracunan.

27. Cook

Bertugas menyiapkan bahan-bahan mentah dan bumbu-bumbu yang diperlukan untuk operasional hari itu berdasarkan resep standar restoran, memastikan semua produk siap.

28. Cook Helper

Membantu Cooker dalam menjalankan tugas sehari-hari.

29. Steward

Merupakan bagian dari Cook Helper untuk urusan mencuci/kebersihan alat-alat dapur.

30. Driver

Bertugas menjemput atau mengantar pegawai restoran, tamu, ataupun orang penting lainya, menjemput atau mengantarkan pesanan restoran atau konsumen atau yang berkepentingan lainnya, membantu parkir pegawai ataupun tamu restoran dan memeriksa keadaan kendaraan dan bahan bakarnya

4.1.4 Aspek Perusahaan

Restoran adalah usaha komersial yang menyediakan pelayanan makan dan minuman bagi umum dan dikelola secara professional. Restoran Sambara merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa yang menawarkan berbagai macam menu, kreatifitas dituntut untuk dapat menyajikan menu yang berbeda dari yang sudah ada.

Restoran Sambara merupakan salah satu jenis restoran Sunda yang menampilkan suasana yang berbeda dengan kuliner Sunda di tempat lain. Hal ini karena Restoran Sambara tidak hanya menampilkan cita rasa kulinernya saja tetapi juga identitas *'Urang Sunda'* dalam kesehariannya sebagai wujud pelayanan dan penampilan Sambara.

Dikenal dengan keramah tamahan budi pekerti, bersahabat serta halusnya tutur bahasa masyarakat Sunda, menginspirasikan Restoran Sambara untuk menonjolkan keseharian mereka dalam konsep pelayanan Restoran Sambara.

Restoran Sambara yang berlokasi di Jalan Trunojoyo No. 64 Bandung, merupakan restoran Sunda yang pertama berdiri dengan memiliki konsep desain modern dengan sentuhan etnis Sunda yang kental. Restoran Sambara menyajikan masakan khas Sunda, baik yang secara umum dapat ditemui di tempat lain maupun masakan Sunda yang telah langka sebagai hasil penggalian menu-menu tradisional tempo dulu.

Sejalan dengan visi Restoran Sambara yaitu untuk memperkaya khasanah masakan tradisional khususnya masakan Sunda yang telah dikenal secara luas dengan menggali kembali masakan-masakan yang pernah hidup dalam keseharian masyarakat tradisional Sunda, mempertahankan dan memperkenalkan khasanah kekayaan masakan dan budaya sunda warisan nenek moyang, mengangkat masakan tradisional Sunda agar dapat lebih dikenal dan disejajarkan dengan masakan lainnya dengan menyelaraskan tradisi, seni dan budaya dalam mengiringi penyajian masakan. Maka berbagai upaya yang telah dilakukan Restoran Sambara untuk tetap unggul pada seluruh produk dan pelayanannya.

4.2 Pembahasan Penelitian

Bagian ini merupakan hasil pengolahan data yang diperoleh dari perusahaan langsung ataupun melalui hasil pengolahan kuesioner yang disebar kepada 100 responden sebagai sampel adapun hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden yang diteliti adalah Konsumen Restoran Sambara sebanyak 100 orang. Sedangkan untuk profil responden itu sendiri terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan responden, pendidikan responden dan pengeluaran perbulan responden. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang penulis sebarkan tersebut dapat diperoleh hasil yang disajikan dalam tabel-tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Frekuensi	%
Pria	51	51%
Wanita	35	35%
Total	100	100%

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi jenis kelamin responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebanyak 35 responden (35%) berjenis kelamin wanita, sedangkan 51 responden (51%) berjenis kelamin pria.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Wiraswasta	39	39
2	PNS	30	30
3	Pelajar/Mahasiswa	19	19
4	Lainnya	12	12
Jumlah		**1**	**100**

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi pekerjaan responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebanyak 30 responden (30%) PNS, 39 responden (39%) wiraswasta, 19responden (19%) pelajar/mahasiswa, sedangkan 12 responden (12%) lainnya.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Responden

