

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS LAYANAN DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI CITRA RESTORAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Restoran Pondok Ijo Weleri Kendal)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ZATI HANANI
NIM. 12010113140250

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Zati Hanani
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113140250
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA RESTORAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Restoran Pondok Ijo Weleri Kendal)**
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA

Semarang, 28 November 2017

Dosen Pembimbing

(Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA)

NIP. 1955.0423.1980.1.003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Zati Hanani
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113140250
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA RESTORAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Restoran Pondok Ijo Weleri Kendal)**

Dosen Pembimbing : Prof. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 20 Desember 2017

Dosen Penguji:

1. Prof. Augusty Tae Ferdinad, MBA.,DBA (.....)
2. Drs. Suryono Budi Santoso,MM (.....)
3. Sri Rahayu Tri Astuti,SE.,MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Zati Hanani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA RESTORAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA RESTORAN PONDOK IJO WELERI KENDAL)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal di atas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 28 November 2017

Yang membuat pernyataan,

Zati Hanani

NIM.12010113140250

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“SETIAP KAMU MERASA BERUNTUNG, PERCAYALAH DOA IBUMU
TELAH DIDENGAR”**

(unknown)

**“SETIAP KETIDAKMUNGKINAN SELALU ADA ALLAH YANG
MEMUNGKIN”**

(UNKNOWN)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan....”

“sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan....”

(QS. Al. Insyirah : 5-6)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Alm. Bapak, Ibu tercinta serta kakak dan adikku tersayang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan *store atmosphere* untuk mempengaruhi keputusan pembelian, dimana citra restoran digunakan sebagai variabel intervening terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pondok Ijo Weleri Kendal.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil *sample* menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli di Restoran Pondok Ijo minimal satu kali dan berusia minimal 14 tahun hingga 40 tahun keatas. Pengumpulan data diperoleh dari 100 konsumen Restoran Pondok Ijo dengan memberikan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terbuka dianalisis secara kualitatif, dan jawaban terhadap pertanyaan tertutup dianalisis dengan metode Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS 22.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan *store atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra restoran dan citra restoran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, *Store Atmosphere*, Citra Restoran, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to explain the effect of product quality, service quality and restaurant atmosphere to influence purchase decisions, where restaurant image is used as an intervening variable to the purchase decision at Pondok Ijo Weleri Kendal Restaurant.

This research is done by taking sample using purposive sampling technique, that is consumers who have visited and bought some food in Pondok Ijo Restaurant at least once with average of age 14 years old up to 40 years and above. Data collection was obtained from 100 consumers of Pondok Ijo Restaurant by giving questionnaires which consist of open questions which is analyzed qualitatively, and the answer of the closed questions were analyzed using Multiple Linear regression method using SPSS 22 program.

The results of the analysis show that product quality, service quality and store atmosphere have a positive and significant influence on the restaurant image, then restaurant image has a positive and significant influence on purchase decisions.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Store Atmosphere, Restaurant Image, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkah dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian melalui citra restoran sebagai variabel intervening”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari semua pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungannya yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kebaikan, kemudahan, kelancaran dan juga kesehatan.
2. Orang tua saya tercinta H. Aslam, SH.MM (alm) dan Hj. Sofuwah, SE, ; serta kakak dan adik; Muhammad Ihtifazuddin (alm), Muhammad Naufalul Haq, ST dan Qosi Amalia, S.Ked serta adik saya Zharval Hasna yang selalu senantiasa memberikan dukungan melalui doa dan bimbingannya serta semangat, kasih sayang dan kepercayaannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.

4. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
5. Bapak Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Suryono Budi Santoso, M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan ilmu dan nasehatnya selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis berkuliah.
8. Seluruh staf dan tata usaha, pegawai perpustakaan dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bantuan selama masa perkuliahan.
9. Bapak Endra selaku pemilik Restoran Pondok Ijo yang telah memberikan bantuan data dan izin penelitian.
10. Sahabat terdekat saya, Dhita, Niyya, Rosep, Rina, Anis, Ira, Nadhia, Fitria, Sekar, Indri, Aan, Rilla dan Tyas yang telah memberikan keceriaan, canda tawa, support dimasa perkuliahan ini.
11. Sahabat setia penulis Novi, Arum dan Nova yang telah menemani penulis kemana saja selama proses penulisan skripsi ini berlangsung dan selalu memberikan semangat dan masukan.

