



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap manusia pasti memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi agar mereka dapat bertahan hidup. Kebutuhan manusia dibagi menjadi tiga jenis, yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer menjadi jenis kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap manusia. Jika seseorang belum dapat memenuhi kebutuhan primer untuk dirinya, maka akan sulit baginya untuk dapat bertahan hidup. Kebutuhan primer terdiri atas sandang (pakaian), pangan (makanan), papan (tempat tinggal). Ketiga hal tersebut harus bisa dipenuhi oleh tiap orang. Jika salah satu dari ketiga hal tersebut tidak terpenuhi, maka akan sulit baginya untuk bisa hidup lama.

Kemudian kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang dipenuhi manusia setelah seluruh kebutuhan primer dapat terpenuhi. Contoh dari kebutuhan sekunder adalah telepon genggam, komputer, televisi, dan lain-lain. Dan yang terakhir, kebutuhan tersier merupakan pelengkap dari kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Contoh dari kebutuhan tersier adalah mobil dan motor. Jika seorang manusia masih belum dapat memenuhi kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersiernya, ia masih dapat tetap bertahan hidup.

Jika seseorang belum bisa memenuhi kebutuhan akan pakaian (sandang), orang tersebut bisa mudah terserang penyakit karena tidak ada kain yang melindungi tubuhnya dari kuman dan bakteri. Apalagi efek dari sinar matahari

langsung dalam jangka waktu lama juga bisa berdampak buruk terhadap seseorang. Kemudian, jika seseorang tidak dapat memenuhi kebutuhan akan tempat tinggal (papan), ia akan jatuh sakit karena tidak punya tempat bagi dirinya untuk dapat berteduh dalam cuaca hujan maupun panas. Dan yang paling penting, jika seseorang belum bisa memenuhi kebutuhan dirinya akan makanan (pangan), orang tersebut bisa dipastikan akan sakit karena tubuhnya tidak mendapatkan asupan gizi yang cukup untuk beraktivitas sehari-hari. Jika hal ini terus terjadi sehari-hari atau bahkan lebih dari seminggu, orang bisa meninggal karena kelaparan. Ketiga hal ini, terutama kebutuhan akan makanan, menjadi hal yang harus bisa dipenuhi oleh setiap manusia selama hidupnya. Makanan menjadi kebutuhan manusia yang tidak dapat dinomor duakan.

Melihat peluang itu, banyak pengusaha di dunia yang membuka rumah makan atau restoran. Salah satu yang terkenal sebut saja Kolonel Harland Sanders, pendiri restoran ayam goreng cepat saji *Kentucky Fried Chicken* atau KFC. Istilah restoran berasal dari bahasa Prancis, yaitu *restaurer* atau *restore*, yang artinya pembangkit tenaga (Sejarah Singkat, 2011). Saat ini sudah sangat banyak restoran yang bisa kita temui, dari restoran kecil yang ada di pinggir jalan sampai dengan restoran besar yang berada di dalam sebuah pusat perbelanjaan. Meskipun berbeda lokasi, tujuan mereka adalah satu, yaitu mendapatkan profit dengan cara memuaskan rasa lapar pelanggan dengan makanan yang disediakan.

Industri makanan, minuman, dan tembakau memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap total Pendapatan Domestik Bruto (PDB) negara Indonesia, yaitu sekitar 6,96% dan terhadap total industri non-migas sebesar 33,79%, jika dibandingkan dengan sektor industri lainnya pada triwulan I tahun 2013

(Widyasari, 2013). Jumlah dana yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk berinvestasi pada industri ini terbilang tidak sedikit. Pada tahun 2012, pemerintah menginvestasikan dananya sebesar Rp63,65 triliun untuk industri ini, meningkat dari tahun sebelumnya yang nilai investasinya sebesar Rp60,53 triliun (Widyasari, 2013).

