

Penerapan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Untuk Menganalisis Kepuasan Konsumen terhadap *Store Atmosphere* (Studi Kasus: Restoran Alam Sunda Gadog)

**Suci Nuralita¹, Endang Silaningsih², Mochammad Reza³, Ibnu Athoillah Al Faqih⁴,
Oci Sulastri Sipayung⁵**

¹²³⁴Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Djuanda Bogor, ⁵Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Palangkaraya, Indonesia

Email: sucinuralita24@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap *store atmosphere* yang disediakan oleh Restoran Alam Sunda Gadog serta mengidentifikasi atribut-atribut yang menjadi keunggulan dan kelemahan berdasarkan *store atmosphere* dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Subjek penelitian ini adalah konsumen Restoran Alam Sunda Gadog, dengan teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling*. Penelitian ini melibatkan 50 konsumen sebagai sampel. Data dianalisis menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk menentukan apakah elemen-elemen *store atmosphere* seperti *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* mempengaruhi kepuasan konsumen di Restoran Alam Sunda Gadog. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap *store atmosphere* di Restoran Alam Sunda Gadog mencapai 79%, yang menunjukkan bahwa konsumen merasa "puas". Untuk meningkatkan kualitas *store atmosphere* secara lebih optimal, pihak restoran perlu segera memperbaiki beberapa atribut, seperti desain restoran dari luar agar terlihat menarik, dan menawarkan variasi produk yang lebih beragam.

Kata kunci: *Store atmosphere*, Restoran *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Abstract

The aim of this study is to analyze customer satisfaction with the store atmosphere provided by Restoran Alam Sunda Gadog and to identify the attributes that constitute strengths and weaknesses based on the store atmosphere using the Importance Performance Analysis (IPA) method. The subjects of this research are customers of Restoran Alam Sunda Gadog, sampled using accidental sampling with a sample size of 50 consumers. Data were analyzed using Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) to determine whether elements of the store atmosphere such as exterior, general interior, store layout, and interior display affect customer satisfaction at Restoran Alam Sunda Gadog. Based on the research findings, it can be concluded that customer satisfaction with the store atmosphere at Restoran Alam Sunda Gadog reaches 79%, indicating that customers feel "satisfied." To enhance the quality of the store atmosphere more effectively, the restaurant should promptly address several attributes, such as making the exterior restaurant design more appealing and offering a more diverse range of products.

Keywords: *Store atmosphere, Restaurant, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI)*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan waktu, pendekatan bisnis perusahaan juga telah berubah. Di era globalisasi saat ini, kita menyadari pentingnya fokus pada konsep bisnis yang berorientasi pada konsumen. Teori ini menegaskan bahwa konsumen memegang peran krusial dalam menentukan kesuksesan bisnis, sebab mereka memiliki kekuatan untuk membangun atau menghancurkan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, sebagai pelaku usaha di berbagai sektor, kita harus selalu tanggap terhadap perubahan yang terjadi dan menjadikan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang menentukan kelangsungan bisnis. Kualitas restoran dan kinerja pelayanan (*Service Quality*) memainkan peran krusial dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Untuk mengukur kepuasan konsumen dan menilai kualitas layanan, perusahaan perlu menggunakan metode yang tepat. Salah satu metode efektif untuk mengukur kepuasan konsumen adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Dibandingkan dengan metode lain, IPA memiliki sejumlah keunggulan, di antaranya: IPA dapat mengidentifikasi atribut produk atau layanan yang perlu ditingkatkan atau dikurangi untuk mempertahankan kepuasan konsumen, IPA menggunakan skala yang mudah dipahami oleh responden, biaya pelaksanaan IPA relatif terjangkau dibandingkan metode lain, hasil IPA mudah diinterpretasikan dan dipahami oleh semua pihak yang terlibat. Selain IPA, *Customer Satisfaction Index* (CSI) juga

dapat digunakan untuk mendukung perbaikan atribut produk atau layanan. CSI mengevaluasi seberapa puasny konsumen terhadap kinerja produk atau layanan sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen tercapai ketika produk atau layanan memenuhi harapan mereka. Hal ini penting untuk menjaga loyalitas konsumen dan mendorong pembelian berulang. Namun, untuk mencapai kepuasan yang lebih tinggi, perusahaan perlu berusaha untuk melampaui harapan konsumen. Kepuasan konsumen adalah kunci untuk mencapai kesuksesan bisnis. Dengan mengukur dan memahami kepuasan konsumen melalui metode seperti IPA dan CSI, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Restoran dan rumah makan menyajikan berbagai pilihan makanan dan minuman untuk memenuhi selera para konsumen. Keunikan restoran, seperti hidangan khas daerah, hiburan musik, atau desain interior yang instagramable, dapat menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung (Maulani, 2022). Jumlah restoran yang melimpah di Bogor memicu persaingan ketat, menuntut para pengusaha untuk meningkatkan daya saing. Kesamaan produk dan harga mendorong mereka untuk mencari strategi menarik minat dan perhatian konsumen. Suasana restoran (*Store atmosphere*) menjadi solusi untuk membedakan restoran satu dengan lainnya, di tengah kesamaan produk dan harga. *Store atmosphere* merupakan karakteristik fisik penting bagi bisnis, menciptakan suasana nyaman yang disukai konsumen, mendorong mereka untuk berlama-lama di restoran dan secara tidak langsung mendorong pembelian (Sunyoto, 2017:52). *Store atmosphere* memainkan peran penting dalam mempengaruhi emosi konsumen, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016:561) "*Every store has a look and a physical layout that makes it hard or easy to move around*". Dengan merancang suasana toko yang baik, perusahaan dapat meningkatkan pengalaman konsumen, yang akhirnya dapat mendorong pembelian. Oleh karena itu, manajemen harus memperhatikan dan mempertimbangkan *store atmosphere* untuk menarik, memikat, atau mendorong konsumen agar datang, melakukan pembelian, dan kembali lagi untuk berbelanja di masa mendatang (Luh et al., 2021).

