

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis setiap tahun nya selalu meningkat dan berkembang, terutama bisnis dibidang kuliner. Bisnis dibidang kuliner berkembang dan meningkat sangat pesat, hal ini dikarenakan para pelaku bisnis kuliner selalu berinovasi dalam melakukan bisnisnya untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat mempertahankan konsumen. Selain berinovasi terhadap kuliner, para pelaku bisnis kulinerpun berinovasi terhadap desain toko mereka dengan menggunakan strategi *Store Atmosphere*, hal itu berguna untuk meningkatkan konsumen, kepuasan konsumen dan mempertahankan konsumen. Hal ini dilakukan oleh hampir setiap para pelaku bisnis kuliner yang memiliki toko fisik, salah satunya Resto Nanny's Pavillon Bandung yang berlokasi di jl. R.E Martadinata no.125 Cihapit, Bandung.

Store atmosphere sangatlah mempengaruhi terhadap proses kepuasan konsumen. Nanny's Pavillon merupakan salah satu resto yang sudah berdiri cukup lama di Kota Bandung, yang dikonsepsi dengan nyaman agar konsumen dapat merasakan kenyamanan dengan suasana keluarga di rumah, dari penelitian awal masih ada konsumen yang belum terpuaskan oleh tema *Store atmosphere* Nanny's Pavillon. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada resto Nanny's Pavillon kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis serta mengetahui bagaimana pengaruh strategi *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di resto Nanny's Pavillon kota Bandung. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan teori *store atmosphere* dan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini variable *store atmosphere* (X1) sebagai variable bebas, sedangkan kepuasan konsumen (Y1) sebagai variable terikat. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai *sample* dan pengolahan data menggunakan *SPSS 22 For Windows* untuk mengukur uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan regresi linier sederhana. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Nanny's Pavillon Bandung. Berdasarkan analisis regresi sederhana diperoleh nilai $Y = 2.820 + 0.292X$ sehingga nilai koefisien (b) sebesar + 0,292. Hal ini berarti, setiap peningkatan persepsi pelanggan terhadap *store atmosphere* meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka diprediksi loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,292 satuan. Dari analisis koefisien determinasi, maka dapat disimpulkan bahwa strategi *store atmosphere* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 64,9% sedangkan sisanya 35,1% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan sebaiknya *Store Atmosphere* yang diterapkan oleh Nanny's Pavillon dipertahankan agar tetap menjadi suatu keunikan tersendiri dan menjadi senjata untuk meningkatkan konsumen, meningkatkan kepuasan konsumen dan mendapatkan konsumen. Selain mempertahankan *Store Atmosphere*, sebaiknya perusahaan meningkatkan fasilitas yang diberikan kepada konsumen, seperti fasilitas Kamar Mandi untuk lebih bersih dan terawat dan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.

Kata kunci : *store atmosphere*, kepuasan konsumen, Nanny's Pavillon