Subsektor kuliner menyumbangkan pendapatan terbesar bagi industri kreatif di Indonesia, yaitu sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada 2011 atau sekitar Rp169,62 triliun, diikuti *fashion* dan kerajinan (Kuliner Beri, 2012). Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (Gapmmi) memprediksi bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman akan mencapai angka 8,2%, namun kenyataannya pertumbuhan industri ini mencapai angka 12,75% (Industri Makanan, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menyimpan potensi yang besar untuk terus dikembangkan bagi industri makanan dan minuman. Terlebih untuk tahun 2013 ini, pemerintah menargetkan kenaikan sebesar 8% daripada tahun sebelumnya untuk industri yang menjanjikan ini (Industri Makanan, 2013). Jika setiap tahun industri ini selalu menunjukkan kinerja yang positif secara stabil, maka akan berdampak kepada semakin besarnya kontribusi dari industri ini terhadap PDB dari negara Indonesia. Itu berarti pemerintah akan mendukung usaha yang akan dilakukan oleh para pengusaha makanan dan minuman dengan menginvestasikan dana yang menggiurkan.

Di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan, bisnis restoran mulai mewabah dan menjadi fenomena unik tersendiri. Restoran demi restoran dengan cepat hadir memadati kios-kios di pusat perbelanjaan maupun rumah toko (ruko)

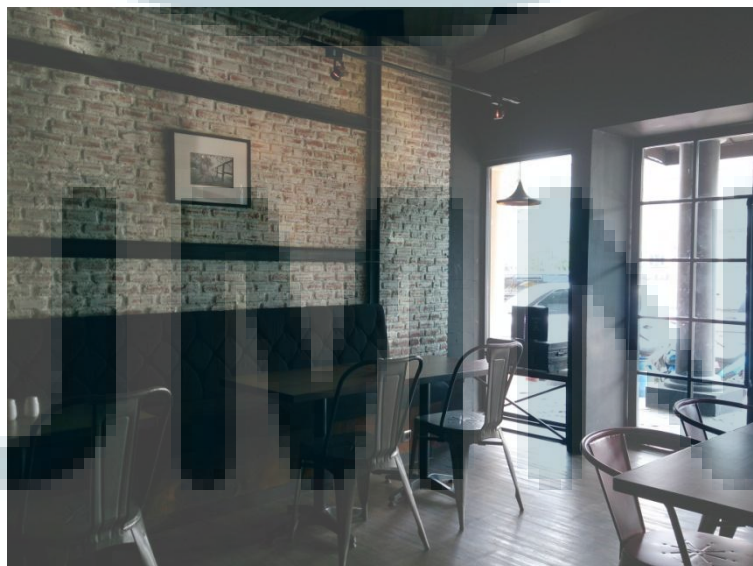
yang ada di pinggir jalan. Jenis makanan yang ditawarkan juga sangat beragam. Ada yang menawarkan makanan cepat saji, makanan Jepang seperti mie ramen dan sushi, *chinese food*, hidangan Italia, sampai dengan makanan daerah Sunda. Biasanya desain dari sebuah restoran akan dibuat sedemikian rupa supaya cocok dengan jenis makanan yang ditawarkan. Ada juga restoran yang menawarkan pengalaman menyantap makanan diiringi dengan desain interior yang unik dan sama sekali berbeda dengan desain restoran pada umumnya.

Di samping makanan berguna untuk memenuhi salah satu dari tiga kebutuhan primer manusia, restoran tempat makanan tersebut disediakan juga menjadi gaya hidup baru yang sedang berkembang di masyarakat. Jadi, selain konsumen bisa menikmati makanan yang dihidangkan oleh sebuah restoran, mereka juga dapat menghabiskan waktunya dengan bersosialisasi dan berkumpul bersama kerabat masing-masing. Desain interior dari sebuah restoran diduga menjadi salah satu pemicu seorang konsumen untuk datang dan mencicipi menu yang disediakan oleh restoran tersebut.

