

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Resto Nanny's Pavillon

Nanny's Pavillon adalah salah satu restoran yang sudah terkenal di kota Bandung. Cabang dari restoran ini sudah banyak, salah satunya ada di wilayah Jakarta. Uniknya tiap tempat atau cabang memiliki tema yang berbeda. Untuk Nanny's Pavillon di Bandung memiliki tema Garden (taman) dan Library (perpustakaan) sedangkan di Jakarta bertemakan Bathroom (kamar mandi). Nanny's Pavillon pertama didirikan di kota Bandung dengan konsep tema taman. Suasana Nanny's Pavillon yang bertemakan taman memiliki kesan tempat yang teduh, sangat sejuk dan udaranya yang segar. Sedangkan konsep Nanny's Pavillon yang bertemakan *library* mengangkat konsep perpustakaan dalam rumah yang nyaman dan menyenangkan.

Kuliner utama yang disajikan di tempat ini adalah *pancake* dengan rasa yang *original* dan aneka rasa. Salah satu menu spesial dari jenis *pancake* adalah Roll Blueberry Cheese yang disajikan bersama dengan es krim. Menu *pancake* lainnya adalah Alan's Black Crunchy Caramel dengan saos karamel dan potongan *cookies* yang ditaburkan di atas *pancake*. Menu ini pun disajikan dengan ditambah es krim. Menu lain yang tak kalah enak dan terkenalnya adalah menu pasta, *rissoto*, *spaghetti*, *steak*, *baked rice*, *cocktail*, dan sebagainya.

Nama menu makanan yang disajikan pun tergolong unik, salah satunya adalah Dad's Favorite Fries, yakni sajian kentang goreng dengan daging cincang dan keju *mozzarella*. Ada pula sajian unik lainnya adalah Hubert Chicken Capers Fettucini, Auntie's Sausage Baked Rice, Mom's Green Spaghetti, Uncle's Smoked Brisket Spaghetti, Apricot Cheese Roll Pancake, Sausage Pancake, Fettucini Mushroom dan Linda's Peanut Caramel Butter Roll Pancake. Jika mendengar nama menunya tentunya menimbulkan perasaan penasaran dan segera ingin mencicipinya.

Menu yang biasanya direkomendasikan dan perlu dicicipi saat Anda melakukan wisata kuliner di Nanny's Pavillon adalah My Cousin European Breakfast, yaitu menu *pancake* kentang yang ditutupi dengan keju *mozzarella*. Biasanya menu tersebut disajikan bersama dengan saus yang khas, telur, buncis, dan jamur goreng.

Harga yang ditawarkan bervariasi berkisar Rp 17.000 sampai dengan Rp 150.000. Harga tersebut sebanding dengan kelezatan dari setiap masakan yang disajikan. Selain itu, layanan Wi-Fi yang dapat Anda akses selama berada di tempat. Jam buka restoran tersebut adalah mulai pukul 08.00 sampai dengan 22.00. (sumber:<http://repository.ekuitas.ac.id/bitstream/handle/123456789/242/BAB%201.pdf?sequence=4&isAllowed=y>)



Gambar 1.1

Logo Nanny's Pavillon

Sumber : www.google.co.id, 2017

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

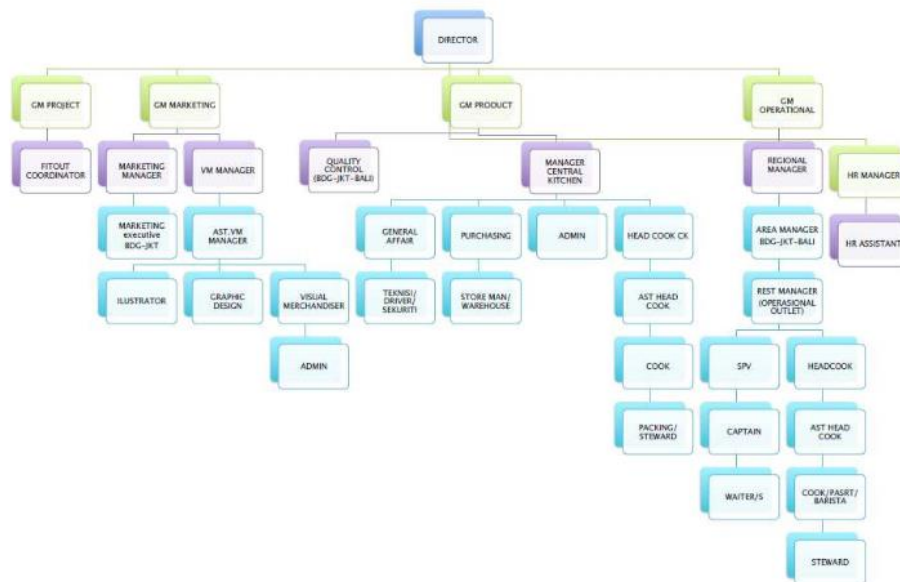
a. Visi

Kami tak kenal lelah dalam fokus kami pada 100% kepuasan tamu dan loyalitas, untuk membangun kredibel dan terhormat merek di industri perhotelan

