

**Pengaruh Store Atmosphere terhadap Store Image  
Potato Head Beach Club Seminyak – Bali**

**Nila Khrisna Puspita Sari**

Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

cnkps@ymail.com

**Abstrak** - Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap *store image* di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa diduga *store atmosphere* berpengaruh terhadap *store image* Potato Head Beach Club di Seminyak-Bali dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

**Kata kunci** : *store atmosphere, store image*

**Abstract** – *The aim of this research is to find out, test and analyzing the influence of store atmosphere to store image Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Based on the results of data processing and testing hypotheses can be concluded that the research hypothesis stated that the alleged store atmosphere affect the store image Potato Head Beach Club in Seminyak-Bali can be accepted and proven the truth.*

**Keywords:** *store atmosphere, store image*

## **PENDAHULUAN**

Dewasa ini, seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi oleh masyarakat, serta pengeluaran yang terus melambung tinggi, membuat hampir semua orang berlomba-lomba untuk membuka usaha sendiri. Dunia industri diyakini sebagai prospek yang dapat memberikan peluang dan laba yang besar bagi masa depan mereka sehingga menyebabkan munculnya banyak industri-industri baru di tanah air. Gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat perkotaan telah mengalami pergeseran karena adanya peningkatan aktivitas di luar rumah yang menyebabkan peningkatan mobilitas. Kondisi ini akhirnya membuat permintaan akan makanan jadi di luar rumah menjadi meningkat. Oleh karena alasan-

alasan tersebut di atas, maka mengembangkan bisnis restoran dengan menawarkan jasa bagi konsumen adalah salah satu pilihan yang banyak diminati saat ini karena dianggap merupakan prospek yang cerah dan pilihan yang tepat di tengah situasi perekonomian dan perkembangan jumlah penduduk saat ini.

Dalam menjalankan bisnis restoran, seringkali para pengusaha mengabaikan hal yang cukup penting yaitu mengenai penciptaan suasana, baik di luar dan di dalam ruangan. Saat ini bila konsumen mengunjungi suatu restoran, tidak hanya makanan saja yang dicari, melainkan ada keinginan untuk bersantai menikmati suasana yang nyaman. Kini dengan semakin menjamurnya jumlah restoran dan tingginya tingkat persaingan, para pengusaha restoran terus menawarkan inovasi dan terobosan baru, baik dari segi menu, konsep hingga desain interior. Untuk dapat menarik lebih banyak pengunjung, yang perlu diingat bahwa suatu restoran harus memiliki keunggulan dan daya tarik yang unik dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Keunggulan dan daya tarik tersebut dapat diciptakan salah satunya melalui interior dan eksterior, *layout*, fasilitas, pelayanan, variasi produk, promosi dan lain-lain.

WorldsBestBars.com adalah sebuah situs yang berisi informasi mengenai restoran-restoran terbaik di kota-kota besar di seluruh dunia, diciptakan dengan misi yang berkelanjutan untuk menemukan restoran terbaik yang ditawarkan di seluruh negara dan memberikan ulasan mengenai tempat-tempat bergengsi tersebut. Melalui WorldsBestBars.com banyak orang dari berbagai negara dapat berbagi tips dan saling bertukar pendapat mengenai restoran yang mereka kunjungi. Apabila suatu restoran mendapat *review* positif hingga tingkat tertentu, maka restoran tersebut akan masuk peringkat di *Readers' Top 100*. Peringkat tersebut akan selalu diperbaharui secara berkala, apabila *review* positif suatu restoran sudah tertinggal jauh dibanding restoran yang lain, maka secara otomatis akan terhapus dari daftar peringkat dan tidak terlihat lagi di situs. Potato Head Beach Club Seminyak-Bali menempati peringkat 46 di situs tersebut, serta merupakan satu-satunya restoran dari Bali dan juga satu-satunya dari Indonesia.

