

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA *KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)* DI OTISTA JAKARTA TIMUR

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND CUSTOMER EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION OF KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) IN OTISTA, EAST JAKARTA

Oleh :

Fitri Khairul Nisa

2022410043

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2026

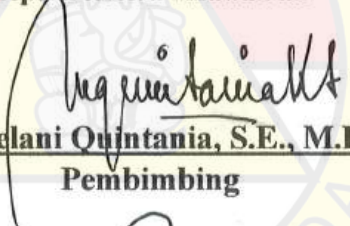
PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA *KENTUCKY FRIED CHICKEN* (KFC) DI OTISTA JAKARTA TIMUR

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND CUSTOMER EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION OF KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) IN OTISTA, EAST JAKARTA

Oleh :
Fitri Khairul Nisa
2022410043

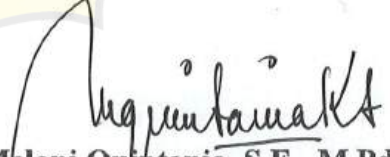
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 4 Agustus 2026
Seperti tertera dibawah ini


Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd.
Pembimbing

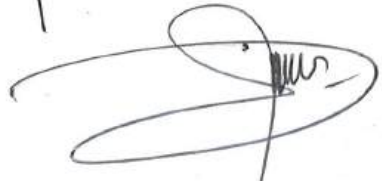

Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.
Penguji I


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji II


Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd.
Penguji III



Dr. Sukardi, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi


Dedi Damhudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri Khairul Nisa

NIM : 2022410043

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Pada *Kentucky Fried Chicken (KFC)* di *Otista Jakarta Timur*”** yang disusun di bawah bimbingan Ibu Dr. Melani Quintania S.E., M.Pd. sepenuhnya merupakan hasil karya tulis saya pribadi. Naskah ini tidak menyalin atau menjiplak karya orang lain dalam bentuk apa pun. Jika di kemudian hari terbukti terdapat ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya siap menerima dan mempertanggungjawabkan konsekuensinya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 29 Juni 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Fitri Khairul Nisa
2022410043

ABSTRAK

Industri restoran cepat saji yang semakin ketat menuntut perusahaan agar meningkatkan pemasaran untuk mempertahankan pelanggan. Kondisi ini mendorong perusahaan restoran cepat saji untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif, seperti *store atmosphere* dan membangun *customer experience*, guna memengaruhi *revisit intention* konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan *customer experience* terhadap *revisit intention* pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Otista Jakarta Timur. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner pada 100 responden dengan teknik sampling *purposive sampling (non-probability sampling)*, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear dengan bantuan SPSS Ver.26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama, *store atmosphere* dan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* dengan kontribusi sebesar 63,2% sedangkan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Secara parsial, *store atmosphere* berkontribusi sebesar 52,5% dan *customer experience* 61% terhadap *revisit intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa *atmosphere* yang menarik dan *experience* yang dialami pelanggan memuaskan dapat mendorong *revisit intention*.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Customer Experience, Revisit Intention*

ABSTRACT

The increasingly competitive fast-food industry compels companies to enhance their marketing efforts to retain customers. This environment drives fast-food companies to implement effective marketing strategies—such as managing store atmosphere and cultivating the customer experience—to influence consumers' intention to revisit. This study aims to analyze the impact of store atmosphere and customer experience on the revisit intention of customers at the Kentucky Fried Chicken (KFC) outlet in Otista, East Jakarta. A quantitative research method was employed, utilizing questionnaires distributed to 100 respondents selected via purposive sampling (a non-probability sampling technique); the data were subsequently analyzed using linear regression with SPSS Version 26. The results indicate that store atmosphere and customer experience, acting together, have a positive and significant influence on revisit intention, contributing 63.2% to the outcome, while the remaining 36.8% is attributed to other factors. Individually, store atmosphere contributed 52.5% and customer experience contributed 61% to revisit intention. These findings demonstrate that an appealing store atmosphere and a satisfying customer experience can foster the intention to revisit.

Keywords: Store Atmosphere, Customer Experience, Revisit Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik serta tidak ada hambatan kesulitan baik teknis maupun non-teknis. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Otista Jakarta Timur”** skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan kelulusan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan motivasi secara moril maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama penyusunan skripsi ini. Dukungan Ibu tidak hanya membantu saya menyelesaikan skripsi ini, tetapi juga menginspirasi saya untuk terus belajar dan berkembang.
2. Bapak Dr. Sukardi, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama masa pendidikan di tingkat

sarjana serta staff tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu proses dalam tahap perkuliahan.