12. Teman seperjuangan seimbang Prof, Yohannes Lorens, Muthia Hanum, Burhanudin Abbiyu, Anastania Shafira, Lolita Desy Anggraeni yang selalu memberikan semangat, dorongan serta masukan untuk maju terus pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
13. Teman-teman KKN Desa Golantepus, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus, Marchilia, Sarah, Jessica, Laelatul, Rizki, Miqdad dan Fajrul yang selalu memberikan motivasi dan keceriaan.
14. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2013, terimakasih atas kebersamaan kalian selama kuliah.
15. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 28 November 2017

Zati Hanani

NIM.12010113140250

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Citra Restoran	12
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.3 Kualitas Layanan	16
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	20

2.1.5 Keputusan Pembelian	23
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel	28
3.1.1 Variabel Penelitian	28
3.1.1.1 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	28
3.1.1.2 Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>)	28
3.1.1.3 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	29
3.1.2 Definisi Operasional.....	29
3.2 Penentuan Populasi Dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	32
3.3 Jenis Dan Sumber Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.5 Metode Analisis Data	36
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	36
3.5.2 Analisis Kuantitatif	37
3.5.2.1 Uji Validitas	37
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.1 Uji Normalitas	38
3.6.2 Uji Multikolonieritas	39
3.6.3 Uji Heterokedastisitas	39
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.8 Uji Goodness of Fit	42

3.8.1 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	42
3.8.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T).....	42
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.8.4 Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.3 Gambaran Umum Responden.....	46
4.4 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	49
4.4.1 Analisis Indeks Jawaban Kualitas Produk.....	50
4.4.2 Analisis Indeks Jawaban Kualitas Layanan.....	52
4.4.3 Analisis Indeks Jawaban <i>Store Atmosphere</i>	55
4.4.4 Analisis Indeks Jawaban Citra Restoran.....	58
4.4.5 Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian.....	60
4.5 Analisis Hasil Penelitian.....	61
4.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
4.5.1.1 Uji Validitas.....	62
4.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.5.2.1 Uji Normalitas.....	65
4.5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	68
4.5.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	69
4.5.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	71
4.5.4 Uji Goodness of Fit.....	74
4.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.5.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	75
4.5.4.3 Uji Parsial (Uji T).....	77

4.5.4.4 Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	79
4.6 Pengujian Hipotesis.....	83
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1.....	83
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2.....	83
4.6.3 Pengujian Hipotesis 3.....	83
4.6.4 Pengujian Hipotesis 4.....	84
BAB V PENUTUP	85
5.1 Ringkasan Penelitian.....	85
5.2 Kesimpulan Hipotesis.....	86
5.2.1 Kesimpulan Hipotesis 1	86
5.2.2 Kesimpulan Hipotesis 2	87
5.2.3 Kesimpulan Hipotesis 3	88
5.2.4 Kesimpulan Hipotesis 4	88
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	89
5.4 Implikasi Manajerial.....	92
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.6 Penelitian Mendatang.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Restoran di Kendal.....	2
Tabel 1.2 Data Pendapatan Restoran Pondok Ijo	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Intensitas Mengunjungi Restoran Pondok Ijo	49
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk ..	51
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan....	53
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Kualitas Layanan	54
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Store Atmosphere</i>	56
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif <i>Store Atmosphere</i>	57
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Restoran ...	59
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Citra Restoran.....	60
Tabel 4.14 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.16 Uji Validitas	62
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas.....	64

Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolonieritas Struktur 1	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolonieritas Struktur 2	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Struktur 1.....	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Struktur 2.....	73
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Struktur 1	74
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Struktur 2	75
Tabel 4.24 Hasil Uji Signifikansi F (Uji F) Struktur 1.....	76
Tabel 4.25 Hasil Uji Signifikansi F (Uji F) Struktur 2.....	77
Tabel 4.26 Hasil Uji Parsial (Uji T) Struktur 1	78
Tabel 4.27 Hasil Uji Parsial (Uji T) Struktur 2.....	79
Tabel 4.28 Perhitungan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Restoran.....	80
Tabel 4.28 Perhitungan Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Restoran.....	81
Tabel 4.28 Perhitungan Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Restoran.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Struktur 1.....	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (<i>Normal Probability Plot</i>) Struktur 1.....	66
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Struktur 2.....	67
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas (<i>Normal Probability Plot</i>) Struktur 2.....	67
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 1.....	70
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 2	71
Gambar 5.1 Skema 1	89
Gambar 5.2 Skema 2	90
Gambar 5.3 Skema 3	91
Gambar 5.4 Skema 4	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran B Tabulasi.....	106
Lampiran C Hasil Olah Data.....	112