Potato Head Beach Club Seminyak-Bali merupakan restoran yang beroperasi mulai Desember 2010. Pemiliknya, Ronald Akili dan Jason Gunawan memiliki ketertarikan tersendiri terhadap seni dan desain sehingga akhirnya menghasilkan ide untuk membuat sebuah tempat makan yang menawarkan menu yang lezat, kenyamanan dan kepuasan serta keindahan sentuhan seni dan desain dalam semua sudut dari ruangan. Potato Head Beach Club berada di Jalan Petitenget, Seminyak-Bali 80361 dengan jam operasional setiap harinya mulai pukul 11 siang hingga pukul 2 dini hari. Bagi konsumen yang ingin memesan tempat terlebih dahulu dapat mengirim email ke [reservation@ptthead.com](mailto:reservation@ptthead.com) atau langsung menelpon ke (0361) 4737979.

Dari hasil pengolahan data sigi awal kepada 30 orang responden diperoleh fakta mengenai tanggapan terhadap *store atmosphere* dan *store image* di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Mayoritas responden mempersepsikan bahwa *store atmosphere* dan *store image* di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali menarik, dengan demikian diketahui ada indikasi *store atmosphere* berpengaruh terhadap *store image*, sehingga permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah pengaruh *store atmosphere* terhadap *store image* di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap *store image* di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali.

Menurut Cox & Brittain (2000, p.203) “*Store atmosphere can be defined as the dominant sensory effect created by the store design, physical characteristic and merchandising activities.*” Dari kata-kata tersebut diketahui bahwa *store atmosphere* dapat memberikan efek dominan ke panca indera melalui desain tempat usaha, karakteristik fisik dan aktivitas penawaran produk. Dijelaskan lebih lanjut secara lebih spesifik oleh Levy & Weitz (2004, p. 609) “*Atmospherics refers to the design of an environment via visual communications, lighting, colors, music, and scent to stimulate customers’ perceptual and emotional responses and ultimately to affect their purchase behavior*”. Dalam penelitian ini, pengukuran *store atmosphere*

menurut Bermans & Evans (2007; p.545) meliputi empat elemen yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*.

Menurut Cox & Brittain (2000, p.203) “*Store image can be defined as the customer’s perception of the store and its attribute*”. *Store image* merupakan persepsi yang dimiliki konsumen terhadap tempat usaha beserta atributnya. Persepsi konsumen tersebut didapat dari desain ke empat elemen *store atmosphere*. Pengukuran *store image* menurut Cox & Brittain (2000; p.203) meliputi enam elemen yaitu *store location*, *store layout*, *merchandise*, *pricing policy*, *promotion* dan *service*.

Menurut Bermans & Evans (2007, p.544) “*store atmosphere refers to the store’s physical characteristic that project an image and draw customer*”. *Store atmosphere* yang memiliki banyak karakteristik fisik dapat memproyeksikan dan menggambarkan *store image* kepada konsumen. Bila *store atmosphere* yang diciptakan menarik dan konsumen merasa nyaman, maka akan menciptakan citra atau *image* positif di benak konsumen. Dan sebaliknya, bila *store atmosphere* yang diciptakan tidak menarik, maka akan memberikan *image* yang negatif di mata konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bila *store atmosphere* memiliki hubungan yang searah dengan *store image* yang terbentuk.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner yang bersifat tertutup (*close ended question*) kepada konsumen Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval untuk memberikan penilaian atas serangkaian pernyataan, seperti contoh berikut ini:

Tidak Menarik      1      2      3      4      5      6      7      Menarik

Semakin besar angka yang dipilih menunjukkan penilaian yang semakin tinggi. Sedangkan semakin kecil angka yang dipilih menunjukkan penilaian yang semakin rendah.

Karakteristik responden adalah orang yang memiliki tingkat pendidikan minimal SMA yang mengunjungi, membeli dan menikmati makanan maupun minuman di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali sebanyak dua kali dalam enam bulan terakhir serta pernah mengunjungi seluruh area di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Pada penelitian ini populasi konsumen Potato Head Beach Club Seminyak-Bali tidak dapat teridentifikasi secara jelas, maka digunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis pengambilan sampel *convenience sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang responden.