5. Terkhususnya penulis persembahkan kepada kedua orangtua tersayang. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, cinta kasih yang diberikan, serta perjuangan dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, berkorban keringat, tenaga dan pikiran. Terima kasih telah mendidik penulis dan selalu memberikan motivasi, pengertian serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan studinya hingga memperoleh gelar Sarjana.
6. Kepada Kakak penulis Andi Winarta, Dwi Astuti Ningsih, saudara kembar Fahri Khairul Arifin, Kakak ipar Eccy Novitasari, kedua keponakan Raffaza dan Rafif, terimakasih atas doa dan dukungannya yang telah menemani penulis disegala kondisi sampai menyelesaikan studinya hingga Sarjana.
7. Untuk teman seperjuangan penulis Dea, Elis, Salsa, Echa yang selalu kebersamai selama masa perkuliahan dan tak pernah henti saling menyemangati satu sama lain. *See you on top, guys!*
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas semua dukungan, pengertian, dan bantuan yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini berlangsung.

Jakarta, 29 Juni 2026



Fitri Khairul Nisa

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	18
1.2.1 Identifikasi Masalah	18
1.2.2 Batasan Masalah.....	20
1.2.3 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	24
2.1 Landasan Teori	24
2.1.1 Pemasaran.....	24
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	25
2.1.3 Bauran Pemasaran	26
2.1.4 Perilaku Konsumen	29

2.1.5 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	31
2.1.6 Pengertian <i>Customer Experience</i>	33
2.1.7 Pengertian <i>Revisit Intention</i>	36
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran	48
2.4 Hipotesis Penelitian	50
2.5 Paradigma Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Metode Yang Digunakan	52
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	53
3.3 Operasional Variabel.....	53
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	57
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	57
3.4.2 Cara Penentuan Data	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6 Teknik Pengukuran Data	63
3.7 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	64
3.7.1 Uji Keabsahan Data.....	64
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	65
3.7.3 Alat dan Analisis Data.....	67
3.7.4 Uji Hipotesis.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
4.1.1 Sejarah Singkat <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC)	73
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	74

4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	77
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	78
4.2.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	79
4.3 Uji Keabsahan Data.....	84
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.5 Alat Analisis	94
4.6 Uji Hipotesis.....	100
4.7 Pembahasan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Restoran Cepat Saji	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Operasional Variabel	54
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	63
Tabel 3.3 Nilai Koefisien Korelasi	70
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	75
Tabel 4.2 Usia Responden	76
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	77
Tabel 4.4 Status Pekerjaan Responden	78
Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan Responden	79
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	85
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i>	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Revisit Intention</i>	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	91
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	93
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	94
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel <i>Store Atmosphere Terhadap Revisit Intention</i>	95
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel <i>Customer Experience Terhadap Revisit Intention</i>	96
Tabel 4.17 Hasil Uji Korelasi	97
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Berganda	98
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) <i>Store Atmosphere Terhadap Revisit Intention</i>	99
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) <i>Customer Experience Terhadap Revisit Intention</i>	99

Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (F).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial (t).....	102
Tabel 4.23 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	103



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kinerja Industri Makanan dan Minuman	2
Gambar 1.2 Wilayah Operasional KFC di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Total Penjualan KFC	7
Gambar 1.4 Pendapatan dan Kerugian KFC	8
Gambar 1.5 Jumlah Gerai KFC.....	9
Gambar 1.6 Suasana Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC)	11
Gambar 1.7 <i>Review</i> Pelanggan <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC) Otista.....	15
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	51
Gambar 4.1 Logo <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC)	73
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal	89
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	92

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Data Responden.....	121
Lampiran 3 Hasil Tabulasi <i>Store Atmosphere</i> (X_1)	142
Lampiran 4 Hasil Tabulasi <i>Customer Experience</i> (X_2).....	145
Lampiran 5 Hasil Tabulasi <i>Revisit Intention</i> (Y)	148
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif.....	151
Lampiran 7 Tabel R.....	161
Lampiran 8 Tabel F	163
Lampiran 9 Tabel t	164
Lampiran 10 Tabel <i>Durbin – Watson</i>	165
Lampiran 11 Hasil <i>Output</i> Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> (X_1).....	166
Lampiran 12 Hasil <i>Output</i> Uji Validitas <i>Customer Experience</i> (X_2)	167
Lampiran 13 Hasil <i>Output</i> Uji Validitas <i>Revisit Intention</i> (Y).....	168
Lampiran 14 Hasil <i>Output</i> Uji Reliabilitas	169
Lampiran 15 Hasil <i>Output</i> Regresi Linear Berganda.....	170
Lampiran 16 Hasil <i>Output</i> Regresi Linear Sederhana	177
Lampiran 17 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara <i>Online</i>	179
Lampiran 18 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara <i>Offline</i>	180
Lampiran 19 Ulasan Data <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC)	181
Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup.....	186
Lampiran 21 Bimbingan Skripsi	187