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner saat ini menjadi salah satunya bisnis yang berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat semakin banyaknya bisnis kuliner yang bermunculan dan menjadikan tiap perusahaan dituntut untuk selalu berkompetisi dalam meningkatkan aktivitas pemasarannya. Untuk meningkatkan aktivitas pemasarannya maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk makanannya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen serta diperlukan kejelian dan kepekaan terhadap perubahan yang terjadi (Amalia, 2015).

Di kabupaten kendal bisnis kuliner mengalami perkembangan yang baik. Terbukti semakin banyak bisnis kuliner dengan berbagai macam konsep yang menjadi pilihan seperti: cafe, kedai, warung kaki lima dan restoran. Hal ini menjadikan sebagai peluang bisnis tersendiri bagi para pelaku usaha, sehingga banyak bisnis restoran yang bermunculan baik yang berskala kecil maupun besar yang berdampak langsung pada persaingan yang semakin ketat antar perusahaan baik yang berasal dari perusahaan sejenis maupun tidak sejenis dan menjadikan pebisnis untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Oleh sebab itu konsumen kini mempunyai banyak pilihan akan kebutuhan dan keinginan dalam

aktifitasnya, sehingga pebisnis harus mampu bersaing dan bertahan dalam lingkungan bisnis.

Restoran adalah suatu usaha yang dikelola untuk menyediakan pelayanan jasa makanan dan minuman (Soekresno, 2000). Restoran yang berkembang di kendal salah satunya adalah Restoran Pondok Ijo yang menjadi tujuan kuliner warga weleri kendal. Yang beralamatkan di Jl. Ar Rahman weleri kabupaten kendal. Terdapat beberapa varian menu yang disediakan, tempat dan suasana yang nyaman serta rasa makanan dan minuman yang enak merupakan salah satu tujuan konsumen untuk membeli. Banyak konsumen yang memilih tempat ini untuk menghabiskan waktunya bersantai dan berkumpul dengan keluarga maupun kerabat dekat. Berikut ini adalah daftar restoran yang ada di kendal:

Tabel 1.1
Daftar Restoran di Kendal

No	Nama Restoran	Alamat Restoran
1	Al Dilla	Jl. Soekarno-Hatta Kendal
2	Pondok Ijo	Jl. Ar Rahman Weleri Kendal
3	Alam Sari	Jl. Besokor-Weleri
4	Kali Pening	Jl. Soekarno-Hatta Jenar Sari Gemuh Kendal
5	Sari Rasa	Jl. Raya Pertigaan-Meteseh Boja
6	Luwes	Jl. Raya Sapean No.11 Sukorejo
7	Kirana	Jl. Soekarno-Hatta 278 Bugangin Kendal
8	Bu Sabar	Jl. Pahlawan No.85 Kendal
9	Jati Sari	Jl. Soekarno-Hatta Weleri

No	Nama Restoran	Alamat Restoran
10	Sumber Rasa	Jl. Raya No.3 Weleri
11	Mekar Sari	Jl. Raya Utama Soekarno-Hatta Kendal
12	Gothera	Jl. Tamtara Penyangkringan Weleri

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Persaingan antar restoran yang semakin ketat menjadikan pebisnis untuk terus meningkatkan kualitas yang ada di restoran dan berinovasi dalam melakukan pembauran pemasaran sehingga tetap menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan banyaknya restoran yang bermunculan saat ini, maka menjadikan semakin banyaknya pilihan konsumen untuk membeli. Beberapa upaya untuk bertahan dalam lingkungan bisnis dengan cara meningkatkan keputusan pembelian adalah meningkatkan citra restoran, kualitas produk, kualitas layanan dan *store atmosphere*.

Menurut Kotler (2009) keputusan pembelian merupakan sebuah pembentukan preferensi dari berbagai alternatif sehingga terbentuk maksud untuk membeli produk yang diinginkan konsumen. Ada berbagai pilihan produk yang akan dihadapkan oleh konsumen dan saat konsumen merasa ada yang cocok dengan suatu produk tersebut, maka akan terjadi keputusan pembelian. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk atau jasa biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas dan *store atmosphere* oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu dalam keputusan pembelian.