Setelah selesai merancang kuesioner, akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner tersebut untuk mengukur kesesuaian pertanyaan dalam kuesioner sebagai fungsi ukur serta menguji kehandalan dan konsistensi pengukurannya. Untuk dapat melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, kuesioner disebarkan kepada 30 responden terlebih dahulu. Jika hasil korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total menunjukkan hasil yang signifikan (signifikansi kurang dari 5%), maka kuesioner tersebut dinyatakan valid. Dan jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

Apabila kuesioner dinyatakan tidak valid dan tidak reliabel, maka kuesioner harus direvisi dan kemudian diuji kembali hingga dinyatakan valid dan reliabel. Apabila kuesioner telah dinyatakan valid dan reliabel, maka penyebaran kuesioner dilanjutkan untuk mencapai jumlah sampel 100 orang responden. Setelah mendapat 100 data kuesioner yang sesuai dengan karakteristik responden yang telah ditentukan sebelumnya, akan dilakukan pengolahan data untuk mengetahui hasil dari penelitian.

Pengolahan data dilakukan dengan cara analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (*store atmosphere*) terhadap variabel dependen (*store image*) dan dengan cara analisis koefisien determinasi untuk mengukur seberapa besar variasi perubahan *store atmosphere* dapat menjelaskan variasi perubahan *store image*.

Setelah melakukan pengolahan data, kemudian dilakukan pengujian terhadap hipotesis kerja. Pengujian yang digunakan adalah uji t untuk menguji konstanta

regresi, koefisien regresi dan koefisien determinasi dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% ( $\alpha = 5\%$ ) yang artinya kesalahan karena menolak  $H_0$  padahal  $H_0$  memiliki kemungkinan benar sebesar 5%.

$H_0 : \beta = 0$ , artinya *store atmosphere* tidak mempengaruhi *store image* Potato Head Beach Club Seminyak-Bali secara signifikan

$H_1 : \beta \neq 0$ , artinya *store atmosphere* mempengaruhi *store image* Potato Head Beach Club Seminyak-Bali secara signifikan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah dilakukan pengolahan data, diketahui bahwa 100 orang responden yang mengisi kuesioner telah memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian yang sudah ditetapkan sebelumnya. Kriteria tersebut adalah orang yang memiliki tingkat pendidikan minimal SMA yang mengunjungi, membeli dan menikmati makanan maupun minuman di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali sebanyak dua kali dalam enam bulan terakhir serta pernah mengunjungi seluruh area di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan dari responden akan pernyataan-pernyataan variabel *store atmosphere* dan *store image*, maka dilakukan pengolahan data atas seluruh kuesioner. Berikut ini ditampilkan hasil tanggapan responden terhadap pernyataan variabel *store atmosphere* pada tabel 1. Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa elemen-elemen yang membentuk variabel *store atmosphere* memiliki nilai yang baik, sehingga dapat dipersepsikan *store atmosphere* Potato Head Beach Club Seminyak-Bali menarik bagi konsumen yang akan berkunjung.

Dari elemen *exterior*, mayoritas responden menyatakan bahwa desain eksterior Potato Head Beach Club Seminyak-Bali menarik, papan nama Potato Head Beach Club Seminyak-Bali cukup jelas, dan lahan parkir yang disediakan Potato Head Beach Club Seminyak-Bali bagi konsumen cukup luas. Dari elemen *general interior*, mayoritas responden menyatakan bahwa desain interior Potato Head Beach Club

Seminyak-Bali menarik, pencahayaan di dalam ruangan Potato Head Beach Club Seminyak-Bali nyaman, musik yang diputar di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali sesuai dengan nuansa yang ditawarkan, dan ruangan di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali bersih. Dari elemen *store layout*, mayoritas responden menyatakan bahwa konsumen di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali memiliki ruang gerak yang leluasa. Dari elemen *interior display*, mayoritas responden menyatakan bahwa tampilan buku menu Potato Head Beach Club Seminyak-Bali cukup menarik.

