

**“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN
B777 SKY KITCHEN DI KOTA PALEMBANG”**



Skripsi Oleh :

LELI APRIYANI

01011381419232

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

2018

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**JUDUL SKRIPSI****“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN *B777 SKY KITCHEN*****DI KOTA PALEMBANG”**

Disusun Oleh :

Nama : Leli Apriyani
NIM : 01011381419232
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan Dosen Pembimbing

Tanggal

Ketua

02 Februari 2018

Drs. H. Islahuddin Daud., M.M

NIP.195306241984031001

Tanggal Persetujuan

Anggota

26 Februari 2018

Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP. 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN *B777 SKY*
***KITCHEN* DI KOTA PALEMBANG”**

Disusun oleh :

Nama : Leli Apriyani
 NIM : 01011381419232
 Fakultas : Ekonomi
 Jurusan : Manajemen
 Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 16 Maret 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, Maret 2018

Ketua

Anggota

Penguji



Drs. H. Islahuddin Daud., M.M
 NIP.195306241984031001



Aslamia Rosa, S.E., M.Si
 NIP.197205292006042001



Welly Nailis, S.E., M.M
 NIP.197407102008011011

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTERGRASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Leli Apriyani
NIM : 01011381419232
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

Pengaruh *Store Atmosphere* dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan *B777 Sky Kitchen* di Kota Palembang

Pembimbing

Ketua : Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.

Anggota : Aslamia Rosa, S.E, M.Si.

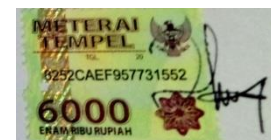
Tahun Ujian : 2018

Adalah benar hasil karya Saya sendiri, dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dengan seizin saya dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, Maret 2018

Pembuat Pernyataan,



Leli Apriyani

NIM. 01011381419232

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kau dustakan ?

(Q.S. Ar-Rahman)

Nothing impossible, but I'm possible !

(Metro tv)

Hiduplah seakan engkau mati besok. Belajarlah seakan engkau hidup selamanya.

(Mahatma Gandhi)

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Aba dan Mamak Tercinta
- Kakak, Ayuk-ayukku dan Adekku Tersayang
 - Sahabat-sahabat Terbaik
- Rekan-rekan Seperjuangan
 - Almamater

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur atas kehadiran Allah Swt atas segala limpahan karunia dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan B777 Sky Kitchen di Kota Palembang”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan kita sebagai generasi penerus hingga akhir zaman. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini sendiri penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat beberapa kekurangan dalam hal penyusunan. Selama melakukan penulisan skripsi ini penulis banyak diberi motivasi serta dorongan baik secara materi maupun moril. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Aba Samsul Gani dan Mamak Masnun. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tuaku tercinta yang selalu memberikan yang terbaik kepada penulis baik dalam pendidikan, materi dan lain-lain. Selalu sabar dan tabah dan menghadapi kekhilafan penulis, dan tak hentihentinya memberikan doa demi kelangsungan pembuatan skripsi ini.
2. Fajri Kurniawan, S.E., Iin Hartati, S.E., Ira Rusmini, Am. Keb., dan Yolandio Saputra. Terima kasih banyak kepada saudaraku tersayang untuk

selalu siap mendengarkan keluh kesahku selalu memberikan semangat dan motivasi ketika aku mulai lelah.

3. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Prof. Dr. H. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, dan Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M. selaku Pengelola Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
6. Bapak Drs. Islahuddin Daud, M.M, selaku dosen pembimbing I dan Ibu Aslamia Rosa., S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penulisan skripsi ini dan juga terima kasih banyak atas ketulusan dan kesabaran dalam membimbing penulis selama proses pembuatan skripsi berlangsung.
7. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M., selaku sekretaris jurusan dan sekaligus sebagai dosen penguji yang telah meluangkan waktunya dalam mengoreksi, memberi penjelasan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Prof. Dr. Mohamad Adam., S.E., M.E., selaku dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih telah meluangkan waktu dan tenaga serta saran selama proses perkuliahan.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan kepada penulis dengan penuh kesabaran dan ketulusan.