Menurut Kotler (2009) ada empat indikator dalam keputusan pembelian yaitu: (1) kemantapan pada sebuah produk (2) kebiasaan dalam membeli produk (3) memberikan rekomendasi kepada orang lain (4) melakukan pembelian ulang. Salah satu upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian dapat dilakukan melalui peningkatan citra restoran.

Untuk memenangkan persaingan bisnis diperlukan strategi yang jitu, salah satu strategi yang digunakan adalah dengan membangun citra yang baik dimata konsumen. Pembangunan citra yang baik menjadi faktor yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan dalam jangka panjang. Citra restoran menurut Ryu, Han, dan Kim dalam Kisang Ryu (2008) adalah penilaian secara menyeluruh konsumen mengenai atribut-atribut yang menonjol di restoran.

Setiap restoran pasti memiliki citra restoran masing-masing. Citra restoran dapat dilihat dari kesan konsumen menghadapi produk-produk yang ditawarkan, harga, lokasi dan layanan yang diberikan oleh restoran itu sendiri. Citra restoran yang tercipta dapat meningkatkan pilihan konsumen dalam keputusan pembelian. Citra restoran menjadi suatu pembeda antara suatu restoran satu dengan yang lainnya yang dipersepsikan oleh konsumen. Pembentukan *image* yang baik dibenak konsumen dapat menjadi kekuatan dalam memperebutkan calon konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Dan yang menjadikan citra restoran baik salah satunya dengan meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere*.

Dalam memperoleh keuntungan, para pelaku dituntut untuk selalu memperhatikan kualitas produk yang dijualnya. Menurut Kotler (2008) Kualitas

produk adalah ciri-ciri yang dimiliki produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain kualitas produk, sebuah bisnis perlu meningkatkan kualitas pelayanannya. Apabila kualitas produk yang dijual baik, pilihan produk bervariasi menjadikan konsumen merasa tertarik untuk melakukan pembelian pada produk yang bersangkutan. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan konsumen sepanjang waktu disebut perusahaan yang berkualitas.

Hal ini akan menarik konsumen dalam keputusan pembelian untuk membeli produk serta memberikan citra yang baik bagi perusahaan bahwa perusahaan berkualitas dan dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Menurut Johns dan Howard, *et al* (2009) indikator kualitas produk yang digunakan antara lain: (1) makanan yang disajikan segar (2) penyajiannya menarik (3) makanan dimasak dengan baik (4) makanan dan minuman yang beragam atau bervariasi.

Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap citra restoran. Ketika konsumen mengunjungi suatu restoran, konsumen menginginkan suasana restoran yang nyaman dan layanan yang ramah sehingga menjadikan konsumen betah untuk berlama-lama di restoran. Layanan yang baik akan membuat konsumen semakin puas dan yakin dalam membeli suatu produk. Banyak perusahaan yang menyadari bahwa kualitas layanan yang baik dapat memberikan keunggulan bersaing yang akan menghasilkan penjualan dan juga laba yang tinggi.

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai pengukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan tidak dilihat dari sudut pandang pihak penyedia layanan saja melainkan

berdasar persepsi konsumen penerima layanan. Konsumen yang mengkonsumsi dan merasakan layanan yang diberikan, sehingga mereka yang harus memberi penilaian dan menentukan kualitas layanan (Tjiptono, 2008).

Ada beberapa hal yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menurut Lupiyoadi (2006) antara lain: (1) kehandalan (2) daya tanggap (3) keyakinan (4) empati (5) berwujud.

Dan faktor lain yang mempengaruhi citra restoran adalah *store atmosphere*. Menurut Utami (2006) *atmosphere* adalah suatu kombinasi dari karakteristik fisik, seperti arsitektur, tata letak, musik, pencahayaan, serta aroma yang mempunyai tujuan untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk. Menciptakan *store atmosphere* yang nyaman dan menyenangkan dapat menimbulkan kesan menarik kepada konsumen dan menjadikan citra restoran baik dimata konsumen. *Store atmosphere* tidak hanya memberikan suasana pembelian yang menyenangkan, akan tetapi dapat memberikan nilai tambah pada produk yang dijual. Pencahayaan, suara, pemandangan dan bau pada sebuah restoran sangat berkontribusi terhadap citra restoran. Untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan untuk bertahan terhadap persaingan dalam membentuk konsumen yang loyal.