"Restoran Alam Sunda" adalah salah satu jenis usaha kuliner dalam industri jasa yang menjual makanan khas Sunda dengan cita rasa yang khas dan autentik. Usaha Alam Sunda ini pertama kali didirikan pada tahun 2003 di daerah Tanah Abang Jakarta. Restoran Alam Sunda menyajikan hidangan khas Sunda, termasuk ikan bakar, pepes ikan, sate, oseng kambing, sambal, lalapan, serta berbagai olahan daging ayam dan sapi, dan beragam menu lainnya. Sebagai usaha kuliner, Restoran Alam Sunda memiliki persaingan yang sangat ketat dengan usaha kuliner lainnya. Karena itu, penting untuk memperhatikan kepuasan konsumen, yang merupakan unsur terpenting dalam manajemen perusahaan.

Tabel 1. Data Keluhan Konsumen Restoran Alam Sunda Gadog terkait *Store Atmosphere*

Indikator	Keluhan Konsumen
<i>Exterior</i>	Konsumen menyampaikan ketidakpuasan terhadap fasilitas parkir yang kurang strategis, serta kebijakan biaya parkir yang diberlakukan.
<i>General Interior</i>	Banyak lalat yang mengganggu di area tempat makan dan pilihan lauk yang lebih sedikit dibandingkan dengan cabang lainnya.
<i>Store Layout</i>	Konsumen mengeluh tentang tata letak area pembakaran yang menyebabkan asap mengganggu, sehingga membuat mereka merasa tidak nyaman dan sesak.
<i>Interior Display</i>	Konsumen merasa suasana kurang nyaman karena desain interior tidak mendukung fungsionalitas ruang dengan baik, terutama dalam hal ruang gerak yang terbatas.

Sumber: Ulasan konsumen dalam *platform* penilaian rating Restoran Alam Sunda Gadog.

Restoran Alam Sunda Gadog perlu segera menindaklanjuti keluhan konsumen yang tercantum dalam Tabel 1. Keluhan tersebut menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami secara komprehensif bagaimana *store atmosphere* memengaruhi kepuasan konsumen., hal ini penting untuk membantu restoran dalam merancang strategi *store atmosphere* yang tepat guna meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen. Restoran perlu memprioritaskan area yang perlu diperbaiki berdasarkan analisis keluhan dalam penelitian *store atmosphere*. Hal ini akan membantu meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan kembali mengunjungi restoran dan merekomendasikannya kepada orang lain.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi konsumen terhadap kinerja dan tingkat kepentingan *store atmosphere*. *Store atmosphere*, yang diteliti dalam penelitian ini, terdiri dari empat dimensi: *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* (Silaningsih et al., n.d.; Berman dan Evan, 2018).