b. Misi

1. Menjadi restoran pancake Perancis-Amerika di Indonesia
2. Menciptakan restoran yang nyaman, yaitu dengan suasana kebudayaan tradisional Perancis-Amerika
3. Melayani pelanggan dengan baik layaknya keluarga
4. Memperkenalkan gaya hidup Nanny, yaitu mendukung kreativitas untuk kualitas hidup yang lebih baik. Dan itulah yang dirasakan sosok itu begitu menjejakkan kakinya di teras Nanny's Pavillon

1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.2

Struktur Organisasi Nanny's Pavillon

Sumber : Nanny's Pavillon, 2017

1.2 Latar Belakang

Kota Bandung sebagai kota tujuan wisata yang tidak hanya menyediakan wisata alam, wisata fashion, namun juga wisata kuliner semakin menarik banyak wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kota Bandung. Sebagai kota besar yang terus berkembang, pertumbuhan ekonomi, dan perkembangan teknologi serta era globalisasi yang pesat juga mendorong terjadinya perubahan gaya hidup, selera, dan tata cara dalam mengonsumsi dan menikmati makanan pada masyarakat perkotaan.

Bisnis yang sedang mengalami persaingan yang ketat yaitu bisnis di bidang bisnis kuliner. Dalam bisnis kuliner, terdapat suatu usaha yang dikenal dengan istilah restoran. Restoran sendiri menyajikan makanan dengan beberapa pilihan, seperti berbagai macam makanan berat, bahkan ada juga restoran yang menyajikan makanan ringan layaknya cafe pada umumnya.

Restoran yang dulunya cenderung dianggap sebagai tempat makan besar, formal, tidak dilengkapi dengan hiburan, serta dipenuhi berbagai macam makanan berat, saat ini berkembang dan memiliki berbagai macam pilihan dan konsep. Banyak restoran atau kafe modern di Indonesia mengarah pada segmen konsumen muda yang selalu ingin mencoba hal baru dan menjadikan restoran bukan hanya sekedar tempat untuk memuaskan rasa lapar, tetapi sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi dengan teman, keluarga, atau kerabat lainnya.

Sekarang ini resto juga telah menjadi pilihan utama karena dapat menghadirkan banyak macam-macam makanan serta kenyamanan, mulai dari suasana yang ditawarkan dari resto tersebut, berbagai kebutuhan yang diinginkan dalam satu lokasi, hingga tempat yang pas untuk menghilangkan stress, mengatasi suasana hati yang buruk, maupun hanya untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman. Hal seperti ini membuat para pengusaha di bidang kuliner membuka restodengan ide dan konsep baru agar terlihat lebih modern dan lebih menarik sehingga akan lebih disukai oleh konsumen. (sumber: <http://repository.ekuitas.ac.id/bitstream/handle/123456789/242/BAB%201.pdf?sequence=4&isAllowed=y>)

TABEL 1.1**Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Bar di Kota Bandung 2013-2014**

No.	Klasifikasi	Tahun	
		2013	2014
1	Restoran Talam Kencana	1	1
2	Restoran Talam Sakala	67	67
3	Restoran Talam Gangsa	165	167
4	Restoran Waralaba	55	62
5	Bar	12	13
6	Rumah Makan A	36	36
7	Rumah Makan B	151	152
8	Rumah Makan C	158	155
	Jumlah	645	653

Sumber: https://bandungkota.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Kota-Bandung-Dalam-Angka-2015.pdf /2017

Banyaknya rumah makan, cafe, serta restoran di kota Bandung membuat persaingan di bidang kuliner semakin ketat. Dalam keadaan yang seperti ini membuat restoran dan kafe sulit untuk menentukan loyal tidaknya seorang pelanggan, karena konsumen cenderung selalu ingin mencoba menikmati menu baru yang ditawarkan. Bisa saja konsumen yang datang ke suatu resto hanya ingin mengetahui suasana yang ada dan ingin mengetahui menu-menu yang ditawarkan oleh resto.