Pendidikan Responden	Frekuensi	Persentase
SMP	3	3 %
SMU	5	5 %
Diploma III	10	10 %
Sarjana	81	81 %
Lain-lain	1	1 %
Jumlah	**100**	**100 %**

Dari tabel 4.8 diatas, dapat diketahui mengenai pendidikan terakhir responden, menunjukkan bahwa sebesar 3 % pendidikan terakhirnya SMP, 5 % pendidikan terakhirnya SMU, 10 % pendidikan terakhirnya Diploma III, 81 % pendidikan terakhir Sarjana, dan sebesar 1 % adalah lain-lain. Dengan demikian mayoritas yang menjadi responden dalam penelitian ini, pendidikan terakhirnya adalah Sarjana.

4.2.2 Hasil Pembahasan Kualitatif

4.2.2.1 Dampak Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Sambara Bandung

Tanggapan responden terhadap instrumen Store Atmosphere Restoran SambaraBandung Jawa Barat, maka dapat dilihat melalui jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner.

Dalam penelitian ini variabel Store Atmosphere digali melalui 3 indikator, yaitu *Eksterior*, *General Interior* dan *Store layout* Oleh karena itu pembobotan atau pemberian skor untuk jawaban sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor tersebut menunjukkan tingkat Store Atmosphere Restoran Sambara Bandung di mata konsumennya.

Hasil pengolahan data untuk variabel Store Atmosphere Bandung ditunjukkan pada tabel 4.5 dibawah ini :

Tabel 4.4
Deskripsi Hasil Pengolahan Data Untuk Store Atmosphere
Variabel X

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase	Kriteria
Ekterior	1152	1500	76.80	Baik
General Interior	1904	2500	76.16%	Baik
Store layout	734	1000	73.40%	Baik
Jumlah	3790	5000	75.80%	Baik

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Berdasarkan hasil *scoring* pada tabel diatas menunjukkan bahwa persentase Store Atmosphere Restoran Sambara Bandung adalah sebesar 75.80%, dimana angka tersebut berada pada rentang kriteria Baik. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi mengenai tanggapan responden yang berhubungan dengan variabel Store Atmosphere Bandung, yang terdiri dari indikator *eksterior,general interior,store layout*.

1. *Eksterior*

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat menarik	17	17.0
2	Menarik	57	57.0
3	Kurang menarik	23	23
4	Tidak menarik	3	3.0
5	Sangat Tidak menarik	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat menarik 17%, menarik sebesar 57%, kurang menarik sebesar 23%, tidak menarik 3% dan sangat tidak menarik tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan menarik mengenai Eksterior Restoran Sambara terlihat menarik dipandang mata. Hal ini dikarenakan Eksterior Restoran Sambara membuat senang pengunjung dalam menyantap hidangan.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat jelas	31	31
2	Jelas	54	54
3	Kurang jelas	15	15
4	Tidak jelas	-	-
5	Sangat Tidak jelas	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat jelas sebesar 31%, jelas sebesar 54 %, kurang jelas sebesar 15%, tidak jelas dan sangat tidak jelas tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan kejelasan mengenai eksterior Restoran Sambara terlihat jelas dipandang mata. Hal ini dikarenakan eksteriornya masih mempertahankan ciri khas tradisional atau ciri khas Sunda dan tulisan Sambara yang berwarna hijau terang membuat eksterior nya semakin jelas.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat luas	13	13
2	Luas	26	26
3	Kurang luas	57	57
4	Tidak luas	4	4
5	Sangat Tidak luas	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat luas sebesar 13%,luas sebesar 26 %, kurang luas sebesar

57%, tidak luas 4%. sangat tidak luas tidak ada. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat kurang luasnya fasilitas parkir di Restoran Sambara.

2. *General Interior*

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat sesuai	12	12
2	Sesuai	35	35
3	Kurang sesuai	46	46
4	Tidak sesuai	7	7
5	Sangat Tidak sesuai	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai *general interior* yang merupakan salah satu komponen penilaian Store Atmosphere Restoran Sambara Bandung. Berdasarkan tabel di atas, dari 100 responden yang diteliti sebanyak 12 responden (12%) menyatakan sangat sesuai, 35 responden (35%) menyatakan sesuai, 46 responden (46%) kurang sesuai, 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak sesuai,Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat kurang sesuai dengan general interiornya.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Sesuai	8	8.0
2	Sesuai	70	70
3	Kurang sesuai	21	21
4	Tidak Sesuai	1	1
5	Sangat Tidak Sesuai	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat sesuai sebesar 8 % sesuai sebesar 70 %, kurang sesuai sebesar 21%, tidak sesuai sebesar 1% dan sangat tidak sesuai tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan sesuai mengenai penataan cahaya Restoran Samabara.Hal ini dikarenakan Restoran Sambara benar-benar memperhatikan penataan cahaya didalam ruangannya.