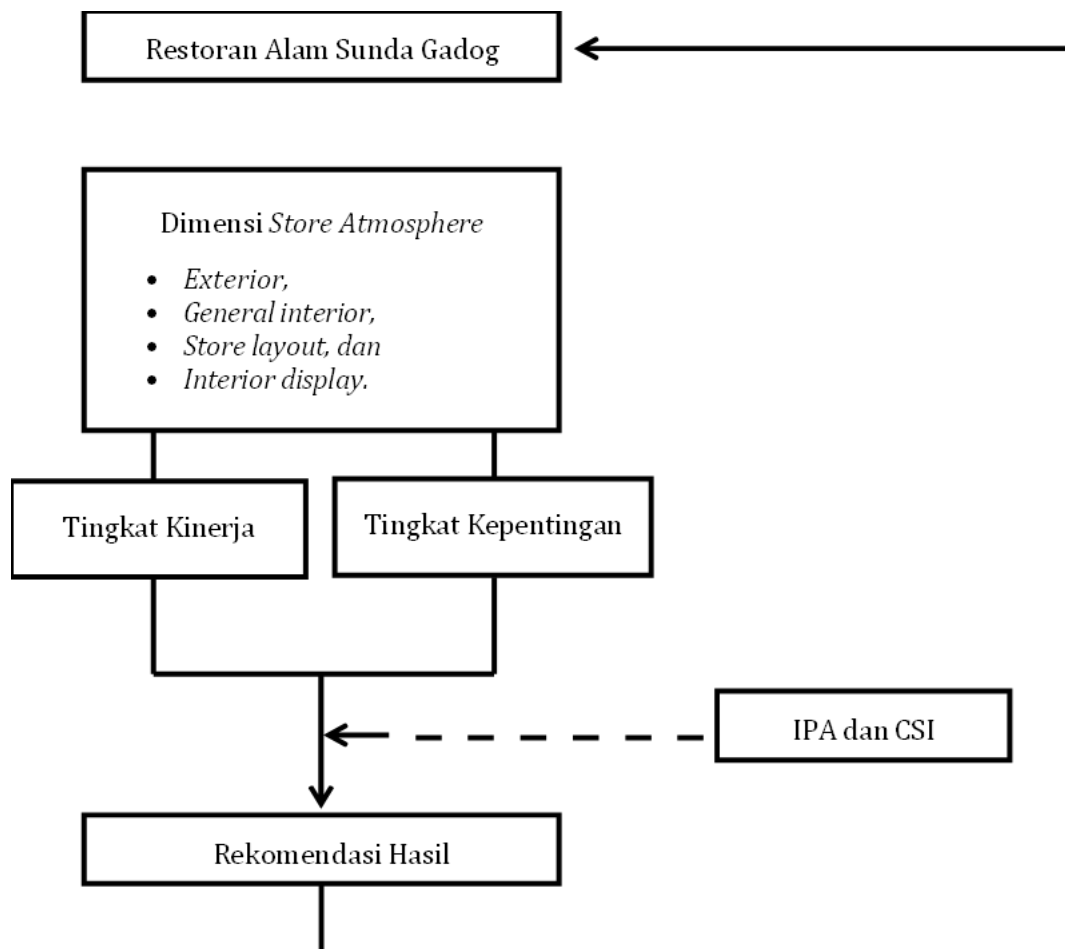
Penelitian ini berfokus pada konsumen Restoran Alam Sunda Gadog, yang berlokasi di Jl. Raya Puncak Gadog No.239, Cipayung Datar, Megamendung, Jawa Barat. Konsumen dipilih sebagai objek penelitian karena mereka merupakan pihak yang berinteraksi langsung dengan restoran dan memiliki pengalaman dan nilai penting terkait atmosfer toko, kualitas layanan, dan kepuasan mereka. Berdasarkan definisi Sugiyono (2019) dan Pratiwi (2020), objek penelitian merupakan hal yang dipilih peneliti untuk dipelajari lebih lanjut guna mendapatkan kesimpulan

dan mencapai tujuan penelitian. Konsumen Restoran Alam Sunda Gadog dipilih sebagai objek penelitian karena mereka mewakili kelompok masyarakat yang ingin diteliti, yakni konsumen yang memiliki persepsi dan penilaian terhadap berbagai aspek restoran.

Penelitian ini menjangkau data dengan cara mengambil sampel secara acak dari para konsumen Restoran Alam Sunda Gadog, Teknik pengambilan sampel ini dikategorikan sebagai "*Accidental Sampling*" atau "*Sampling Insidental*". Dalam metode ini, peneliti akan menyebarkan kuisioner secara acak kepada pengunjung yang ditemui di restoran. Teknik ini dipilih karena dianggap sesuai dengan tujuan penelitian dan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data dari berbagai macam konsumen dengan latar belakang yang beragam. Sugiyono (2019: 124) mendefinisikan *Accidental Sampling* sebagai teknik penentuan sampel yang menggunakan responden yang kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dengan cepat dan efisien. Penelitian ini melibatkan 50 konsumen sebagai sampel. Konsumen yang dipilih harus memenuhi kriteria berikut: telah mengunjungi Restoran Alam Sunda Gadog minimal tiga kali, dan bersedia mengisi kuisioner yang disediakan. Ukuran sampel 50 dianggap cukup untuk mewakili populasi konsumen Restoran Alam Sunda Gadog dan menghasilkan data yang valid.

Penelitian ini menggunakan dua metode utama untuk mengumpulkan data yaitu penyebaran kuisioner kepada 50 konsumen Restoran Alam Sunda Gadog yang memenuhi kriteria yang ditentukan dan peneliti melakukan observasi langsung di Restoran Alam Sunda Gadog untuk mengamati secara langsung bagaimana restoran beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari kuisioner relevan dengan kenyataan di lapangan. Data yang diperoleh dari kuisioner dan observasi diolah menggunakan dua metode statistik berikut: *Importance Performance Analysis* (IPA), metode ini digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja berbagai aspek pelayanan restoran. Hasil analisis IPA menunjukkan atribut mana yang perlu diprioritaskan, ditingkatkan, atau diubah untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Restoran Alam Sunda Gadog. Selanjutnya, metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan terhadap pelayanan restoran. Hasil analisis CSI memberikan gambaran tentang seberapa puas konsumen dengan restoran secara keseluruhan (Andriyani, 2021).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono (2018:192), data penelitian dikatakan valid jika terdapat kesesuaian antara data yang diperoleh dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian ini, dengan jumlah responden (N) sebanyak 50 orang, data dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari 0,279. Sebaliknya, data dianggap tidak valid jika nilai r hitung kurang dari 0,279.