Resto Nanny's Pavillon adalah salah satu resto yang juga tidak terlepas dari adanya store atmosphere dengan ide dan konsep yang baru serta menarik. Berdiri pada tahun 2009 di Bandung, Nanny's Pavillon yang menu andalannya adalah pancake dan waffle hingga saat ini telah memiliki sebelas outlet yang tersebar di Bandung, mall-mall besar di Jakarta, dan Bali dengan konsep yang berbeda-beda untuk masing-masing outlet. Setiap outlet didesain seperti salah satu area dalam

rumah tinggal, dengan gaya dan menu khas ala French-American yang menampilkan budaya yang inspiratif dan kreatif.

TABEL 1.2
Data Costumer Traffic di Nanny's Pavillon Bandung pada tahun 2017

Bulan	Jumlah
Januari	1.389
Februari	1.043
Maret	1.137
April	1.424
Total	4.993

Sumber: Data Nanny's Pavillon Bandung, 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung di Nanny's Pavillon pada bulan Januari-April 2017 masih fluktuatif. Dapat terlihat pada setiap bulannya pengunjung Nanny's Pavillon mengalami peningkatan sebanyak 94 orang pada bulan maret sementara pada bulan april terjadi peningkatan sebanyak 287 orang. Sedangkan penurunan jumlah konsumen pada bulan februari sebanyak 346 orang. Fluktuasi jumlah pengunjung tersebut terjadi karena adanya persaingan bisnis dibidang kuliner. Banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen untuk menjadi loyal terhadap satu restoran. Beragam strategi diciptakan oleh para pemilik restoran untuk menarik pelanggan salah satu nya dapat tercipta dari suasana yang ditawarkan oleh resto tersebut.

Bandung sebagai kota pertama berdirinya Nanny's Pavillon menjadi satu-satunya outlet yang memiliki konsep paling unik diantara outlet-outlet Nanny's Pavillon lainnya. Setidaknya ada sembilan tema ruang yang ada di Paviliun Nanny itu, Teras (Terrace), Ruang Keluarga (Livingroom), Perpustakaan (Library), Ruang Makan (Dining Room), Tempat Tidur (Bedroom), Kamar Mandi (Bathroom), Ruang Menjahit (Sewing Room), Ruang Bermain (Play Room), dan juga Kebun (Garden). Hal inilah yang membuat resto Nanny's Pavillon Bandung banyak

dikunjungi oleh konsumen. Sebelum mendirikan outlet dengan konsep paling unik Nanny's Pavillon terlebih dahulu membuka outlet di empat tempat di kota Bandung yaitu IstanaPlaza, Trans studio Mall, Setiabudi, dan Taman Pramuka sebelum akhirnya menggabungkan keempat outlet tersebut dalam satu tempat yakni di daerah Martadinata Bandung.

Berikut merupakan konsep *store atmosphere* yang dimiliki resto Nanny's Pavillon antara lain :

1. Dari sisi bagian luar toko (*exterior*)

Tampilan depan dari Nanny's Pavillon tampak seperti rumah pada umumnya, namun mungkin ini yang ingin disampaikan oleh sang pemilik. Namun disamping itu, resto ini ingin menyampaikan bahwa restonya berbeda dengan resto lain dengan konsep taman dan perpustakaan di rumah.



Gambar 1.3

Store Front Resto Nanny's Pavillon

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

2. Dari sisi interior umum (*general interior*)

Ketika pengunjung memasuki area utama, maka pengunjung akan langsung merasakan suasana yang nyaman dan berbeda. Karena Dengan konsep restoran di Bandung ini ingin mengadopsi suasana seperti di keluarga Amerika Perancis yang penuh kehangatan, nyaman serta penuh

kekeluargaan. Dengan slogan “*You’re Here, You’re Family* ” ingin mengundang siapa pun yang berkunjung ke sini akan merasakan suasana kehangatan dalam sebuah rumah.

Seperti yang dijelaskan di atas, berkunjung ke sini maka kita akan seperti memasuki sebuah rumah dengan suasana yang nyaman dan penuh kekeluargaan. Ruangnya cukup luas, dengan design interior yang vintage dan dekorasi yang artistic dan lucu. Tema dari reatoran nanny’s pavillon di kota bandung ini mengambil resto dengan konsep garden dan library, dan ini berbeda dengan cabang nanny’s yang lainnya. Di Nannys bandung, setiap tempat duduk pengunjung di ruangan juga bisa dinikmati dengan beragam tema juga, seperti kamar tidur, kamar mandi, ruang main anak, ruang ibu menjahit dan yang lainnya



Gambar 1.4

General interior Resto Nanny’s Pavillon

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

3. Dari sisi tata letak toko (*store layout*)

Nanny’s pavillon memiliki beberapa area dengan *layout-layout* yang berbeda. Sehingga konsumen dapat memilih tempat dengan sesuka hati. Dengan menawarkan *layout-layout* yang berbeda disetiap area, maka

konsumenpun dapat merasakan suasana yang berbeda pula, seperti di area permainan anak, area kamar mandi, area ruang tidur, area menjahit dan area taman.