Jika sebuah restoran memiliki desain interior yang unik dan berbeda dengan yang lain, biasanya akan timbul rasa ingin tahu dan penasaran dari konsumen untuk paling tidak mencicipi makanan yang ditawarkan meskipun hanya sekali. Dengan desain interior restoran yang kreatif bisa membuat restoran tersebut menonjol dibandingkan yang lain dan bisa menarik banyak pelanggan (Desain Interior, 2013). Jika sebuah restoran memiliki suasana yang unik, nyaman, diiringi alunan musik yang tenang dan diimbangi dengan cita rasa makanan yang baik serta pelayanan yang memuaskan, bukan tidak mungkin

seorang konsumen untuk kembali lagi ke restoran tersebut bahkan sampai menjadi pelanggan tetap.

Dalam menentukan desain yang diinginkan untuk sebuah restoran bisa disesuaikan dengan keinginan pemilik restoran itu sendiri. Ia dapat dengan bebas berekspresi secara kreatif dalam menentukan desain restoran yang diinginkan supaya bisa mendapatkan lebih banyak pelanggan. Ada yang mendesain restorannya seperti restoran Asia dengan bentuk seperti kedai. Ada yang mendesain restorannya dengan tampilan yang sangat mewah sehingga terlihat elegan dan berkelas. Ada yang mendesain restorannya dengan tampilan klasik. Ada juga yang mendesain restorannya dengan desain sederhana namun restoran tersebut memberikan fasilitas berupa mainan, baik mainan konsol maupun mainan dalam bentuk fisik yang bisa dimainkan bersama-sama di atas meja makan. Untuk desain restoran yang terakhir, biasanya restoran tersebut ramai dikunjungi oleh remaja yang gemar berkumpul bersama teman-teman seusianya.



Gambar 1.1 Tema Klasik dalam Sebuah Restoran

Desain restoran tidak hanya dilihat dari sisi interior saja. Desain eksterior restoran juga diduga memiliki peran untuk bisa menarik perhatian konsumen. Namun desain restoran tersebut harus dapat diimbangi oleh kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang sama baiknya agar konsumen merasa senang dan terpuaskan.

Provinsi Banten, khususnya Kota Tangerang memiliki potensi yang besar bagi pengusaha kuliner. PDRB (Pendapatan Domestik Regional Bruto) atas dasar harga berlaku Provinsi Banten pada tahun 2013 adalah sebesar Rp. 244,55 triliun, sedangkan pada tahun 2012 sebesar Rp. 213,20 triliun, atau terjadi peningkatan sebesar Rp. 31,35 triliun. Peranan tiga sektor utama yakni sektor industri pengolahan, sektor perdagangan, hotel dan restoran serta pengangkutan dan komunikasi terhadap total perekonomian Banten pada tahun 2013 sekitar 74,39 persen (Pertumbuhan Ekonomi, 2014).

Selama tahun 2013, menurut PDRB atas dasar harga berlaku, sektor ekonomi yang menghasilkan nilai tambah bruto produk barang dan jasa terbesar adalah sektor industri pengolahan senilai Rp. 111,46 triliun, kemudian diikuti oleh sektor perdagangan, hotel dan restoran sebesar Rp. 47,48 triliun, dan sektor pengangkutan dan komunikasi sebesar Rp. 22,98 triliun (Pertumbuhan Ekonomi, 2014).