Tabel 2. Uji Validitas Penilaian Store Atmosphere

Variabel	Item	Tingkat Kinerja			Tingkat Kepentingan		
		r _{hitung}	r _{tabel}	Kategori	r _{hitung}	r _{tabel}	Kategori
<i>Exterior</i>	1	0.582	0.279	Valid	0.409	0.279	Valid
	2	0.577	0.279	Valid	0.793	0.279	Valid
	3	0.674	0.279	Valid	0.596	0.279	Valid
	4	0.388	0.279	Valid	0.617	0.279	Valid
	5	0.738	0.279	Valid	0.788	0.279	Valid
	6	0.801	0.279	Valid	0.811	0.279	Valid

	7	0.663	0.279	Valid	0.477	0.279	Valid
<i>General Interior</i>	1	0.746	0.279	Valid	0.569	0.279	Valid
	2	0.817	0.279	Valid	0.766	0.279	Valid
	3	0.678	0.279	Valid	0.579	0.279	Valid
	4	0.674	0.279	Valid	0.788	0.279	Valid
	5	0.711	0.279	Valid	0.594	0.279	Valid
	6	0.716	0.279	Valid	0.505	0.279	Valid
	7	0.609	0.279	Valid	0.633	0.279	Valid
	8	0.626	0.279	Valid	0.754	0.279	Valid
	9	0.638	0.279	Valid	0.687	0.279	Valid
<i>Store Layout</i>	1	0.745	0.279	Valid	0.790	0.279	Valid
	2	0.691	0.279	Valid	0.609	0.279	Valid
	3	0.868	0.279	Valid	0.788	0.279	Valid
	4	0.759	0.279	Valid	0.806	0.279	Valid
	5	0.697	0.279	Valid	0.831	0.279	Valid
	6	0.746	0.279	Valid	0.802	0.279	Valid
<i>Interior Display</i>	1	0.815	0.279	Valid	0.558	0.279	Valid
	2	0.757	0.279	Valid	0.725	0.279	Valid
	3	0.700	0.279	Valid	0.805	0.279	Valid
	4	0.705	0.279	Valid	0.579	0.279	Valid
	5	0.713	0.279	Valid	0.778	0.279	Valid
	6	0.700	0.279	Valid	0.810	0.279	Valid
	7	0.734	0.279	Valid	0.765	0.279	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh 29 item pernyataan yang disebarkan kepada 50 konsumen di Restoran Alam Sunda Gadog terkait penilaian kinerja dan tingkat kepentingan *store atmosphere* dinyatakan valid.

Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan instrumen penelitian menghasilkan data yang konsisten dan terpercaya serta untuk menentukan kehandalan instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Melakukan pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Menurut definisi Sugiyono (2017:130), suatu instrumen penelitian dianggap reliabel jika skor *Cronbach Alpha*-nya 0,6 atau lebih tinggi. 0,6 dipilih sebagai koefisien reliabilitas dalam penelitian ini. Kriteria Reliabilitas:

1. Nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$: Instrumen penelitian reliabel.
2. Nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$: Instrumen penelitian tidak reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Penilaian *Store Atmosphere*

Variabel	Kinerja <i>Store Atmosphere</i>			Kepentingan <i>Store Atmosphere</i>		
	Koefisien Reliabilitas	Korelasi Pembanding	Keterangan	Koefisien Reliabilitas	Korelasi Pembanding	Keterangan
	(α)			(α)		
<i>Exterior</i>	0.754	0.60	Reliabel	0.759	0.60	Reliabel
<i>General Interior</i>	0.768	0.60	Reliabel	0.761	0.60	Reliabel
<i>Store Layout</i>	0.788	0.60	Reliabel	0.792	0.60	Reliabel
<i>Interior Display</i>	0.780	0.60	Reliabel	0.778	0.60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2024

Syarat-syarat yang diperlukan untuk menghitung nilai *Cronbach Alpha* pada variabel penelitian terpenuhi dalam penelitian ini. Metode pengukuran dikatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dalam penelitian ini, nilai uji reliabilitas untuk keempat variabel penelitian semuanya lebih besar dari 0,60.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