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat bersih	12	12
2	Bersih	49	49
3	Kurang bersih	35	35
4	Tidak bersih	4	4
5	Sangat Tidak bersih	-	-
Jumlah		**86**	**100**

Sumber: Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat bersih 12 % setuju sebesar 12 %, kurang bersih 35 %, tidak bersih 4 % dan sangat tidak bersih tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa

mayoritas tanggapan responden menyatakan bersih mengenai Restoran Sambara Hal ini dikarenakan Restoran Sambara sangat menjaga kebersihannya.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Sesuai	18	18
2	Sesuai	56	56
3	Kurang sesuai	23	23
4	Tidak Sesuai	3	3
5	Sangat Tidak Sesuai	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber: Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat sesuai sebesar 18% sesuai sebesar 56%, kurang sesuai sebesar 23%, tidak ssuai 3% dan sangat tidak sesuai tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan sesuai mengenai musik di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan musik yang diperdengarkan sesuai dengan suasana di Restoran Sanbara dengan khas masakan sunda.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat ramah	17	17
2	Ramah	75	75
3	Kurang ramah	8	8
4	Tidak ramah	-	-
5	Sangat Tidak ramah	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber: Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat ramah sebesar 17 % ramah sebesar 75 %, kurang ramah sebesar 8 %, tidak ramah dan sangat tidak setuju tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan ramah mengenai pegawai Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan Restoran Sambara menampilkan identitas *'urang Sunda'* dalam kesehariannya sebagai wujud pelayanan dan penampilan Sambara, yang dikenal dengan keramah tamahan budi pekerti, bersahabat serta halusnya tutur bahasa masyarakat Sunda.

3. *Store Layout*

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat rapih	6	6.0
2	Rapih	68	68
3	Kurang rapih	23	23
4	Tidak rapih	3	3
5	Sangat Tidak rapih	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat rapih sebesar 6%, rapih sebesar 68%, kurang rapih sebesar 23%, tidak rapih sebesar 3% dan sangat tidak rapih tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan rapih mengenai pengelompokan barang di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan tata letak kursi, meja yang dikelompokan oleh Restoran Sambara.

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap
Restoran Sambara

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat tepat	8	8
2	Tepat	41	41
3	Kurang tepat	51	51
4	Tidak tepat	-	-
5	Sangat Tidak tepat	-	-
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Dilihat dari tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tepat sebesar 8%, tepat sebesar 41%%, kurang tepat sebesar 51%, tidak tepat dan sangat tidak tepat tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan kurang tepat mengenai tata letak kasir di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan menu-menu yang disajikan oleh Restoran Sambara sesuai dengan keinginan konsumen.

4.2.2.2Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Sambara Bandung

Dibawah ini adalah tanggapan mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung,yang terdiri dari: Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan.

Tabel 4.16
Deskripsi Hasil Pengolahan Data Untuk Variabel Y

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase	Kriteria
Pengenalan Masalah	760	1000	76.00%	Baik
Pencarian Informasi	751	1000	75.10%	Baik
Evaluasi Alternatif	733	1000	73.30%	Baik
Keputusan Pembelian	757	1000	75.70%	Baik
Perilaku Pasca Pembelian	779	1000	77.90%	Baik
Jumlah	3780	5000	75.60%	Baik

1. Pengenalan Masalah

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Anda Terdorong Ingin Memenuhi Kebutuhan Makan Di Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	7%
Setuju	69	69%
Kurang Setuju	22	22%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.17 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 7%, setuju sebesar 69 %, kurang setuju sebesar 22%, tidak setuju sebesar 2% dan sangat tidak setuju tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan setuju mengenai Anda terdorong ingin memenuhi kebutuhan makan di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan menu yang disediakan belum terdapat di restoran lain sehingga membuat rasa penasaran konsumen untuk mencobanya.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Anda Membutuhkan Produk Restoran Sambara Yang Sesuai Dengan Harapan Responden