LAPANGAN USAHA	Nilai (miliar rupiah)		Struktur (persen)	
	2012	2013	2012	2013
	(2)	(3)	(4)	(5)
Pertanian	16,727.55	19,519.14	7.85	7.98
Pertambangan dan Penggalian	228.06	250.87	0.11	0.10
Industri Pengolahan	97,799.41	111,463.17	45.87	45.58
Listrik, Gas dan Air Bersih	8,142.22	9,215.25	3.82	3.77
Bangunan	7,913.62	9,115.33	3.71	3.73
Perdagangan, Hotel dan Restoran	40,957.99	47,485.57	19.21	19.42
Pengangkutan dan Komunikasi	20,150.70	22,981.03	9.45	9.40
Keuangan, Persewaan & Jasa Perusahaan	8,301.12	9,571.66	3.89	3.91
Jasa-Jasa	12,977.12	14,946.13	6.09	6.11
PDRB	213,197.79	244,548.14	100.00	100.00

Sumber : BPS Provinsi Banten

Gambar 1.2 Nilai Nominal dan Struktur PDRB Banten menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku, Tahun 2012-2013

Kota Tangerang letaknya berdekatan dengan Kota Jakarta yang juga merupakan ibu kota negara Indonesia. Berdasarkan data Pendapatan Domestik Regional Bruto (PRDB) tahun 2007, sektor perhotelan dan restoran memiliki kontribusi sebesar 26,81% terhadap perekonomian di Kota Tangerang Selatan (Pendapatan Regional, 2013). Kemudian pada tahun 2011, jumlah tempat wisata kuliner seperti rumah makan atau restoran di Kota Tangerang mencapai 200 buah (Statistik Daerah, 2012).

Obyek Wisata	Jumlah
Pantai	7
Situ	11
Makam	44
Belanja	3
Gedung Bioskop	2
Gelanggang Renang	6
Arena Bola Sodok	12
Diskotik	11
Hotel	5
Travel/Biro Perjalanan	20
Restoran/Rumah Makan	200
Jasa Impresariat	1

Gambar 1.3 Jumlah Tempat Rekreasi atau Objek Wisata Komersial di Tangerang
2011

Bagusnya pertumbuhan di industri restoran juga diimbangi dengan pengeluaran yang dilakukan oleh penduduk Kota Tangerang. Dari data pengeluaran rata-rata perkapita penduduk Tangerang pada tahun 2011, sebesar 47,8% dari total pengeluaran mereka digunakan untuk makanan. Sementara sisanya sebesar 52,2% digunakan untuk pengeluaran non makanan seperti fasilitas rumah tangga, aneka barang dan jasa, pakaian, dan keperluan lainnya (Statistik Daerah, 2012).

Sudah cukup banyak restoran yang memiliki desain unik di Kota Tangerang, diantaranya adalah Bong Kopitown, Nanny's Pavillon, Fun n Food, Yuma Toys Cafe, MomMilk, dan Populi Cafe. Salah satu restoran yang bisa membuat konsumen penasaran dengan desain restoran yang dimiliki adalah

Restoran Bong Kopitown. Yang membuat restoran ini menjadi menarik adalah desain restoran yang menyerupai penjara. Setiap gerai Bong Kopitown memiliki konsep yang sama. *Tagline* dari restoran yang didirikan oleh Bong Chandra ini adalah “*The Happiest Prisoner on Earth.*” Seperti dikutip dari laman Bongkopitown.com, sampai saat ini Bong Kopitown sudah memiliki lima gerai yang terletak di Jakarta dan Yogyakarta.