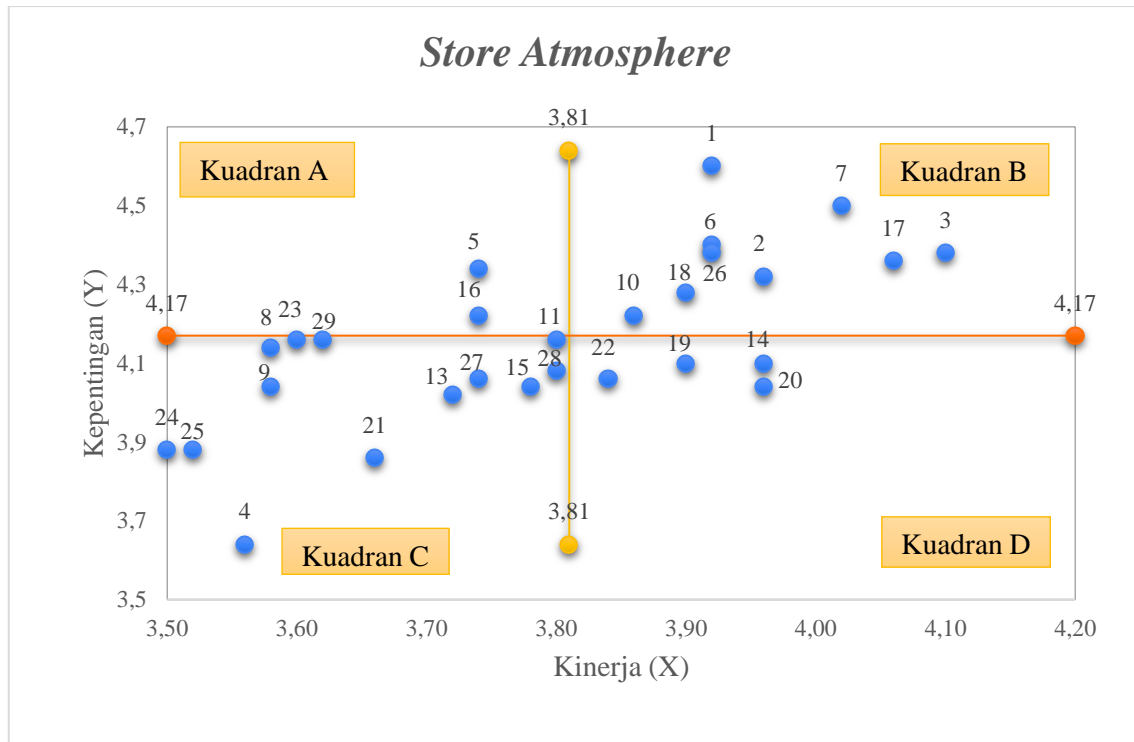
Penelitian ini melibatkan 50 responden, dengan komposisi 54% perempuan dan 46% laki-laki. Berdasarkan kategori usia, mayoritas responden 88% berusia 17-25 tahun, diikuti 6% responden berusia 26-35 tahun dan 6% responden berusia 36-45 tahun. Secara pendidikan, 88% responden berlatar belakang pendidikan SMA/SMK, 10% berpendidikan S1/S2/S3, dan 2% berpendidikan SMP.

Dilihat dari segi profesi responden menunjukkan bahwa 66% berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, 22% bekerja sebagai karyawan swasta, 6% merupakan pengusaha, dan 2% bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI. Selebihnya, 4% responden memiliki profesi lain. Berdasarkan pendapatan bulanan, 70% responden memiliki penghasilan di bawah Rp2.000.000, 24% berpenghasilan antara Rp2.000.000 hingga Rp5.000.000, dan 6% berpenghasilan antara Rp5.000.000 hingga Rp10.000.000.

Preferensi desain restoran menunjukkan bahwa 2% responden menyukai desain outdoor, 24% lebih memilih desain indoor, dan 24% lainnya menyukai desain semi-outdoor. Desain semi-indoor juga digemari oleh 10% responden. Terkait frekuensi kunjungan, 64% responden mengunjungi restoran sekali seminggu, 24% dua kali seminggu, dan 12% lebih dari dua kali seminggu.

Pemetaan Strategi Restoran Alam Sunda Gadog melalui *Importance and Performance Analysis (IPA)*

Melalui studi *Importance Performance Analysis (IPA)*, kita dapat mengetahui rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Diagram IPA hasil penelitian disajikan di bawah ini:



Gambar 2. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* Berbasis *Store Atmosphere* pada Restoran Alam Sunda Gadog

Sumber: Hasil Pengolahan Data Statistik dengan Excel

Berdasarkan gambar 2, terdapat dua puluh sembilan variabel dalam *store atmosphere* yang dikelompokkan ke dalam empat kuadran yang berbeda, yaitu:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Perbaikan atribut-atribut pada kuadran ini perlu diprioritaskan agar kinerjanya semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa meskipun konsumen sangat menghargai sifat-sifat ini, kinerja mereka masih kurang saat ini. Atribut-atribut dalam kuadran ini adalah:

- a. Desain restoran dari luar terlihat menarik.
- b. Produk yang ditawarkan bervariasi.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Konsumen menganggap atribut di kuadran ini sangat penting, dan perusahaan berkinerja sangat baik dalam atribut-atribut ini, sehingga membuat konsumen senang. Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran B adalah:

- a. Papan nama usaha terlihat jelas dan mudah dibaca.