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	4%
Setuju	72	72%
Kurang Setuju	23	23%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.18 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 4%, setuju sebesar 72 %, kurang setuju sebesar 23%, tidak setuju sebesar 1% dan sangat tidak setuju tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan setuju mengenai Anda membutuhkan produk Restoran Sambara yang sesuai dengan harapan Anda. Hal ini dikarenakan menu-menu yang disediakan oleh Restoran Sambara.

2.Pencarian Informasi

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Mengenai Responden Terdorong Untuk Mencari Informasi Lebih Lanjut Tentang Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	6	6%
Setuju	63	63%
Kurang Setuju	28	28%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 6%, setuju sebesar 63%, kurang setuju sebesar 24%, tidak setuju sebesar 3% dan sangat tidak setuju tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan setuju mengenai

Anda terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut tentang Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan Restoran Sambara memiliki keunikan tersendiri sehingga konsumen tertarik untuk mencari informasi mengenai Restoran Sambara.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Dalam Mencari Informasi Tambahan Mengenai Produk Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Mudah	6	6%
Mudah	71	71%
Kurang Mudah	19	19%
Tidak Mudah	4	4%
Sangat Tidak Mudah	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.20 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 6%, mudah sebesar 71%, kurang mudah sebesar 19%, tidak mudah sebesar 4% dan sangat tidak mudah tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan mudah mengenai kemudahan dalam mencari informasi tambahan mengenai produk Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi melalui website Restoran Sambara.

3. Evaluasi Alternatif

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Mengenai Restoran Sambara Merupakan Alternatif Utama Dalam Memenuhi Kebutuhan Makan Responden

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	9%
Setuju	65	64%
Kurang Setuju	22	22%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.21 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 8%, setuju sebesar 65%, kurang setuju sebesar 22%, tidak setuju sebesar 5% dan sangat tidak setuju tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan setuju mengenai Restoran Sambara merupakan alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan makan Anda. Hal ini dikarenakan Restoran Sambara selalu memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen sehingga konsumen merasa diperhatikan.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Mengenai Restoran Sambara Merupakan Tempat Alternatif Dalam Memenuhi Kebutuhan Responden

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	4%
Setuju	56	56%
Kurang Setuju	33	33%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.22 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 4%, setuju sebesar 56%, kurang setuju sebesar 33%, tidak setuju sebesar 7% dan sangat tidak setuju tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan setuju mengenai Restoran Sambara merupakan tempat alternatif dalam memenuhi kebutuhan Anda. Hal ini dikarenakan menu yang disediakan sangat bervariatif sehingga banyak pilihannya.

4. Keputusan Pembelian

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Mengenai Responden Yakin Dengan Keputusan Makan Di Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Yakin	13	16%
Yakin	77	74%
Kurang Yakin	8	8%
Tidak Yakin	2	2%
Sangat Tidak Yakin	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.23 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat yakin sebesar 13%, yakin sebesar 77%, kurang yakin sebesar 8%, tidak yakin sebesar 2% dan sangat tidak yakin tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan yakin mengenai Anda yakin dengan keputusan makan di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan menu yang disajikan sesuai dengan selera konsumen.

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Responden Berkunjung Ke Restoran Sambara Dalam Satu Bulan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	3	3%
Sering	55	55%
Kurang Sering	37	37%
Tidak Sering	5	5%
Sangat Tidak Sering	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.24 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat sering sebesar 3%, sering sebesar 55%, kurang sering sebesar 37%, tidak sering sebesar 5% dan sangat tidak sering tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan sering mengenai

