

The Influence of Service Quality and Atmosphere on Customer Satisfaction at Cassiavera Restaurant Medan

Anisa Yulianti Silitonga¹, Aprina Septauli Manurung², Eliata Simandalahi³, Nurul Khaira Batubara⁴, Rindy Endry Yani⁵, Agus Rahmadsyah⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: anisasilitonga140703@gmail.com; Aprinaseptaulimanurung@gmail.com; eliatasimandalahi@gmail.com; nurulkhairabb08@gmail.com; rindiidn7@gmail.com; Ahmadagus607@gmail.com

ABSTRAK

Industri restoran di Indonesia, khususnya di kota Medan, mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Persaingan yang semakin ketat mendorong para pelaku bisnis restoran untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam industri restoran adalah kualitas pelayanan dan atmosfer restoran. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausal. Untuk pengumpulan data dengan observasi dan wawancara. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen di Cassiavera Restaurant Medan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling. Analisis data menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun atmosfer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi manajemen restoran dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing bisnis.

Keyword: Kualitas Pelayanan; Store Atmosphere; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The restaurant industry in Indonesia, especially in the city of Medan, has experienced rapid growth in recent years. Increasingly fierce competition encourages restaurant businesses to continue innovating to provide the best service to consumers. One of the factors that greatly influence customer satisfaction in the restaurant industry is the quality of service and the restaurant atmosphere. The aim of this study is to find out whether service quality and store atmosphere have an influence on customer satisfaction. The method used in this research is associative-causal. Collecting data through observation and interviews. The subject of this study are consumers at Cassiavera Restaurant Medan. The sampling technique used in this study is non-probability sampling. Data analysis shows that both service quality and atmosphere have a significant impact on consumer satisfaction. The results of this research provide important implications for restaurant management in efforts to increase customer satisfaction and organizational competitiveness.

Keyword: Service Quality; Store Atmosphere; Consumer Satisfaction

Corresponding Author:

Anisa Yulianti Silitonga,
Universitas Negeri Medan,
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia
Email: anisasilitonga140703@gmail.com



1. INTRODUCTION

Industri kuliner, khususnya restoran, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh meningkatnya daya beli masyarakat, perubahan gaya hidup yang lebih modern, serta semakin beragamnya pilihan kuliner yang tersedia. Pertumbuhan yang pesat ini secara tidak langsung menciptakan persaingan yang semakin ketat di antara para pelaku bisnis restoran. Dalam kondisi seperti ini, restoran dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang unggul dan menciptakan pengalaman

bersantap yang tak terlupakan bagi pelanggan agar tetap bertahan dan berkembang. Perkembangan serta peningkatan pada kualitas pelayanan serta store atmosphere yang di terapkan pada setiap restaurat selalu berbeda-beda. Persaingan yang semakin ketat menjadi faktor utama restaurat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya, selain itu persaingan yang ketat menyebabkan restaurat saling bersaing satu sama lain untuk memberikan produk terbaiknya agar keinginan ataupun kebutuhan konsumen terpenuhi sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapan mereka. Konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, dan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap suatu merek. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas cenderung berpindah ke restoran lain dan memberikan umpan balik negatif. Menurut Tjiptono dan Diana (2019), ada beberapa indikator kepuasan pelanggan, yaitu: (1) Kesesuaian Harapan, (2) Minat Berkunjung Kembali, dan (3) Kesiediaan Merekomendasi.

Krisdianti dan Sunarti (2019) kualitas pelayanan adalah tingkat kualitas yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen, jika konsumen merasakan jasa atau pelayanan yang diterimanya dapat memenuhi apa yang diharapkan atau bahkan melampaui harapannya, maka kualitas jasa atau pelayanan tersebut di persepsikan baik, prima dan memuaskan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam industri jasa, termasuk restoran. Harfika (2017) terdapat lima indikator pokok kualitas pelayanan, yaitu: (1) Bukti Langsung (Tangible), (2) Keandalan (Reliability), (3) Daya Tanggap (Responsiveness), (4) Jaminan (Assurance), (5) Empati (Emphaty).