Semakin banyaknya persaingan yang ada menjadikan restoran pondok ijo mengalami penurunan pendapatan yang tidak signifikan. Untuk itu penulis akan meneliti mengenai restoran pondok ijo. Berikut data yang dimiliki restoran pondok ijo selama satu tahun:

Tabel 1.2
Data Pendapatan Restoran Pondok Ijo

Bulan	Omset	Naik/Turun
Maret 2016	91.533.725	
April 2016	87.986.825	-3.546.900
Mei 2016	93.082.125	5.095.300
Juni 2016	95.112.090	2.029.965
Juli 2016	98.675.900	3.563.810
Agustus 2016	89.849.050	-8.826.850
September 2016	93.189.300	3.340.250
Oktober 2016	85.055.800	-8.133.500
November 2016	77.243.450	-7.812.350
Desember 2016	82.787.500	5.544.050
Januari 2017	92.125.650	9.338.150
Februari 2017	89.297.500	-2.828.150

Sumber: Data Restoran Pondok Ijo

Pada tabel 1.2 diatas diketahui bahwa jumlah pendapatan restoran pondok ijo mengalami fluktuasi. Penurunan pendapatan terjadi pada bulan april 2016 sebesar Rp. 3.546.900 dan pada bulan mei 2016 mengalami kenaikan sebesar Rp. 5.095.300 dan diikuti dengan bulan selanjutnya hingga bulan juli masih terjadi kenaikan dan mengalami penurunan kembali pada bulan agustus sebesar Rp.8.826.850, sehingga mengalami naik turun pendapatan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan *store*

atmosphere terhadap keputusan pembelian melalui citra restoran sebagai variabel intervening.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan data diatas menunjukkan terjadi permasalahan yaitu fluktuasi penjualan restoran pondok ijo. Penurunan penjualan terjadi pada bulan april 2016 sebesar Rp. 3.546.900 dan pada bulan mei 2016 mengalami kenaikan sebesar Rp. 5.095.300 dan diikuti dengan bulan selanjutnya hingga bulan juli masih terjadi kenaikan dan mengalami penurunan kembali pada bulan agustus sebesar Rp.8.826.850 yang menyebabkan berkurangnya konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Dari uraian latar belakang diatas, penelitian masalah yang dapat dikembangkan adalah bagaimana meningkatkan keputusan pembelian dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang dipilih yakni kualitas produk, kualitas layanan, *store atmosphere* dan citra restoran. Dari permasalahan diatas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap citra restoran berdampak pada keputusan pembelian restoran pondok ijo?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap citra restoran berdampak pada keputusan pembelian restoran pondok ijo?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap citra restoran berdampak pada keputusan pembelian restoran pondok ijo?
4. Apakah citra restoran berpengaruh terhadap keputusan pembelian restoran pondok ijo?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap citra restoran yang berdampak pada keputusan pembelian restoran pondok ijo
- b. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap citra restoran yang berdampak pada keputusan pembelian restoran pondok ijo
- c. Menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap citra restoran yang berdampak pada keputusan pembelian restoran pondok ijo
- d. Menganalisis pengaruh citra restoran terhadap keputusan pembelian restoran pondok ijo

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk masukan dan bahan informasi untuk restoran pondok ijo agar mengetahui bagaimana kualitas produk, kualitas layanan dan *store atmosphere* yang berpengaruh terhadap citra restoran, serta bagaimana citra restoran berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi penulis

Penelitian ini bertujuan untuk masukan sekaligus menambah wawasan penulis mengenai pengaruh citra restoran terhadap keputusan pembelian. Dan juga sebagai pandangan konsumen terhadap suatu produk, layanan dan *store atmosphere* yang ditawarkan.

c. Bagi pihak lain

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya. Sehingga hasil penelitian bisa digunakan sebagai pelengkap data maupun informasi untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari keseluruhan bagian skripsi ini. Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian yang dilakukan dengan penjelasan-penjelasan mengenai data yang didapat yang kemudian dibahas untuk mendukung hipotesis penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan data yang sudah didapatkan dan diolah, dan keterbatasan penelitian.