frekuensi Anda berkunjung ke Restoran Sambara dalam satu bulan. Hal ini dikarenakan letak Restoran Sambara yang strategis sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk datang ke restoran tersebut.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian selanjutnya, juka konsumen puas maka kemungkinan besar akan melakukan pembelian ulang dan begitu juga sebaliknya. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang perilaku pasca pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Mengenai Perasaan Responden Setelah Makan Di Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	11	10%
Puas	76	78%
Kurang Puas	10	9%
Tidak Puas	3	3%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.25 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas sebesar 10%, puas sebesar 76%, kurang puas sebesar 11%, tidak puas sebesar 3% dan sangat tidak puas tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan puas mengenai perasaan Anda setelah makan di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan menu-menu yang disajikan oleh Restoran Sambara sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Mengenai Responden Berencana Akan Datang Kembali Ke Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	16%
Setuju	60	60%
Kurang Setuju	18	18%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.26 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 16%, setuju sebesar 60%, kurang setuju sebesar 18%, tidak setuju sebesar 6% dan sangat tidak setuju tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas tanggapan responden menyatakan setuju mengenai Anda berencana akan datang kembali ke Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan menu yang disajikan oleh Restoran Sambara terbukti berkualitas.

4.2.2.3Dampak Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Sambara Bandung

Dalam menganalisa sejauh mana dampak Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Sambara Bandung, maka penulis melakukan pengujian kualitas data (validitas dan reliabilitas) yang dilanjutkan dengan mentransformasi data ordinal menjadi interval melalui MSI *(Method of Succesive Intervals),* regresi linier sederhana, korelasi Pearson *Product Moment*, koefisien determinasi (Kd) dan uji signifikan *t*.

Adapun cara dalam memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang diambil dari populasi yang ada pada Restoran Sambara Bandung. Setelah itu data yang diperoleh

dikumpulkan, dicatat, dan dioleh untuk proses yang lebih lanjut. Proses analisis data untuk uji validitas, reliabilitas, korelasi menggunakan program *SPSS 13.0 for windows.*

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas data maka selanjutnya akan mengukur seberapa besar dampak Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Sambara Bandung, dengan menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment dengan cara mengkorelasi skor total dari variabel X (dampak Store Atmosphere) dengan skor total dari variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen) dari 100 responden.

Dari kuesioner yang disebarkan oleh penulis, maka diperoleh nilai ordinasi dari tanggapan responden tersebut. Sistem penilaian terhadap jawaban responden tersebut menggunakan *skala likert*. Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner, maka dilakukan perhitungan variabel X (dampak Store Atmosphere) dan variabel Y (keputusan pembelian konsumen) dengan perhitungan analisis korelasi Pearson Product Moment yang merupakan metode statistik non parametrik dengan menggunakan *SPSS 13.0 for windows*.

a. Method of Succesive Intervals

Berikut ini adalah data dari variabel *dampak Store Atmosphere* (X) dan variabel *Keputusan Pembelian Konsumen* (Y) yang telah memiliki skala interval melalui methode succesive interval dan diolah dengan menggunakan *SPSS 13.0 for windows*.

Tabel 4.27
Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

Responden	X	Y	X2	Y2	XY
1	23.26	26.602	541.028	707.666	618.763
2	35.691	36.494	1273.847	1331.812	1302.507
3	36.625	35.2	1341.391	1239.040	1289.200
4	36.437	32.396	1327.655	1049.501	1180.413
5	20.397	15.223	416.038	231.740	310.504
6	40.647	33.568	1652.179	1126.811	1364.438
7	32.49	33.568	1055.600	1126.811	1090.624
8	36.354	29.589	1321.613	875.509	1075.679
9	27.596	29.647	761.539	878.945	818.139
10	36.583	30.641	1338.316	938.871	1120.940
...	...	...	...	...	...
100	28.913	33.656	835.962	1132.726	973.096

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui **"**Dampak Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**"**, maka kita menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

dan

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh:

n = 100

Σ X = 2989.093

Σ Y = 3222,634

Σ XY = 97866,388

ΣX^2 = 91838,682

ΣY^2 = 106512,947

Dengan:

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

dan

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

Sehingga didapatkan nilai a dan b sebagai berikut :

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

$$a = \frac{(3222.634)(91838,682) - (2989.093)(97866,388)}{(100)(91838,682) - 2989.093)^2}$$

$$a = 13.767$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{(100)(97866,388) - (2989.093)(3222.634)}{(100)(91838.682) - 2989.093^2}$$

$$b = 0,618$$

Diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 13.767 + 0,618 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel *Store Atmosphere* (X) bernilai nol atau *Keputusan Pembelian Konsumen* (Y) tidak berdampak pada *Store Atmosphere Perusahaan* maka rata-rata *Keputusan Pembelian Konsumen* bernilai 13.767. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel *Store Atmosphere* (X) meningkat sebesar satu satuan, maka *Keputusan Pembelian Konsumen* (Y) akan meningkat sebesar 0,618.