10. Seluruh staff administrasi dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah bersedia memberikan bantuan selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman seperjuangan khususnya Widia Fitriani, Rahmi, Laila Azizah, Endang Setiowati, Karima Dini, dan Destin Putri Kurniawan yang selalu membantu, memberikan saran dan semangat dalam melakukan penelitian ini.
12. Teman – teman yang selalu menghibur dan siap mendengarkan keluhan penulis khususnya Robin Apri Wijaya, Siti Nur Kholijah, dan Nikadek Siska Dwi Diantari.
13. Semua pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Palembang, Maret 2018

Penulis



Leli Apriyani

01011381419232

ABSTRAK**Pengaruh *Store Atmosphere* dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Pelanggan *B777 Sky Kitchen* di Kota Palembang**

Oleh :

Leli Apriyani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan produk terhadap keputusan pembelian pelanggan *B777 Sky Kitchen* di Kota Palembang. Pengambilan sampel digunakan dengan metode *nonprobability sampling*. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* (X_1) dan produk (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan *B777 Sky Kitchen* di Kota Palembang.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Produk dan Keputusan Pembelian

Telah kami setujui untuk di tempatkan pada lembar abstrak.

Ketua,

Palembang, Maret 2018
Anggota,Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIP. 195306241984031001Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001Mengetahui,
Pengelola Akademik Jurusan ManajemenDrs. Yuliansyah M. Diah, M.M.
NIP. 195607011985031003

ABSTRACT**THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND PRODUCT TO
PURCHASE DECISION OF CUSTOMERS B777 SKY KITCHEN
IN PALEMBANG****By :****Leli Apriyani**

This study aims to determine the influence of store atmosphere and product to customers B777 Sky Kitchen in Palembang City. Sampling method used is nonprobability sampling. Based on the result of multiple regression analysis indicate that variable store atmosphere (X_1) and product (X_2) significantly influence customers B777 Sky Kitchen in Palembang City.

Keywords : Store Atmosphere, Product and Purchase Decision

Had we approved to be placed on the abstract sheet.

Advisor I



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIP. 195306241984031001

Palembang, Maret 2018
Advisor II

Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

Chairman



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M
NIP. 195607011985031003

SURAT PERNYATAAN

Kami dewan pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama Mahasiswa : Leli Apriyani

NIM : 01011381419232

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : **Pengaruh *Store Atmosphere* dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan *B777 Sky Kitchen* di Kota Palembang**

Telah kami periksa penulisan, grammar, maupun susunan tenses nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak

Pembimbing Skripsi

Ketua

Anggota



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.

NIP. 195306241984031001



Aslamia Rosa, S.E, M.Si

NIP. 197205292006042001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Leli Apriyani
NIM : 01011381419232
Tempat Tanggal Lahir : Baturaja, 3 April 1997
Alamat : Jalan Komisariss Hasyim no. 8 RT 10 RW 03 Kelurahan
Kemalaraja Kecamatan Baturaja Timur
No Handphone : 082183628313
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Tinggi : 161
Berat Badan : 43
Kegemaran : Jalan-jalan
Email : leli_apriyani@yahoo.com

PENDIDIKAN

2002-2008 : SD N 10 Ogan Komering Ulu
2008-2011 : SMP N 2 Ogan Komering Ulu
2011-2014 : SMA N 3 Ogan Komering Ulu
2014-2018 : Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
SURAT PERNYATAAN.....	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6

1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Teoritis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Store Atmosphere	8
2.1.2. Produk	14
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	18
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian.....	22
2.3. Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	25
3.2. Rancangan Penelitian	25
3.3. Jenis Data	26
3.3.1. Data Primer	26
3.3.2. Data Sekunder	26

3.4. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5. Populasi dan Sampel.....	28
3.5.1. Populasi.....	28
3.5.2. Sampel.....	28
3.6. Identifikasi Variabel.....	30
3.7. Uji instrumen.....	31
3.7.1. Uji Reliabilitas.....	31
3.7.2. Uji Validitas.....	31
3.8. Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1. Analisis Regresi Berganda.....	32
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	33
4.1. Sejarah Perusahaan B777 Sky Kitchen.....	33
4.2. Visi dan Misi B777 Sky Kitchen.....	33
4.2.1. Visi Perusahaan.....	33
4.2.2. Misi Perusahaan.....	34
4.3. Produk B777 Sky Kitchen.....	34
4.4. Profil Responden.....	35

4.4.1. Jenis Kelamin	36
4.4.2. Usia Responden.....	37
4.4.3. Rata-rata Pengeluaran.....	38
4.4.4. Status Pernikahan	39
4.4.5. Tempat Tinggal	40
4.4.6. Pendidikan Terakhir	41
4.4.7. Pekerjaan	42
4.5. Deskripsi Variabel Penelitian.....	43
4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.6.1. Uji Validitas	47
4.6.2. Uji Reliabilitas.....	50
4.7. Analisis Regresi Berganda	51
4.8. Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Kunjungan Tamu B777 Sky Kitchen	2
Tabel 1.2. Daftar Makanan dan Minuman B777 Sky Kitchen	3
Tabel 1.3. Jumlah Pelanggan B777 Sky Kitchen.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 4.1. Produk Makanan B777 Sky Kitchen.	34
Tabel 4.2. Produk Minuman B777 Sky Kitchen.....	35
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	37
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran.	38
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	39
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.	40
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden pada Variabel Store Atmosphere.....	43

Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden pada Variabel Produk	44
Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Berganda	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Menurut Philip Kotler	20
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	22

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Uji Instrumen Penelitian

Lampiran 3. Teknik Analisis

Lampiran 4. Profil dan Perilaku Responden

Lampiran 5. Contoh *Store Atmosphere* dan Produk dari *B777 Sky Kitchen* di

Palembang Square Mall

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kondisi dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk dapat bersaing dan mampu bertahan menghadapi pesaingnya. Untuk itu perlu dilakukan berbagai strategi sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan yang selalu berubah dapat terus terpenuhi. Pada saat ini pelanggan kuliner tidak hanya menikmati produk (makanan dan minuman) yang ditawarkan tetapi mereka juga datang untuk berkumpul dan sering kali mengambil beberapa gambar.

Store atmosphere menjadi hal penting untuk dipertimbangkan dalam usaha kuliner untuk dapat mendukung momen-momen tersebut. Fungsi lain dari *store atmosphere* ini yaitu untuk memberikan ketenangan jiwa bagi pelanggannya melalui pandangan mata sembari menikmati minuman dan makanan yang disajikan oleh pihak produsen.

Menurut Utami (2010) Suasana Toko (Store Atmosphere) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperature, music, aroma secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam bentuk konsumen” Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli di toko tersebut.

Store atmosphere menurut Berman dan Evans (2010) terbagi menjadi empat dimensi yaitu *General exterior, General interior, Store layout dan Interior*

display. Store atmosphere tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas produk dibandingkan dengan iklan, atmosfer toko merupakan komunikasi secara diam-diam yang menunjukkan kelas sosial dari produk-produk yang ada di dalamnya sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai alat untuk membujuk konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli barang yang dijual oleh toko (Meldarianda, 2010).

Menurut Tjiptono (2008) secara konseptual produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan. Menurut Kotler dan Keller (2009) produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu: Berdasarkan wujudnya, Berdasarkan aspek daya tahannya dan Berdasarkan tujuan konsumsi.

Tabel 1.1.

Jumlah Kunjungan Tamu B777 Sky Kitchen

Tahun	Jumlah Pengunjung	
	Hari Biasa	Akhir Pekan
2014	4320	6240
2015	3980	5760
2016	3500	5280

Sumber : data hasil wawancara dengan manajer B777 Sky Kitchen

Berdasarkan pengamatan jumlah pengunjung yang menurun setiap tahunnya diakibatkan karena kurang luasnya ruangan yang tidak mendukung kebiasaan masyarakat Palembang khususnya karena sering kali mereka menikmati makanan di restoran setidaknya dengan jumlah 2 orang dan bahkan lebih sehingga

dibutuhkan ruang yang cukup besar. Setidaknya diperlukan sekitar 45cm antara meja makan dan pelanggan sehingga bebas melakukan pergerakan tanpa mengganggu yang lainnya.

Minimnya pencahayaan interior restoran pada malam hari. Masyarakat kota Palembang memilih restoran yang menawarkan kenyamanan saat makan, terutama dari pencahayaan. Makanan dan minuman yang ditawarkan restoran ini sering mengalami perubahan cita rasa yang menyebabkan pelanggan tidak melakukan pembelian ulang.

Tabel 1.2.

Daftar Makanan dan Minuman B777 Sky Kitchen

Makanan	Minuman
Aneka Nasi Goreng	Aneka Jus
Nasi Bakar Special	Es Teler B777
Aneka Makanan Anak-anak	Teh Tarik
Seafood & Sayuran	Es Campur
Nasi Campur	Sop Buah
Kwetiau	Hot Cappucino
Korean & Japanese Cuisin	Kopi Susu

Sumber : data hasil wawancara dengan manajer B777 Sky Kitchen

Tabel 1.3.

Jumlah Pendapatan B777 Sky Kitchen

Tahun	Pendapatan
2014	Rp. 3.600.000.000
2015	Rp. 3.060.000.000
2016	Rp. 2.880.000.000

Sumber : data hasil wawancara dengan manajer B777 Sky Kitchen

Tabel diatas menunjukkan terjadinya penurunan pendapatan di setiap tahunnya. Hal ini dipengaruhi oleh adanya jumlah penurunan pengunjung yang menyebabkan jumlah pendapatan juga mengalami penurunan setiap tahunnya. Jumlah pendapatan tersebut diperoleh bukan hanya dari pelanggan yang makan di tempat saja, tetapi juga pelanggan yang memesan produk untuk di bawa pulang baik yang datang langsung ke restoran maupun yang memesan dengan aplikasi jasa mengantar makanan.

