

ABSTRAK

Lingkungan bisnis serta segala bentuk usaha di Indonesia pun mengalami perubahan terutama pada bidang kuliner. Di dunia kuliner, Bandung sendiri tak ada yang dapat menyaingi keragamannya sehingga kota Bandung juga ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner Indonesia. Hal tersebut yang mendorong para pebisnis untuk terus melakukan inovasi dan kreasi terhadap bisnis atau usahanya guna menarik perhatian konsumen, sebab konsumen tidak hanya memperhatikan dari segi produk dan harga yang ditawarkan saja melainkan perasaan nyaman ketika berada didalam sebuah gerai ataupun toko. Hal ini disadari oleh Warung Misbar yang menciptakan *store atmosphere* dengan tema perfilman Indonesia tahun 1970-1990an memiliki beberapa kekurangan seperti lahan parkir kendaraan kurang luas, hanya menggunakan kipas angin, tidak ada sekat antara pengunjung merokok dengan tidak merokok kurang sehingga pengunjung merasa panas dan aroma rokok tercium dalam ruangan dan lain-lain. Dengan beberapa masalah yang terjadi pada restoran tersebut, adapun tujuan dari penelitian adalah sejauh mana *store atmosphere* yang dilakukan oleh Warung Misbar, sejauh mana loyalitas para pengunjung Warung Misbar, dan seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan Warung Misbar.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausal dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yaitu 100 pelanggan restoran Warung Misbar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Misbar Kota Bandung. Berdasarkan analisis regresi sederhana diperoleh nilai $Y = 1,895 + 0,222.X$ sehingga nilai koefisien regresi (b) sebesar +0,222. Hal ini berarti, setiap peningkatan persepsi konsumen terhadap *store atmosphere* meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka diperidiksi loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,222 satuan. Dari analisis koefisien determinasi, maka dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 41,4%, sedangkan sisanya 58,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan sebaiknya Warung Misbar mempertahankan maupun meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penjaan, perbaikan, dan perbaharuan elemen-elemen *store atmosphere* seperti *exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior (point of purchase) display* yang diterapkan oleh restoran tersebut agar mendapatkan pelanggan baru terutama mempertahankan pelanggan yang sudah loyal.

Kata kunci: *store atmosphere*, *exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior (point of purchase) display*, loyalitas pelanggan, Warung Misbar