Gambar 1.5

Store layout Resto Nanny's Pavillon

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

4. Dari sisi interior (*point of purchase*) displays



Gambar 1.6

Store layout Resto Nanny's Pavillon

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Bandung memiliki berbagai macam restoran dengan keunikannya masing masing, sehingga konsumen dapat memilih restoran yang ingin dikunjungi banyak pilihan. Namun, disamping itu terkadang harapan dan keinginan konsumen tidak

tersalurkan atau tidak tercapai yang disebabkan oleh kondisi emosional. Untuk mendapatkan konsumen agar tersalurkan keinginan dan harapannya adalah dengan melakukan mempengaruhi kondisi emosional dan keinginan konsumen. *Store atmosphere* dapat digunakan untuk mempengaruhi kondisi emosional konsumen agar dapat menumbuhkan dan memperkuat keinginan, harapan dan emosional konsumen. Sehingga konsumen memilih restoran yang diinginkannya.

Ketika menerapkan strategi *store atmosphere* konsumen akan merasakan berbagai macam kondisi emosionalnya. Jika menerapkan *store atmosphere* yang tepat, konsumen akan merasakan kenyamanan dan kebahagiaan di dalam restoran, sehingga konsumen akan percaya dan suka dengan *store atmosphere* yang diterapkan. Ketika konsumen suka dan percaya dengan *store atmosphere* yang diterapkan, konsumen akan merasa puas dan dapat memungkinkan melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang. Menurut levy (Sopiah 2015:326), *Store atmosphere* adalah suatu rancangan dan suatu desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman merangsang persepsi dan emosi pelanggan, dan akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan. Resto Nanny's Pavillon menyuguhkan konsep yang berbeda dengan resto lainnya yaitu dengan konsep taman dan perpustakaan dan memberikan suasana yang hangat di dalam rumah. Sehingga konsumen akan merasa nyaman dan suka dengan konsep yang diberikan

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh *store atmosphere* yang diciptakan oleh resto Nanny's Pavillon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Resto Nanny's Pavillon di Bandung Tahun 2017”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jabarkan, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi *store atmosphere* di resto nanny's pavillon bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan resto nanny's pavillon bandung?
3. Seberapa besar pengaruh strategi *store atmospher* terhadap kepuasan pelanggan resto nanny's pavillon?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis ini adalah :

1. Untuk mengetahui konsep store atmosphere di resto nanys pavillon bandung
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap Resto Nanny's Pavillon Kota Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Aspek Akademik

Kegunaan dari hasil penelitian ini sebagai dokumentasi dan referensi guna melengkapi saran yang dibutuhkan dalam penyediaan bahan studi bagi pihak-pihak yang membutuhkan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan, dan juga dapat menjadi perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

2. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan suatu informasi yang berguna untuk penelitian selanjutnya di bidang manajemen bisnis dan strategi marketing yang menggunakan *store atmosphere*, serta dapat mengetahui pengaruh dari *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.

3. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk pihak yang terkait dalam penelitian ini untuk melakukan strategi strategi selanjutnya agar pelanggan merasa puas terhadap perusahaannya di masa yang akan datang.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, diperlukan batasan-batasan yang bertujuan untuk menjaga konsistensi dari tujuan penulisan itu sendiri, sehingga masalah yang dibahas tidak akan meluas dan pembahasan ini akan lebih terarah. Batasan dari penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan variabel *independent* yaitu *store atmosphere* dengan sub variabel *exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior (point of purchase) display*. Sedangkan untuk variabel *dependent* yaitu Kepuasan Pelanggan.
2. Objek dari penelitian ini adalah Nanny's Pavillon Bandung yang berlokasi di Jl. R.E. Martadinata No. 125, Cihapit, Bandung Wetan, Cihapit, Kota Bandung, Jawa Barat.
3. Periode penelitian: Februari - Juni 2017

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan serta terdapat data dan fakta disajikan pada bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisa data-data mengenai pengaruh *Store Atmosphere* terhadap perilaku konsumen yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan pada bab tiga.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.