c. Analisis Korelasi Pearson Product Moment

Untuk mengetahui Dampak Store Atmosphere (variabel X) dengan *Keputusan Pembelian Konsumen* (variabel Y), digunakan analisis korelasi Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i{}^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i{}^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

maka

$$r = \frac{(100)(97866.388) - (2989.093)(3222.634)}{\sqrt{\{(100 \times 91838.682) - 2989.093^2\}\{(100 \times 106512.947 - 3222{,}634^2\}}}$$

= 0,598

Angka output pada korelasi *Pearson product Moment* antara dampak Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen menghasilkan angka 0,598. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.28
Interprestasi Tingkat Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2004:214)

Berdasarkan pada tabel di atas, maka angka tersebut menunjukkan hubungan kedua variabel tersebut cukup/ sedang, sedangkan tanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin besar perubahan yang terjadi pada dampak Store Atmosphere maka akan semakin besar keputusan pembelian konsumen atau sebaliknya, semakin kecil perubahan pada pelaksanaan dampak Store Atmosphere maka akan semakin rendah keputusan pembelian konsumen pada Restoran Sambara Bandung. Korelasi antara Store Atmosphere dan keputusan pembelian konsumen adalah signifikan untuk pengujian dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, atau derajat kepercayaan sebesar 90%.

d. Koefisien Determinasi

Besarnya dampak antara Store Atmosphere (variabel X) terhadap *keputusan pembelian konsumen* (variabel Y). ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

KD $= r^2 \times 100\%$

$= (0{,}598^2 \times 100\%$

$= 35{,}76\%$

Artinya, Store Atmosphere (variabel X) memberikan dampak sebesar 35,76% terhadap *keputusan pembelian konsumen* (variabel Y). Sedangkan sisanya

sebesar 64,24% dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis seperti pelayanan, kinerja, dan sebagainya.

e. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan akan menolak atau menerima hipotesis. Sedangkan hipotesis yang digunakan oleh penulis adalah hipotesis nol (Ho) dan hipotesis satu (H_1).

Pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ Artinya, Store Atmosphere tidak berdampak secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

$H_1 : \beta \neq 0$ Artinya, Store Atmosphere berdampak secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas yaitu menggunakan uji t student :

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

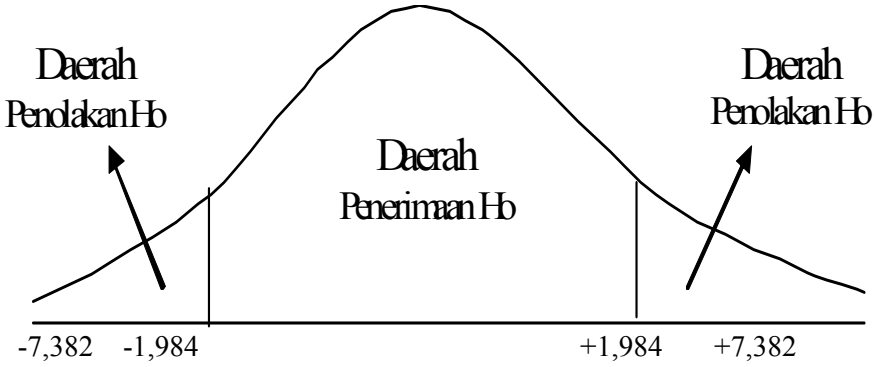
$$= \frac{0{,}598\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-(0{,}598)^2}}$$

$$= 7.382$$

Dengan $\alpha = 5\%$ dan dk = n-2 =98 diperoleh nilai t tabel sebesar 1.984

Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima Ho jika -t tabel < t hitung < t tabel
2. Tolak Ho jika t hitung > t tabel atau t hitung < -t tabel



Gambar 4.2
Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis Ho

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 7.382. Karena nilai t hitung (7.382) > t tabel (1,984), maka Ho ditolak. Artinya, Store Atmosphere berdampak secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.