**Tabel 1**  
**Hasil Tanggapan Responden**  
**terhadap Pernyataan Variabel *Store Atmosphere***

No	Pernyataan	Mean SA <sub>1</sub>	SD SA <sub>1</sub>	Elemen	Mean SA <sub>2</sub>	SD SA <sub>2</sub>
1	Kemenarikan desain eksterior	5,25	1,417	<i>Exterior</i>	4,87	1,428
2	Kejelasan papan nama	4,85	1,366			
3	Keluasan lahan parkir	4,52	1,501			
4	Kemenarikan desain interior	5,28	1,319	<i>General Interior</i>	5,23	1,353
5	Kenyamanan pencahayaan	5,17	1,223			
6	Kesesuaian musik dengan nuansa	5,00	1,557			
7	Kebersihan ruangan	5,47	1,314			
8	Keleluasaan ruang gerak bagi konsumen	5,41	1,147	<i>Store Layout</i>	5,41	1,147
9	Kemenarikan tampilan buku menu	4,84	1,405	<i>Interior Display</i>	4,84	1,405
Rata-Rata Total					5,08	1,333

Sumber: hasil olah data SPSS 18.0 for Windows, September 2013

Keterangan:

Mean SA<sub>1</sub> = Rata-rata dari masing-masing pernyataan *store atmosphere*

SD SA<sub>1</sub> = Standar deviasi dari masing-masing pernyataan *store atmosphere*

Mean SA<sub>2</sub> = Rata-rata dari setiap elemen *store atmosphere*

SD SA<sub>2</sub> = Standar deviasi dari setiap elemen *store atmosphere*

Indikator *store atmosphere* yang mendapat tanggapan terendah adalah keluasan lahan parkir dengan nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,52. Sedangkan indikator *store atmosphere* yang mendapat tanggapan tertinggi adalah kebersihan ruangan dengan nilai rata-rata jawaban responden adalah 5,47. Nilai rata-rata elemen

*exterior* dari tiga indikator adalah 4,87. Nilai rata-rata elemen *general interior* dari empat indikator adalah 5,23. Nilai elemen *store layout* adalah 5,41 dan nilai elemen *interior display* adalah 4,84. Sedangkan nilai rata-rata total untuk variabel *store atmosphere* adalah 5,08 sehingga dapat dikatakan tanggapan responden adalah positif.

Kemudian berikut ini ditampilkan pula hasil tanggapan responden terhadap pernyataan variabel *store image*. Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa elemen-elemen yang membentuk variabel *store image* memiliki nilai yang baik, sehingga dapat dipersepsikan Potato Head Beach Club Seminyak-Bali memiliki *store image* yang baik di mata konsumennya. Dari elemen *store location*, mayoritas responden menyatakan bahwa lokasi Potato Head Beach Club Seminyak-Bali mudah dijangkau. Dari elemen *store layout*, mayoritas responden menyatakan bahwa tata letak ruangan Potato Head Beach Club Seminyak-Bali nyaman. Dari elemen *merchandise*, mayoritas responden menyatakan bahwa menu yang ditawarkan Potato Head Beach Club Seminyak-Bali cukup beraneka ragam, produk yang ditawarkan Potato Head Beach Club Seminyak-Bali tersedia saat dipesan dan rasa dari produk yang dijual di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali lezat. Dari elemen *pricing policy*, mayoritas responden menyatakan bahwa perbandingan harga dan kualitas produk yang ditawarkan di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali cukup sesuai. Dari elemen *promotion*, mayoritas responden menyatakan bahwa acara yang diadakan di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali cukup menarik. Dari elemen *service*, mayoritas responden menyatakan bahwa layanan yang diberikan Potato Head Beach Club Seminyak-Bali ramah.

