

ABSTRAK

Perkembangan bisnis restoran saat ini berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dengan banyak bermunculan restoran-restoran baru yang menawarkan keistimewaan dan keunikannya masing-masing. Persaingan bisnis restoran menjadi semakin ketat dan menyebabkan konsumen lebih selektif dalam memilih restoran sesuai dengan yang diinginkan.

Restoran Atom Baru merupakan restoran yang telah lama berdiri. Namun saat ini restoran Atom Baru saat ini berada ditahap penurunan. Hal ini dapat dilihat dari turunnya jumlah konsumen. Untuk itu perlu dilakukan perbaikan strategi pemasaran agar restoran dapat meningkatkan jumlah konsumennya.

Dari kedua hasil uji *crosstabs* antara ketertarikan terhadap restoran baru dengan restoran yang sering dikunjungi dan antara perilaku konsumen pengunjung restoran dengan restoran yang sering dikunjungi, dengan *chisquare* dibawah 0,05, dapat disimpulkan bahwa ada asosiasi antara keduanya, yaitu tingkat loyalitas konsumen restoran rendah atau tidak setia dan cenderung suka berpindah-pindah. Karena perilaku konsumen pengunjung restoran adalah suka berpindah-pindah dan bila ada restoran baru akan pasti tertarik dan mungkin tertarik, maka tidak dapat diambil salah satu restoran untuk dijadikan pedoman dalam memperbaiki strategi pemasaran restoran Atom Baru.

Dari hasil MDS dengan tingkat stress 0,00016 dan $RSQ = 1$ didapat bahwa posisi restoran Atom Baru berdekatan dengan posisi restoran Hongkong. Posisi restoran Rasa Sayang berdekatan dengan posisi restoran Samudra. Sedangkan posisi restoran EMA jauh dari keempat restoran yang lain.

Dilakukan perbaikan pada restoran Atom Baru. Untuk variabel variasi menu restoran Atom Baru (mean 4,42) dilakukan perbaikan dengan melihat restoran EMA (mean 2,06), untuk variabel kualitas pelayanan restoran Atom Baru (mean 6,87) dilakukan perbaikan dengan melihat restoran Rasa Sayang (mean 1,90), untuk variabel suasana restoran Atom Baru (mean 6,90) dilakukan perbaikan dengan melihat restoran EMA (mean 2,32), dan untuk variabel rasa restoran Atom Baru (mean 3,45) dilakukan perbaikan dengan restoran Rasa Sayang (mean 1,32).

Dari informasi yang diperoleh, akan dilakukan sebagai acuan dalam melakukan perbaikan dan menyusun strategi pemasaran bagi restoran Atom Baru.