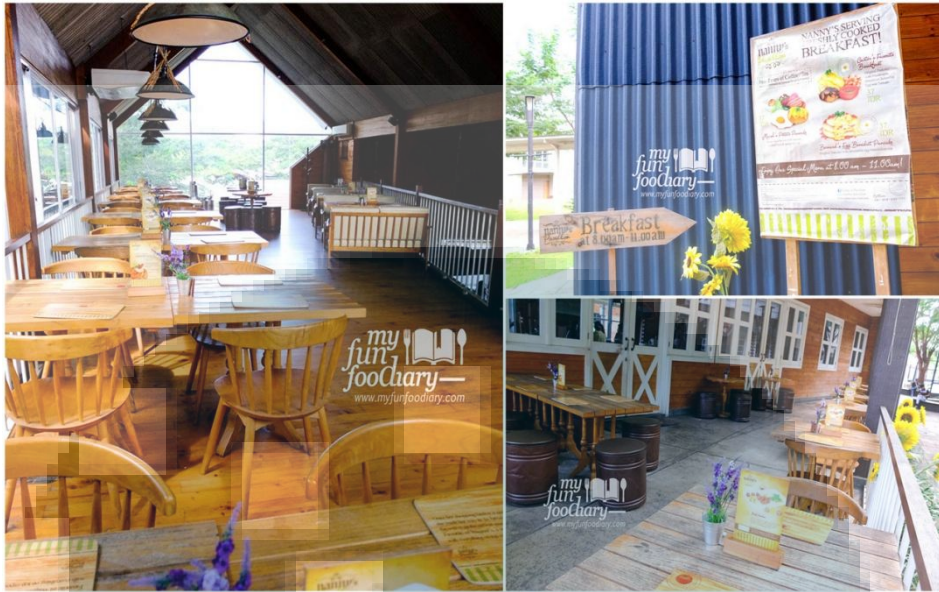
Selain Bong Kopitown, Nanny’s Pavillon merupakan restoran yang memiliki tema berbeda di setiap gerai. Fun n Food serta Yuma Toys Cafe menawarkan desain restoran yang minimalis namun memberikan pengalaman menyantap makanan sambil bermain. Khusus untuk Yuma Toys Cafe, restoran yang terletak di Gading Serpong ini tidak hanya menyediakan *board game* dan *console game* bagi pengunjungnya, mereka juga memamerkan mainan dan uniknya mainan-mainan tersebut dapat dibeli juga. MomMilk merupakan contoh restoran yang memiliki desain unik sekaligus minimalis dengan komposisi pencahayaan yang dapat dikatakan gelap namun memberikan kesan nyaman, santai, dan tenang. Sementara itu Populi Cafe merupakan restoran yang terletak di Karawaci memiliki tema klasik.

Dari sekian banyak restoran yang memiliki desain menarik, Nanny’s Pavillon hadir dengan menawarkan tema berbeda pada setiap gerainya. Nanny’s Pavillon memiliki dua belas gerai yang tersebar di daerah Bandung, Jakarta, dan Tangerang (Elisabeth, 2013). Setiap gerai memiliki konsep yang berbeda. Desain yang ditawarkan antara lain kebun, teras, ruang tamu, kamar mandi, perpustakaan, gudang, dan ruang jahit (www.nannyspavillon.com). Inilah yang membuat peneliti ingin meneliti apakah keunikan desain yang dimiliki mampu

mempengaruhi konsumennya untuk mengunjungi Restoran Nanny's Pavillon Alam Sutera lagi, menyebarkan hal-hal positif tentang Restoran Nanny's Pavillon Alam Sutera, dan merekomendasikan Restoran Nanny's Pavillon Alam Sutera kepada orang lain.



Gambar 1.4 Contoh Beberapa Gerai Nanny's Pavillon dengan Tema Kamar Mandi (*Bathroom*), Teras (*Terrace*), dan Kebun (*Garden*)



Gambar 1.5 Gerai Nanny's Pavillon di Alam Sutera, Tangerang dengan Tema Gudang Gandum (*Barn*)

Seiring berjalannya waktu, bisnis restoran milik Melissa mulai berkembang. Dalam waktu empat tahun, ia telah sukses membuka sebelas cabang. Jumlah yang terhitung banyak mengingat Melissa baru mendirikan gerai pertamanya pada tahun 2009. Di tahun 2013 ini ia juga berencana untuk mendirikan gerai ketiga belasnya di daerah Bintaro (Elisabeth, 2013). Salah satu hal yang diduga menjadi pemicu kesuksesan Melissa adalah dengan memberikan pengalaman menyantap makanan yang belum tentu bisa didapatkan di sembarang restoran.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam beberapa tahun belakangan, di Indonesia khususnya di Kota Tangerang banyak bermunculan restoran baru dengan menawarkan desain yang bermacam-macam. Dengan keunikan desain restoran yang dimiliki, baik dari sisi interior maupun eksterior dapat menarik perhatian konsumen untuk bisa mencicipi makanan yang ditawarkan oleh restoran tersebut. Matilla (2001) dalam Ryu dan Han (n.d.:2), mengindikasikan bahwa terdapat tiga alasan bagi konsumen untuk menjadi pelanggan sebuah restoran, yaitu *food quality*, *service*, dan *atmosphere*. Tiga hal seperti *atmospherics*, kualitas makanan (*food quality*), dan kualitas layanan (*service quality*) yang diberikan sebuah restoran kepada pelanggannya dapat mempengaruhi perilaku konsumen mereka pada masa mendatang.