Indikator *store image* yang mendapat tanggapan terendah adalah kesesuaian harga dan kualitas produk yang ditawarkan dengan nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,42. Sedangkan indikator *store image* yang mendapat tanggapan tertinggi adalah ketersediaan produk saat dipesan dengan nilai rata-rata jawaban responden adalah 5,41. Nilai elemen *store location* adalah 5,29. Nilai elemen *store layout* adalah 5,35. Nilai rata-rata elemen *merchandise* dari tiga indikator adalah 5,23. Nilai elemen



*pricing policy* adalah 4,42. Nilai elemen *promotion* adalah 4,95 dan nilai elemen *service* adalah 5,09. Sedangkan nilai rata-rata total untuk variabel *store image* adalah 5,00 sehingga dapat dikatakan tanggapan responden adalah positif.

**Tabel 2**  
**Hasil Tanggapan Responden**  
**terhadap Pernyataan Variabel *Store Image***

No	Pernyataan	Mean SI <sub>1</sub>	SD SI <sub>1</sub>	Dimensi	Mean SI <sub>2</sub>	SD SI <sub>2</sub>
1	Kemudahan menjangkau lokasi	5,29	1,423	<i>Store Location</i>	5,29	1,423
2	Kenyamanan tata letak ruangan	5,35	1,290	<i>Store Layout</i>	5,35	1,290
3	Keanekaragaman menu yang ditawarkan	4,92	1,447	<i>Merchandise</i>	5,23	1,344
4	Ketersediaan produk saat dipesan	5,41	1,349			
5	Kelezatan rasa dari produk yang dijual	5,37	1,236			
6	Kesesuaian harga dan kualitas produk yang ditawarkan	4,42	1,577	<i>Pricing Policy</i>	4,42	1,577
7	Kemenarikan acara yang diadakan	4,95	1,553	<i>Promotion</i>	4,95	1,553
8	Keramahan layanan yang diberikan	5,09	1,505	<i>Service</i>	5,09	1,505
Rata-Rata Total					5,00	1,467

Sumber: hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*, September 2013

Keterangan:

Mean SI<sub>1</sub> = Rata-rata dari masing-masing pernyataan *store image*

SD SI<sub>1</sub> = Standar deviasi dari masing-masing pernyataan *store image*

Mean SI<sub>2</sub> = Rata-rata dari setiap elemen *store image*

SD SI<sub>2</sub> = Standar deviasi dari setiap elemen *store image*

Dari hasil regresi linier sederhana antara variabel *store atmosphere* dan variabel *store image* diperoleh hasil regresi linear sederhana sebagai berikut:

^

$$SI = 0,455 SA$$

Nilai koefisien regresi variabel *store atmosphere* dapat dilihat dari nilai *standardized coefficients* yaitu sebesar 0,455. Hal tersebut memiliki arti jika nilai variabel *store atmosphere* mengalami kenaikan atau penurunan, maka variabel *store image* juga akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,455. Dengan demikian dapat

diketahui bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap *store image* di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali sebesar 0,455. Kemudian dari hasil analisis koefisien determinasi didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Nilai Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 <sup>a</sup>	.207	.199	.80853

Sumber: hasil olah data SPSS 18.0 for Windows, September 2013

Dari hasil regresi dan pengolahan data pada tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) adalah sebesar 0,207. Hal tersebut berarti variasi *store atmosphere* tidak cukup mampu menjelaskan variasi *store image* di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Variasi *store atmosphere* hanya mampu menjelaskan variasi *store image* sebesar 20,7% sedangkan 79,3% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *store image* adalah karakteristik konsumen dan kepuasan *post-transaction*.

Berdasarkan jenis penelitian dan aras pengukuran, maka pengujian yang digunakan adalah uji t untuk menguji konstanta regresi, koefisien regresi dan koefisien determinasi dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji t lebih kecil dari 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.  $H_1$  memiliki arti bahwa *store atmosphere* mempengaruhi *store image* Potato Head Beach Club Seminyak-Bali secara signifikan.