Atmosphere restaurant adalah semua elemen fisik dan sosial yang menciptakan kesan tertentu pada konsumen selama mereka berada di restoran. Menurut Kotler (2003), atmosfer restoran dapat mempengaruhi emosi, perilaku, dan persepsi konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Elemen-elemen yang membentuk atmosfer restoran meliputi tata letak ruangan, pencahayaan, musik, dekorasi, aroma, dan suhu. Atmosfer yang menyenangkan dan nyaman dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong mereka untuk datang kembali..

Salah satu bisnis usaha restoran yang telah berhasil menciptakan pengalaman bersantap yang tak terlupakan bagi pelanggannya adalah Cassiavera Restaurant, yang berlokasi di Balai Kota Medan. Cassiavera telah berhasil memposisikan dirinya sebagai salah satu destinasi kuliner favorit di Medan dan memiliki rating Bintang 5.

Keberhasilan Cassiavera tidak lepas dari upaya mereka dalam memperkuat kualitas pelayanan dan menciptakan suasana yang nyaman. Desain interior yang memadukan gaya modern dan klasik, penggunaan warna-warna hangat, atau penempatan dekorasi yang estetik berhasil menciptakan atmosfer yang hangat dan inviting. Selain itu, Cassiavera juga menyediakan berbagai fasilitas tambahan seperti area indoor yang luas, fasilitas Wi-Fi gratis, tempat duduk yang sangat nyaman dan line music untuk memanjakan pelanggan. Adapun kualitas pelayanan yang diterapkan pada Cassiavera Restaurant, Medan dimana para pelayan selalu menggunakan pakaian yang rapih, tetapi para pelayan kurang ramah kepada pelanggan dan pelayanan waktu pemesanan yang lumayan lama untuk menunggu.

Pada Penelitian ini kita akan membahas terkait. "Apakah Kualitas Pelayanan dan Atmosphere Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cassiavera Restaurant, Medan".

2. LITERATURE REVIEW

A. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan sebelumnya (Oliver, 1980). Menurut Park dalam (Irawan 2021), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, harga, dan pelayanan. Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019) adalah:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung Kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan.

B. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang dilakukan Perusahaan agar dapat bertahan serta mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan persepsi konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau jasa dibandingkan dengan pesaingnya (Parasuraman,

Zeithaml, & Berry, 1988). Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari keseluruhan dari pelayanan yang diberikan, seperti penampilan, keterampilan pelayan dalam melayani dan sebagainya.

Menurut Tjiptono (2017), ada lima indikator yang dapat digunakan dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Tangibilitas
- 2) Keandalan
- 3) Daya tanggap
- 4) Jaminan
- 5) Empati

C. Store Atmosphere

Atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli (Kotler dan Keller, 2012). Menurut Berman dan Evans (2012) Store Atmosphere merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan image (kesan) toko dan menarik konsumen. Store atmosphere merupakan karakteristik unik dan berbeda yang dimiliki suatu toko dengan tujuan untuk mengembangkan citra toko, menarik pelanggan agar mengunjungi dan merasakan kenyamanan di toko tersebut (Fahimah 2015). Suasana toko mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian.

Menurut Berman dan Evans (2012), membagi elemen-elemen suasana toko menjadi 4 indikator, yaitu:

- 1) General Exterior (Bagian Luar)
- 2) General Interior (Bagian Dalam Toko)
- 3) Store Layout (Tata Letak Toko)
- 4) Interior Point of Interest Display (Dekorasi Pemikat Dalam Toko)

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang bersifat sementara dan masih bisa dibuktikan kebenarannya. Hipotesis merupakan dugaan yang masih memiliki kemungkinan benar atau salah. Dari rumusan permasalahan dan temuan diatas, dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cassiavera Restaurant Medan.

H2: Atmosphere memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cassiavera Restaurant Medan

H3: Kualitas pelayanan dan Atmosphere memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cassiavera Restaurant Medan.