Beberapa studi menemukan bahwa *atmospherics* memiliki pengaruh langsung terhadap *behavioral intention*. Menurut Matilla dan Wirtz (2001) serta Ryu dan Jang (2007) dalam Ha dan Jang (2012:207), menyatakan bahwa *atmospherics* merupakan prediktor dalam *behavioral intention*. Jika konsumen merasa puas, senang, dan nyaman dengan apa yang mereka rasakan dalam sebuah restoran, besar kemungkinan bagi mereka untuk kembali ke restoran tersebut, menyebarkan WOM yang positif, dan juga merekomendasikan restoran tersebut. Wall dan Berry (2007:61) menyatakan bahwa *atmospherics* dapat mempengaruhi *behavioral intention* seseorang.

Kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah restoran biasanya akan memberikan dampak tersendiri terhadap konsumennya. Dagger *et al.* (2014:1) menyatakan bahwa *service quality* memiliki dampak yang signifikan terhadap

behavioral intentions konsumen. Jika konsumen mendapatkan pelayanan yang baik dari sebuah restoran, maka besar kemungkinan mereka akan menunjukkan perilaku yang positif, seperti datang kembali, menyebarkan *word of mouth* (WOM), dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Bell *et al.* (2005) dalam Ha dan Jang (2012:206) juga menyatakan bahwa *service quality* secara signifikan mempengaruhi *behavioral intention* konsumen dalam konteks pengaturan restoran.

Kualitas dari makanan (*food quality*) yang ditawarkan restoran kepada konsumen juga menjadi hal yang harus diperhatikan. Pada zaman sekarang konsumen biasanya menilai apakah produk yang mereka dapatkan sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan karena mereka semakin kritis. Semakin baik kualitas makanan yang disajikan biasanya akan memberikan kesan tersendiri bagi konsumen. Namkung dan Jang (2007) dalam Ha dan Jang (2012:206) menemukan adanya hubungan positif antara *food quality* dengan *behavioral intentions*. Jadi, semakin baik makanan yang dihidangkan oleh sebuah restoran, akan semakin bagus juga perilaku yang konsumen tunjukkan, seperti berkunjung kembali, menyebarkan WOM yang bersifat positif, dan merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain. Begitu juga sebaliknya, jika sebuah restoran menghidangkan makanan dengan kualitas dan rasa yang tidak memadai, maka konsumen akan menunjukkan perilaku yang tidak menyenangkan seperti tidak kembali ke restoran yang bersangkutan, menyebarkan WOM yang bersifat negatif, dan juga tidak merekomendasikan restoran tersebut kepada kerabatnya. Menurut Clark dan Wood (2007), Namkung dan Jang (2007), Sulek dan Hensley (2004) dalam Ha dan Jang (2012:207), mereka mengungkapkan bahwa *food*

quality telah dianggap sebagai elemen yang sangat penting yang mempengaruhi *behavioral intention* konsumen pada masa mendatang dalam konteks pengaturan restoran.

