

PENGARUH *STORE LAYOUT*, *INTERIOR DISPLAY*, *HUMAN VARIABLE* TERHADAP *CUSTOMER SHOPPING ORIENTATION* DI RESTORAN DEWANDARU SURABAYA

Fransisca Andreani, Monika Kristanti, Adiguna Yapola
Faculty of Economics, Petra Christian University, Surabaya, Indonesia
Email: andrea@peter.petra.ac.id; mkristi@peter.petra.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store layout*, *interior display*, *human variable* terhadap *customer shopping orientation* pada restoran Dewandaru Surabaya. Analisis kausalitas digunakan dengan teknik *judgement sampling* yang melibatkan 150 sampel. Analisis regresi digunakan untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store layout*, *interior display*, *human variable* berpengaruh secara serempak dan parsial terhadap *customer shopping orientation* pada restoran Dewandaru Surabaya. Di antara ketiga variabel tersebut, *store layout* merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi *customer shopping orientation* restoran Dewandaru Surabaya.

Kata kunci: *Store Layout*, *Interior Display*, *Human Variable*, *Customer Shopping Orientation*.

Abstract

This study is to determine the effects of *store layout*, *interior displays*, *human variable* toward *customer shopping orientation* in Dewandaru Restaurant Surabaya. It is a causal analysis using *judgement sampling* with 150 samples. Regression analysis is used to find to show that *store layout*, *interior display*, *human variable* influence *customer shopping orientation* simultaneously and partially in Dewandaru Restaurant Surabaya. Among these three variables, *store layout* is the most dominant variable that influences *customer shopping orientation* in Dewandaru Restaurant Surabaya.

Keywords: *Store Layout*, *Interior Display*, *Human Variable*, *Customer Shopping Orientation*.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia (Nonto, 2006). Berbagai *outlet* yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk banyak bermunculan, dari yang sederhana hingga yang mewah. Hal ini disebabkan karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi manusia. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa alasan rasional *outlet* makanan tumbuh karena para pebisnis makanan bisa mengantongi keuntungan bersih minimal 50% setelah dikurangi biaya operasional (Sari, 2005).

Pertumbuhan pesat di industri makanan, khususnya restoran membuat pebisnis sadar akan posisi persaingan industri sehingga mereka harus mempertahankan keunggulan bersaing. Hal ini sangat penting bagi suatu usaha dalam mempertahankan pelanggan dan keberadaannya di industri makanan.

Keunggulan bersaing ini bisa menjadi faktor yang membedakannya dengan pesaing.

Diferensiasi dan usaha pemasaran yang inovatif dapat digunakan untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Salah satu usaha pemasaran yang inovatif adalah kreativitas dalam menciptakan suasana/ lingkungan restoran yang unik. Ini sangat penting mengingat dewasa ini seseorang berbelanja bukan hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang atau jasa, tapi merupakan kegiatan untuk mengisi waktu, rekreasi, hiburan atau bahkan untuk melepas stress (Ma'ruf, 2006). Selain *store layout* dan *interior display* faktor lain yang ikut dipertimbangkan pelanggan adalah *human variable* (Turley & Milliman, 2000).

Restoran Dewandaru di jalan Mayjen Sungkono, Surabaya merupakan salah satu dari sekian banyak restoran yang memiliki citra yang unik. Citra ini disampaikan melalui *store layout* yang menarik, desain interiornya yang unik dengan menggunakan benda-benda benuansa budaya tradisional yang