- b. Desain papan nama usaha menarik perhatian dan mudah diingat.
- c. Pintu masuk cukup lebar untuk keluar masuk pengunjung dengan nyaman.
- d. Suasana di sekitar restoran terasa nyaman dan aman.
- e. Tersedia tempat parkir yang luas untuk menampung kendaraan pengunjung.
- f. Pencahayaan di dalam restoran cukup terang dan nyaman untuk makan.
- g. Kapasitas ruangan cukup untuk menampung semua pengunjung yang datang.
- h. Tersedia kursi yang cukup di ruang tunggu untuk semua pengunjung.
- i. Buku menu berisi informasi lengkap tentang produk yang ditawarkan.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Konsumen memandang atribut di kuadran ini kurang signifikan, dan akibatnya, kinerja mereka pada atribut ini kurang mendapat perhatian. Sebaliknya, atribut-atribut di kuadran tiga cenderung tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran C adalah:

- a. Bangunan terlihat megah dari kejauhan.
- b. Cat dinding didalam restoran terlihat bersih.
- c. Restoran memiliki nuansa ceria dengan warna cat dinding yang menarik.
- d. Restoran memiliki aroma segar yang membuat pengunjung merasa nyaman.
- e. Restoran terjaga kebersihannya, memberikan kesan nyaman dan aman.
- f. Restoran menyajikan musik yang menenangkan, menciptakan suasana santai.
- g. Penataan perabotan memberikan ruang yang cukup untuk bergerak dan makan dengan nyaman.
- h. Dinding pembatas ruangan memberikan privasi yang cukup bagi pengunjung.
- i. Banner promosi informatif, memberikan informasi yang jelas tentang penawaran menarik.
- j. Dekorasi dinding yang menarik menambah estetika dan suasana nyaman di restoran.
- k. Dekorasi dinding yang indah memberikan sentuhan artistik dan mempercantik ruangan.
- l. Menu restoran didesain menarik, memudahkan pengunjung dalam memilih hidangan.
- m. Tanda petunjuk yang jelas memudahkan pengunjung untuk menemukan informasi yang dibutuhkan.
- n. Tampilan hidangan yang menarik membangkitkan selera dan menambah daya tarik restoran.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran ini menampilkan karakteristik yang menurut konsumen kurang signifikan, namun pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik sehingga konsumen menganggap kinerjanya berlebihan. Atribut – atribut yang terdapat pada kuadran D adalah:

- a Suhu ruangan di restoran terasa nyaman, tidak terlalu panas atau dingin.

- b Lebar lorong antar ruangan cukup untuk berjalan dengan nyaman.
- c Setiap ruangan mudah diakses oleh pengunjung.
- d Pengelompokan barang sudah tertata sesuai jenis

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap *Store Atmosphere* Restoran Alam Sunda Gadog

Analisis ini bertujuan untuk menilai tingkat kepuasan konsumen terhadap Restoran Alam Sunda Gadog. Metode yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI), yang mengevaluasi kepuasan konsumen secara menyeluruh berdasarkan atribut produk atau layanan yang disediakan. Hasil perhitungan CSI menunjukkan nilai sebesar 79%. Menurut Widodo & Sutopo (2018), angka ini berada dalam rentang 66% hingga 80,99%, mengindikasikan bahwa indeks kepuasan konsumen Restoran Alam Sunda Gadog berada dalam kategori "puas". Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap suasana toko (*store atmosphere*) Restoran Alam Sunda Gadog telah memenuhi harapan konsumen secara keseluruhan.

Strategi *Store Atmosphere* pada Restoran Alam Sunda Gadog

Berikut strategi yang dapat dipraktikkan berdasarkan tingkat penilaian dan hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen.

1. Rangkuti (2018) menegaskan bahwa untuk meningkatkan kinerja sifat-sifat pada kuadran (A), strategi perusahaan harus difokuskan pada melakukan perbaikan berkelanjutan. Restoran Alam Sunda dapat meningkatkan strategi perbaikan dengan cara memastikan tampilan luar restoran tetap menarik dan mencerminkan keunikan serta kualitasnya. Ini meliputi pemeliharaan visual, tata letak menarik, dan penandaan yang jelas. Selanjutnya, dalam hal variasi menu, restoran bisa terus mengembangkan pilihan makanan yang menarik dan beragam dengan menggabungkan tradisi masakan Sunda dan inovasi modern, serta menawarkan menu spesial sesuai tren kuliner terkini. Dengan fokus pada hal-hal ini, Restoran Alam Sunda bisa meningkatkan daya tarik visual, meningkatkan daya saing melalui variasi produk yang menarik, mempertahankan konsumen yang ada, dan menarik perhatian konsumen baru.
2. Rangkuti (2018) menegaskan bahwa karena atribut-atribut di kuadran (B) berjalan dengan baik dan disukai klien, maka pendekatan perusahaan di area ini perlu dipertahankan. Oleh karena itu, restoran harus menjaga agar papan nama usahanya terpampang dengan jelas dan memiliki desain yang menarik untuk menarik perhatian calon konsumen. Pintu masuk perlu cukup lebar untuk memudahkan lalu lintas konsumen, dan lingkungan sekitar restoran harus dijaga agar nyaman. Pastikan juga tempat parkir luas untuk meningkatkan