B777 Sky Kitchen adalah sebuah restoran dengan nuansa seperti sedang berada di dalam pesawat. Restoran ini mempunyai kabin, kursi, meja yang digunakan didalam pesawat. Jendela restoran ini di dekorasi berbentuk kotak dan berwarna biru, seperti warna langit. Selain itu karyawan di restoran juga menggunakan pakaian seperti pilot dan pramugari.

Pesaing *B777 Sky Kitchen* yaitu *River Side Restaurant* dan *Kuto Besak Theater Restaurant*. *River Side Restaurant* adalah sebuah restoran yang mempunyai *interior* seperti bentuk kapal besar. Pelanggan *River Side Restaurant* umumnya datang dan menikmati produk dimalam hari. Lokasi restoran ini berada di kawasan tepi sungai musu, jadi pelanggan bisa menikmati produk sembari menikmati *view* warna-warni jembatan ampera pada malam hari.

Sedangkan *Kuto Besak Theater Restaurant* adalah sebuah tempat makan dengan nuansa sangat mewah, bentuk meja makan yang ditawarkan bervariasi mulai dari bentuk persegi panjang, bulat, hingga bentuk sofa setengah lingkaran. Restoran ini mempunyai sebuah ruangan yang di desain seperti sebuah tempat

pertunjukkan. Ruangan ini biasanya digunakan untuk kelompok musik yang akan bernyanyi untuk menghibur pelanggan.

Penelitian ini dilakukan karena pada zaman sekarang pelanggan tidak hanya menikmati makanan dan minuman yang disajikan, tetapi juga menikmati suasana toko yang di tawarkan.

Seperti yang dipaparkan sebelumnya bahwa *store atmosphere* saat ini merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh pelanggan, namun di samping menyuguhkan *store atmosphere* yang baik hendaknya produsen juga menyeimbangi dengan menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan sasaran pasarnya.

B777 Sky Kitchen memberikan kualitas terbaik untuk setiap produknya dikarenakan bahan dasar dalam pembuatan produk berasal dari pemasok terpercaya dan apabila persediaan dari pemasok sedang habis maka restoran ini akan membeli bahan dari pasar tradisional sehingga bahannya lebih segar dibandingkan di mall. Untuk bahan-bahan basah pembelian dilakukan setiap hari dan untuk bahan-bahan yang kering pembelian dilakukan sekitar setiap dua sampai tiga hari sekali. Harga yang di tawarkan *B777 Sky Kitchen* bervariasi mulai dari 20 ribu hingga 200 ribu tergantung dengan produk dan besarnya porsi yang di tawarkan. Hal ini sesuai dengan target pasar restoran yaitu masyarakat menengah ke atas.

Unsur-unsur pendukung seperti suasana ruang yang mencakup bagian depan toko, *interior*, *layout* dan *interior display*, kesemuanya akan terintegrasi membentuk suatu citra atau *image* toko yang diharapkan. Suasana toko yang

menarik akan merangsang konsumen untuk mengunjungi toko dan kemudian akan melakukan pembelian. Oleh karena itu semua pihak-pihak produsen yang terlibat di dalam toko tersebut harus menjaga suasana tokonya agar tetap dapat terkesan menarik di mata para pelanggannya.

Untuk mempengaruhi pelanggan restoran secara teoritis menurut Lovelock (2007) ada 8 variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kedelapan variabel tersebut yaitu *product, price, place, promotion, people, process, productivity & quality* serta *physical evidence*. Ketika memasuki pasar perusahaan mengharapkan respon yang baik dari konsumen, maka alat perangsangnya adalah kualitas, merk, bentuk, pembungkus, variasi dan harga. Disamping itu restoran juga dapat mempengaruhi orang untuk datang ke restoran salah satunya karena suasana toko yang menarik.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melanjutkan penelitian berjudul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN B777 SKY KITCHEN DI KOTA PALEMBANG”**.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh *store atmosphere* dan produk terhadap keputusan pembelian pelanggan *B777 Sky Kitchen* ?
2. Variabel bebas manakah yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan *B777 Sky Kitchen* ?