3. RESEARCH METHOD

Penelitian ini bersifat asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab-akibat yaitu hubungan dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan atau konsumen pada Cassiavera Restaurant Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling, yakni setiap unsur dalam populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu yang pertama observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan pengamatan langsung kepada objek yang diteliti yang kemudian mengadakan pencatatan sistematis, yang kedua dokumentasi adalah teknik pengumpulan dari dokumen-dokumen yang ada pada perusahaan dan catatan-catatan, bukubuku yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik analisis data yang dilakukan dengan mengamati perilaku pengunjung restoran (observasi) dan juga mengumpulkan data tentang jumlah pengunjung setiap hari (data sistematis). Analisis kualitatif akan membantu kamu memahami alasan di balik perilaku pengunjung, sementara analisis kuantitatif akan memberikan gambaran tentang tren kunjungan.

4. RESULTS AND DISCUSSION

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori-teori sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan atmosfer merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen di industri restoran. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mencakup kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan, tetapi juga meliputi pengetahuan produk, keramahan, dan kemampuan untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul. Sementara itu, atmosfer yang nyaman dan menyenangkan dapat menciptakan pengalaman bersantap yang tak terlupakan bagi konsumen. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi dan memberikan pengaruh yang sinergis terhadap kepuasan konsumen. Dengan kata lain, untuk meningkatkan kepuasan konsumen, Cassiavera Restaurant Medan perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga suasana restoran agar tetap nyaman dan menarik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan pengumpulan data sistematis di Cassivera Restaurant Medan, ditemukan beberapa temuan menarik.

1. Kualitas pelayanan (X1) yang diberikan oleh karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen (Y). Konsumen merasa kurang puas ketika pelayanan yang diberikan lumayan lama, kurang ramah, dan tidak sesuai dengan harapan mereka.
2. Atmosfer restoran (X2) juga memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen (Y). Desain interior yang nyaman, pencahayaan yang tepat, serta musik yang menenangkan membuat konsumen merasa lebih rileks dan menikmati waktu bersantap mereka.
3. Korelasi positif antara kualitas pelayanan (X1) dan atmosfer (X2) dengan tingkat kepuasan konsumen (Y). Artinya, semakin baik kualitas pelayanan dan atmosfer yang ditawarkan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi yang penting bagi manajemen Cassivera Restaurant Medan.

1. Manajemen perlu memberikan pelatihan yang lebih intensif kepada karyawan agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan konsisten.
2. Manajemen perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap desain interior dan suasana restoran untuk memastikan bahwa atmosfer tetap menarik dan relevan dengan preferensi konsumen.
3. Manajemen perlu memperhatikan masukan dari konsumen untuk mengetahui apa yang mereka harapkan dari restoran dan terus melakukan perbaikan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan atmosfer memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen di Cassivera Restaurant Medan. Dengan terus berupaya meningkatkan kedua faktor tersebut, Cassivera Restaurant Medan dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah pelanggan serta reputasi sebagai salah satu restoran favorit di Medan.

5. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan atmosfer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cassivera Restaurant Medan. Kualitas pelayanan yang baik, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan dalam mengatasi masalah, memberikan kontribusi besar terhadap persepsi positif konsumen. Selain itu, atmosfer yang nyaman dan menyenangkan, yang ditandai dengan desain interior yang menarik, pencahayaan yang tepat, dan musik yang rileks, juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman bersantap yang memuaskan.

Berdasarkan temuan penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat diajukan kepada manajemen Cassivera Restaurant Medan untuk Meningkatkan Pelatihan Karyawan, Mengembangkan Program Loyalitas Pelanggan, Melakukan Evaluasi Berkala terhadap Atmosfer Restoran dan Mengumpulkan Masukan dari Konsumen.

REFERENCES

- Berman dan Evans, J. R. 2012. *Retail Management A Strategic Approach*. Ninth Edition. Pearson Education International. New Jersey.
- Fraenkel & Wallen. How to Design and Evaluate Research in Education. 7th ed. McGraw- Hill Companies. New York.
- Harfika, J., dan Abdullah, N. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance*, 14(1), 44–56.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler & Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th ed. Pearson Prestice Hall. New Jersey.
- Krisdianti, D. L., (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. *Administrasi Bisnis*, 70(1), 36–44.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V. A. Berry L.L. (1998). SERVQUAL. A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (1st ed.)*. Andi.
- Tjiptono, F., dan G Chandra (2017). *Service, Quality, & Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.