**Tabel 11**  
**Hasil Nilai Uji T**

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
Store Atmosphere	.455	5.057	.000

Sumber: hasil olah data SPSS 18.0 for Windows, September 2013

Nilai koefisien regresi variabel *store atmosphere* dapat dilihat dari nilai *standardized coefficients* yaitu sebesar 0,455. Hal tersebut memiliki arti jika nilai variabel *store*

*atmosphere* mengalami kenaikan atau penurunan, maka variabel *store image* juga akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,455. Dapat dilihat bahwa terdapat hubungan yang positif antara *store atmosphere* dengan *store image* di Potato Head Beach Club Seminyak-Bali. Nilai uji t antara *store atmosphere* dan *store image* adalah sebesar 5,057 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menyatakan bahwa nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,005 (5%) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang mengatakan bahwa diduga *store atmosphere* berpengaruh terhadap *store image* Potato Head Beach Club di Seminyak-Bali telah terbukti benar.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pengujian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa diduga *store atmosphere* berpengaruh terhadap *store image* Potato Head Beach Club di Seminyak-Bali telah terbukti benar. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variasi *store atmosphere* mampu menjelaskan variasi *store image* Potato Head Beach Club Seminyak-Bali sebesar 20,7% sedangkan 79,3% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tanggapan responden terhadap *store atmosphere* pada Potato Head Beach Club Seminyak-Bali dapat dikatakan menarik. Sedangkan hasil tanggapan responden mengenai *store image* Potato Head Beach Club Seminyak-Bali dipersepsikan memiliki citra yang baik.

Semua aspek *store atmosphere* telah mendapat tanggapan yang baik, namun ada satu aspek yaitu keluasan lahan parkir mendapat nilai rata-rata terendah dibandingkan aspek yang lain, tanggapan tersebut sudah dapat dipersepsikan baik, namun masih dapat ditingkatkan agar menjadi semakin baik lagi. Sangat baik apabila pihak Manajemen Potato Head Beach Club Seminyak-Bali dapat memperluas lahan parkir yang ada sekarang sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan tempat parkir dan dapat merasa aman meninggalkan kendaraannya. Sedangkan semua aspek *store image* juga telah mendapat tanggapan yang baik, namun ada satu aspek yaitu kesesuaian harga dan kualitas produk yang ditawarkan mendapat nilai rata-rata

terendah dibandingkan aspek yang lain, tanggapan tersebut sudah dapat dipersepsikan baik, namun masih dapat ditingkatkan agar menjadi semakin baik lagi. Sangat baik apabila pihak Manajemen Potato Head Beach Club Seminyak-Bali dapat menambah variasi isi dari setiap menu atau memperbesar porsi produk yang dijual.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berman, Barry and Joel R. Evans, 2007, *Retailing Management: A Strategic Approach*, Tenth Edition, Prentice Hall International Inc., New Jersey.

Cox, Roger and Paul Brittain, 2000, *Retail Management*, Fourth Edition, Pearson Professional, Great Britain.

Jurusan Manajemen FBE Ubaya, 2011, *Pedoman Penulisan Skripsi Jurusan Manajemen*, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya

Levy, Michael and Barton A. Weitz, 2004, *Retailing Management*, Fifth Edition, McGraw-Hill/Irwin Companies Inc., New York.

Maholtra, Naresh K, 2009, Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1, Edisi Keempat, PT. Indeks, Indonesia.

Mulyono, Budi, 2012, Pengaruh Store Atmosphere terhadap Store Image Restoran Boncafe di Manyar Kertoarjo Surabaya, *Skripsi*, Universitas Surabaya.

Schlosser, Ann E, 1998, Applying the Functional Theory of Attitudes to Understanding the Influence of Store Atmosphere on Store Inferences, *Journal of Consumer Psychology* 7(4), p. 345-369, Lawrence Erlbaum Associates Inc.

<http://www.bali.bps.go.id> diunduh pada tanggal 24 Juli 2013

<http://myfatmawati.wordpress.com/franchise-opportunity/> diunduh pada tanggal 24 Juli 2013

<http://www.worldsbestbars.com> diunduh pada tanggal 26 Juli 2013

<http://www.ptthead.com> diunduh pada tanggal 26 Juli 2013