1.3. Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan produk terhadap keputusan pembelian pelanggan *B777 Sky Kitchen*
2. Untuk mengetahui variabel bebas mana yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan *B777 Sky Kitchen*

1.4. Manfaat penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan sebagai perkembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran dan sebagai bahan referensi apabila terdapat objek penelitian yang sama.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi sebagai pertimbangan untuk lebih meningkatkan jumlah penjualan di *B777 Sky Kitchen* serta sebagai referensi dalam menarik minat pelanggan untuk berkunjung ke restoran ini dengan cara memberikan suasana toko yang menarik.
2. Dapat digunakan sebagai sarana untuk memahami dan mengimplementasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dan sebagai tambahan pengalaman maupun pengetahuan dibidang pemasaran khususnya dalam masalah *store atmosphere* dan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman, Yang Yang. 2016. *“pengaruh harga, produk dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen “cyrani cafe” bogor”*. Bogor : fakultas ekonomi dan manajemen institut pertanian bogor.
- Al Ma’ruf, Ali Imron. 2009. *“stilistika: teori, metode, dan aplikasi pengkajian estetika bahasa*. Solo :Cakrabooks
- Berman, B. dan J. R. Evans. 2010. *“retail management: a strategic approach (11th ed.)*. Uppersaddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, dan E. Jerome Mc. Carthy. 2008. *“pemasaran dasar pendekatan managerial global edisi 16 buku 1”*. Jakarta : Salemba Empat.
- Efrina, Mery dan Retno Setyorini. *“pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada lising the dago boutique & resto bandung the influence of store atmosphere onbuying decisions on lising the dago boutique & resto bandung”*. Bandung : fakultas komunikasi dan bisnis universitas telkom.
- Girsang, Putri Julianti, dan Arry Widodo. *“pengaruh store atmosfer dan product assortment terhadap minat beli pada the secret factory outlet bandung”*. Bandung : jurnal administrasi bisnis, universitas telkom.

- Heryana, Septiana. *“pengaruh store atmosphere dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet the secret bandung”*. Bandung : universitas komputer indonesia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *“manajemen pemasaran jilid I. edisi ke 12”*. Indonesia : PT Macana Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2009. *“prinsip-prinsip pemasaran edisi 12 jilid 2”*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *“manajemen pemasaran edisi 13”*. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2011. *“Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian”*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *“marketing management 13”*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kristiana, Maria. 2017. *”pengaruh store atmosphere dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen cafe heerlijk gelato perpustakaan bank indonesia surabaya”*. Surabaya : Jurnal pendidikan tata niaga fakultas ekonomi universitas negeri surabaya.
- Kuncoro, Mudrajad, Ph.D. 2009. *“metode riset untuk bisnis & ekonomi, bagaimana meneliti & menulis tesis ? edisi 3”*. Indonesia : Erlangga.

- Levy, Michael & weitz, Barton A., 2012. *“retailing manajemen”*. New York, Amerika : McGraw-Hill/Irwin.
- Lovelock, Christopher and Lauren K Wright. 2007. *“manajemen pemasaran jasa”*. Indonesia : PT Indeks.
- Mardhikasari, Theresia Esti. 2014. *“pengaruh store atmosphere, lokasi toko, dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen mirota kampus”*. Yogyakarta : Skripsi fakultas ekonomi universitas negeri yogyakarta.
- Meldarianda, Resti ISSN: 1412-3126. 2010. *“pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort cafe atmosphere bandung”*. Bandung : jurnal bisnis dan ekonomi universitas kristen maranatha bandung.
- Nofiwaty dan Yuliandi, Beli. 2014. *“pengaruh store atmosfere terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet nyenyas Palembang”*. Palembang : jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Universitas Sriwijaya.
- Noor, Juliansyah. 2014. *“metode penelitian”*. Jakarta : Kencana.
- Rizki, Riri Nurul. dan Aditya Wardhana. *“pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada caffe bene Bandung”*. Bandung : prodi SI administrasi bisnis, fakultas komunikasi dan bisnis, universitas telkom

- Sanusi, Anwar,. 2013. "*metodologi penelitian bisnis. cetakan ketiga*". Jakarta : Salemba Empat.
- Sari, Netti Mulya dan Aditya Wardhana. "*pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada roemah kopi bandung*". Bandung : fakultas komunikasi dan bisnis universitas telkom.
- Schrifman dan Kanuk. 2007. "*perilaku konsumen*" edisi kedua. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, Dr. Nugroho J. 2013 "*perilaku konsumen edisi revisi*". Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sugiman, Fredy dan Rika Mandasari. "*pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada sanctuary di surabaya*". Surabaya : manajemen perhotelan universitas surabaya.
- Sunyoto, Danang. 2012. "*Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama*". Yogyakarta : CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2008. "*strategi pemasaran*". Yogyakarta : Andi Offset.
- Utami, Christina Widhya. 2010. Manajemen Ritel. Jakarta: Salemba Empat.