kenyamanan konsumen yang datang dengan kendaraan pribadi. Pencahayaan di dalam restoran perlu ditingkatkan untuk menciptakan suasana yang nyaman, dan optimalisasi ruangan perlu dilakukan agar dapat menampung konsumen dengan efisien. Jumlah kursi yang cukup di ruang tunggu dan buku menu yang memberikan informasi yang jelas dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan strategi ini, Restoran Alam Sunda dapat menciptakan lingkungan yang ramah, nyaman, dan efisien, meningkatkan daya tarik visual, kenyamanan konsumen, serta penyampaian informasi produk yang lebih baik.

3. Rangkuti (2018) menekankan pentingnya memperhatikan strategi di kuadran C meskipun kinerjanya masih rendah. Hal ini dikarenakan strategi di kuadran ini berpotensi menjadi prioritas utama di masa depan dan dapat menjadi sumber kekecewaan konsumen. Oleh karena itu, restoran harus memastikan bahwa bangunannya tampak spektakuler dari kejauhan dengan mempertahankan tampilan luar yang menarik agar dapat dikenali dan dikenal oleh banyak konsumen. Fokus juga pada kebersihan dan warna cat dinding di dalam restoran untuk menciptakan suasana yang menyenangkan. Menjaga aroma segar di dalam restoran, kebersihan area, dan memastikan musik atau suara yang tenang akan meningkatkan kenyamanan konsumen. Jarak antara perabotan dan dinding pembatas perlu diperhatikan untuk memberikan privasi dan kenyamanan. Penggunaan banner promosi, dekorasi dinding yang menarik, dan buku menu dengan desain menarik bisa menambah daya tarik visual dan memberikan informasi yang cukup kepada konsumen. Terakhir, pastikan tanda petunjuk dan display ditata dengan baik, karena ini dapat menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan. Dengan memperhatikan hal-hal ini, Restoran Alam Sunda dapat meningkatkan citra visual, kenyamanan, dan memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen.
4. Rangkuti (2018) menyarankan agar perusahaan menerapkan strategi pengurangan pengeluaran pada kuadran D untuk mencapai efisiensi biaya. Untuk mengurangi biaya di kuadran D, perusahaan bisa mengatur suhu udara dengan memasang sensor otomatis dan menggunakan ventilasi alami untuk mengurangi penggunaan AC dan pemanas, serta rutin memelihara perangkat ini agar lebih efisien. Jalur di setiap ruangan bisa dioptimalkan dengan menata ulang furnitur dan menggunakan furnitur multifungsi, serta membuat tata letak yang mudah diubah tanpa harus memperluas ruangan. Akses ke ruangan dapat diperbaiki dengan penandaan yang jelas dan pengaturan rute yang lebih efisien. Pengelompokan barang yang sudah baik dapat dipertahankan dengan sistem manajemen persediaan yang efisien untuk menghemat biaya tanpa mengorbankan kualitas layanan.

KESIMPULAN

1. Strategi Restoran Alam Sunda Gadog untuk mengoptimalkan *store atmosphere* berdasarkan Diagram IPA adalah:

Aspek-aspek penting yang perlu dipertimbangkan restoran berdasarkan diagram IPA.

- a. Kuadran A (*focus Improvement*) memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen, namun belum memenuhi ekspektasi mereka (tingkat kepuasan rendah). Restoran Alam Sunda Gadog perlu fokus meningkatkan variabel-variabel dalam kuadran ini untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Restoran Alam Sunda dapat memfokuskan strategi untuk memaksimalkan keunggulan yang ada. Pertama, penting untuk memastikan desain eksterior restoran tetap menarik dan mencerminkan keunikan serta kualitasnya, termasuk pemeliharaan visual, tata letak yang menarik, dan tanda yang jelas. Selain itu, dalam hal variasi produk, restoran dapat terus mengembangkan dan mendiversifikasi menu dengan menawarkan pilihan makanan yang menarik dan beragam.
- b. Kuadran B (*maintain performance*) memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan telah memenuhi ekspektasi mereka (tingkat kepuasan tinggi). Restoran Alam Sunda Gadog perlu menjaga kinerja variabel-variabel dalam kuadran ini agar kepuasan konsumen tetap terjaga. Mengingat setiap variabel dalam kuadran ini berkontribusi terhadap kelancaran operasional Restoran Alam Sunda Gadog, variabel-variabel tersebut harus dipertahankan. Variabel tersebut adalah sebagai berikut: papan nama usaha terlihat jelas dan mudah dibaca, desain papan nama usaha menarik perhatian dan mudah diingat, pintu masuk cukup lebar untuk keluar masuk pengunjung dengan nyaman, suasana di sekitar restoran terasa nyaman dan aman, tersedia tempat parkir yang luas untuk menampung kendaraan pengunjung, pencahayaan di dalam restoran cukup terang dan nyaman untuk makan, kapasitas ruangan cukup untuk menampung semua pengunjung yang datang, tersedia kursi yang cukup di ruang tunggu untuk semua pengunjung serta buku menu berisi informasi lengkap tentang produk yang ditawarkan.
- c. Kuadran C (*medium low priority*) memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan kinerjanya tidak terlalu optimal (tingkat kepuasan rendah). Peningkatan variabel-variabel dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan konsumen relatif kecil. Kuadran ini memiliki indikator-indikator sebagai berikut : bangunan terlihat megah dari kejauhan, cat dinding di dalam restoran terlihat bersih, restoran memiliki nuansa ceria dengan warna cat dinding yang menarik, restoran memiliki aroma segar yang membuat pengunjung merasa nyaman, restoran terjaga kebersihannya memberikan kesan nyaman dan aman, restoran menyajikan musik yang menenangkan, menciptakan suasana santai, penataan