Berdasarkan hal di atas, penulis ingin meneliti apakah terdapat hubungan positif antara *atmospherics*, *service quality*, *food quality*, dan *behavioral intention* pada konsumen dalam mengkonsumsi makanan di sebuah restoran. Meskipun tidak ada isu ataupun masalah yang terdapat di restoran Nanny's Pavillon Alam Sutera, peneliti ingin mengetahui apakah keunikan desain (*atmospherics*) tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intentions* konsumen. Maka penulis ingin membuat penelitian dengan judul : **Pengaruh *Atmospherics*, *Service Quality*, dan *Food Quality* terhadap *Behavioral Intentions* (Studi Kasus Restoran Nanny's Pavillon Alam Sutera).**

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berikut adalah beberapa pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Apakah *atmospherics* secara positif mempengaruhi *behavioral intention*?
2. Apakah *service quality* secara positif mempengaruhi *behavioral intention*?
3. Apakah *food quality* secara positif mempengaruhi *behavioral intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *atmospharics* terhadap *behavioral intention*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *behavioral intention*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *behavioral intention*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan atau informasi bagi kalangan akademis maupun masyarakat umum serta memberikan penjelasan yang valid mengenai pengaruh *atmospharics*, *service quality*, *food quality*, terhadap *behavioral intention*.

2. Manfaat kontribusi praktis

Dapat memberikan gambaran bagi pengusaha maupun pihak manajerial dari berbagai perusahaan restoran agar dapat mengambil langkah yang tepat dalam menentukan suasana restoran yang sesuai dengan keinginan mereka dengan tujuan dapat mendatangkan konsumen yang lebih banyak.

3. Manfaat bagi peneliti

Penelitian mendapatkan gambaran yang berkaitan dengan hal-hal yang paling mempengaruhi perilaku konsumen dalam industri restoran karena peneliti memiliki cita-cita untuk mendirikan restoran suatu saat nanti.

1.6 Batasan Penelitian

Mengingat luasnya cakupan pembahasan tentang *behavioral intention* dalam literatur pemasaran, peneliti membatasi ruang lingkup berdasarkan variabel dan pemilihan konteks penelitian. Pembatasan penelitian yang dipilih dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan berjumlah empat variabel, yaitu: *atmospherics*, *service quality*, *food quality*, dan *behavioral intention* (Ha dan Jang, 2012).
2. Nanny's Pavillon Alam Sutera dipilih sebagai objek penelitian karena restoran tersebut merupakan satu-satunya cabang Nanny's Pavillon yang berada di Kota Tangerang yang berkembang dengan sangat pesat.
3. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu September 2013 sampai Juni 2014.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini terbagi atas lima bab dimana masing-masing bab memiliki hubungan satu sama lain. Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi bab demi bab yang diuraikan seperti dibawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bentuk ringkas dari penjelasan mengenai keseluruhan penelitian yang diangkat. Bab pendahuluan meliputi latar belakang yang memuat hal-hal yang mengantarkan pada pokok permasalahan, rumusan masalah yang mendasari penelitian ini, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat penelitian yang diharapkan, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi penjelasan dari keseluruhan landasan teori yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan penelitian serta landasan teori penelitian terdahulu yang akan dijadikan acuan dasar teori dan analisis penelitian. Uraian tentang konsep dan teori diperoleh melalui studi kepustakaan yang bersumber dari buku dan jurnal.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan tentang gambaran umum dari objek penelitian yang diteliti, metode-metode yang digunakan, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengambilan data, serta teknik analisis yang digunakan untuk menjawab semua rumusan masalah.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran secara umum mengenai objek dan *setting* dari penelitian serta paparan hasil kuesioner mengenai **Pengaruh *Atmospherics*, *Service Quality*, dan *Food Quality* terhadap *Behavioral Intentions* (Studi Kasus Restoran Nanny's Pavillon Alam Sutera)**. Hasil dari kuesioner dihubungkan dengan teori yang terkait dalam bab II.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini memuat kesimpulan dari peneliti yang dikemukakan berdasarkan hasil penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian serta membuat saran-saran yang terkait dengan objek penelitian.

UMMN