perabotan memberikan ruang yang cukup untuk bergerak dan makan dengan nyaman, dinding pembatas ruangan memberikan privasi yang cukup bagi pengunjung, banner promosi informatif memberikan informasi yang jelas tentang penawaran menarik, dekorasi dinding yang menarik menambah estetika dan suasana nyaman di restoran, dekorasi dinding yang indah memberikan sentuhan artistik dan mempercantik ruangan, menu restoran didesain menarik memudahkan pengunjung dalam memilih hidangan, tanda petunjuk yang jelas memudahkan pengunjung untuk menemukan informasi yang dibutuhkan serta tampilan hidangan yang menarik membangkitkan selera dan menambah daya tarik restoran.

- d. Kuadran IV (*reduce emphasis*) memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan berlebihan (tingkat kepuasan rendah). Restoran Alam Sunda Gadog dapat mempertimbangkan untuk mengurangi variabel-variabel dalam kuadran ini untuk menghemat biaya pengeluaran.
2. Restoran Alam Sunda Gadog berhasil meraih tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, dengan 79% responden menyatakan kepuasan mereka dalam kategori "puas" berdasarkan hasil pengukuran indeks kepuasan.
3. Penelitian ini menekankan bahwa strategi *store atmosphere* yang tepat merupakan faktor kunci dalam meraih kepuasan konsumen. Oleh karena itu, manajemen perusahaan perlu memfokuskan upayanya pada peningkatan *store atmosphere*. Hal ini dapat dilakukan dengan cara berkelanjutan memperbaiki kinerja di kuadran (A) yang menjadi prioritas utama.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Restoran Alam Sunda Gadog atas kesempatan yang diberikan untuk melakukan penelitian di tempatnya. Serta kepada Dosen Pengampu Mata Kuliah Manajemen Operasional Global atas bimbingan dan arahannya selama penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, T. 2021. Indonesian Journal of Science & Technology. Indonesian Journal of Science Learning, 2 No 3(2), 8-25.
- Berman, Barry, Joel R. Evans, dan Patrili Ch wa atterjee. Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited. 2018
- Kotler, Amstrong 2016. Principles of marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson education Limited.
- Maulani, F. N., & Najibullah, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Restoran Simpang Raya

- Cempaka Putih. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(3), 170-184.
<https://doi.org/10.55182/jtp.v2i3.188>
- Pratiwi, M. B., & Novianty, I. (2020, September). Strategi Bertahan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Pandemi COVID-19 pada Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 11, No. 1, pp. 1098-1104). <https://doi.org/10.35313/irwns.v11i1.2170>
- Rangkuti, F. (2018). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strat. Meningk. Kep. Plg.* Gramedia Pustaka Utama.
- Silaningsih, E., & Fahrosi, M. (2020). Strategi *Store Atmosphere* Pada Rumah Makan Soto Bogor Maamar Jakarta. *Jurnal Visionida*, 6(2), 41-51.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Pt. Alfabeta
- Sunyoto (2017) *Manajemen Pemasaran .Edisi Ke 2.* Jakarta: Erlangga
- Tamsir, S. P., Hamid, S., & Sodik, J. (2022). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Boedjang Cafe Karawang. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(4).
<http://dx.doi.org/10.58258/jime.v8i4.3983>
- Widiyanti, W. (2022). Evaluasi Servqual pada Petshop Indonesia menggunakan Metode IPA dan CSI. *Jurnal Perspektif*, 20(1), 50-59.
- Widodo Mulyo Sanusi, and Sutopo Joko. 2018. "Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce Model Business to Customer." *Jurnal Informatika Upgris4* (1): 38-45. <https://doi.org/10.26877/jiu.v4i1.2224>
- Wulandari, N. L. D., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Untuk Mendorong Purchase Decision Di El Crudo Canggu. *Values*, 2(2).