



Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Store Atmosphere di Restoran XYZ

Feby Anugrah Wati¹, Saepul Jamaludin², Putri Patricia Sihotang³,
Neng Erni Fitriani⁴, Endang Silaningsih⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Djuanda Bogor, Indonesia

Email Koresponden: febywati446@gmail.com¹, saepuljamaludin470@gmail.com²,

Putripatresiasihotang@gmail.com³, nengfitri1106@gmail.com⁴, endang.silaningsih@unida.ac.id⁵

Abstract. *One of the key elements in a company is customer service, which must be supported by a conducive environment. A supportive environment can be an added value for the company. Companies that sell products must consider that good service will create a positive image in the eyes of customers, making them feel that their needs are met. This study examines the service model and mechanism at XYZ Restaurant. The purpose of this article is to identify the model and mechanism used in the budgeting process at XYZ Restaurant. The research method employed is library research. The findings indicate that XYZ Restaurant applies both Top-Down and Bottom-Up budgeting approaches and is capable of adopting a combined budgeting approach. The budgeting process at XYZ Restaurant involves setting the company's vision and strategy, budgeting determination, communication and commitment, budget implementation, as well as monitoring and evaluation.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Salah satu unsur penting dalam sebuah perusahaan yaitu pelayanan kepada konsumen dan didukung oleh lingkungan, lingkungan yang mendukung dapat menjadi poin plus bagi perusahaan. Perusahaan yang menjual produknya harus mempertimbangkan pelayanan yang baik akan menciptakan citra sebuah perusahaan yang baik dimata pelanggan sehingga pelanggan merasa kebutuhannya terpenuhi. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model dan mekanisme pelayanan resto XYZ. Tujuan dari penulisan ini artikel ini adalah untuk mengetahui model dan mekanisme dalam penyusunan anggaran pada Restoran XYZ. Metode penelitian yang digunakan adalah literature library research. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Restoran XYZ dalam model dan mekanisme penyusunan anggaran menggunakan pendekatan penganggaran Top-Down dan Bottom-Up, serta dapat mengadopsi pendekatan penganggaran gabungan. Proses penganggaran di Restoran XYZ ini melibatkan penetapan visi dan strategi perusahaan, penetapan anggaran, komunikasi dan komitmen, implementasi anggaran, monitoring dan evaluasi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini berlangsung dengan sangat pesat, memberikan peluang besar bagi perusahaan dalam memasarkan produknya guna meningkatkan keuntungan penjualan. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan signifikan adalah bisnis kuliner, khususnya restoran dan kafe, yang tumbuh di berbagai daerah dengan menampilkan keunikan dan ciri khas masing-masing. Keunikan inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, sekaligus menjadi strategi bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Dalam industri jasa seperti restoran, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan. Menurut Putri dan Utomo (2017), perusahaan jasa harus mampu mengelola kualitas layanan mereka agar dapat memenuhi harapan pelanggan, yang

meliputi aspek harga, pelayanan, serta kenyamanan dan keamanan lingkungan. Pemilihan lokasi dan suasana restoran pun turut berpengaruh besar terhadap kesuksesan bisnis. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama yang harus diperhatikan oleh setiap pengelola usaha. Fatihudin dan Firmansyah (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, termasuk keramahan petugas, kecepatan pelayanan, serta kepastian layanan. Oleh karena itu, memahami kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi hal yang mutlak bagi keberlangsungan usaha.

Di Kota Bogor, persaingan antar restoran semakin intens, seiring dengan bertambahnya jumlah tempat makan yang menawarkan konsep dan menu beragam. Salah satu restoran yang cukup menonjol adalah Restoran XYZ, yang dikenal dengan konsep rumah kaca yang unik dan desain instagenik. Terletak di kawasan strategis di Jalan Pajajaran Indah Raya No. 2, Bogor Timur, restoran ini tidak hanya menawarkan keindahan visual tetapi juga pengalaman bersantap yang berbeda.

Meskipun pelayanan yang diberikan Restoran XYZ dinilai cukup baik, upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tetap diperlukan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah metode Importance Performance Analysis (IPA), yang mengevaluasi kinerja layanan berdasarkan dua aspek utama, yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Metode ini bermanfaat dalam mengidentifikasi area pelayanan yang perlu ditingkatkan agar pengelolaan sumber daya menjadi lebih efisien.

2. KAJIAN TEORI

Menurut (Sesaria, 2020) Kotler dan Keller mendefinisikan kepuasan adalah sebagai respon emosional yang dialami seseorang ketika membandingkan harapan dengan kinerja atau hasil dari suatu produk, yang dapat menimbulkan rasa senang atau kecewa. Zahra et, al (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan onsumen pada restoran cepat saji.

Menurut Kotler (2019): Store atmosphere yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara menciptakan suasana yang nyaman dan bersih. Ratnanto dan Purnomo (2020) menemukan bahwa store atmosphere atau suasana toko, seperti pencahayaan, kebersihan, dan tata ruang, memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperkuat kepuasan mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan warna-warna yang cerah, pencahayaan yang baik.

Metode Importance Performance Analysis (IPA) menurut Martilla & James (dalam Algifari, 2019:70) adalah alat analisis multi-aspek yang digunakan untuk menilai kinerja suatu

organisasi dan mengukur tingkat kepuasan konsumen. Wibowo (2024) juga menyatakan bahwa pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dimediasi oleh store atmosphere. Data hasil analisis dipetakan ke dalam Diagram IPA atau Diagram Kartesius yang terbagi menjadi empat kuadran (A, B, C, D). Setiap kuadran menggambarkan prioritas dan strategi berbeda dalam pengelolaan layanan atau produk berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja yang dirasakan konsumen, sehingga membantu organisasi dalam merumuskan tindakan perbaikan secara efektif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis strategi *store atmosphere* dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 55 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi eksterior (X1), interior umum (X2), tata letak toko (X3), dan tampilan interior (X4), sementara variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi atmosfer toko dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Restoran XYZ merupakan salah satu restoran yang ada di bogor yang bergerak di bidang penjualan makanan, dengan fokus utama pada produksi makanan, minuman, dan produk olahan lainnya. Sebagai perusahaan besar di sektor ini, Restoran XYZ memiliki tantangan tersendiri dalam mengelola anggaran untuk mendukung operasionalnya yang kompleks. Dalam penelitian ini kita menggunakan kuesioner dan disebarakan kepada pelanggan di restoran XYZ dengan jumlah 50 responden an digolongkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, profesi, penghasilan perbulan, desain resto dan frekuensi berkunjung. Berikut adalah karakteristik konsumen dari Restoran XYZ.

1. Jenis kelamin

Sebagai faktor perbedaan psikologis dan fisik .

Tabel.1

Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentasi (%)
Laki-laki	25	50%
perempuan	25	50%
Total	50	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah responden 25 orang laki-laki dengan persentase 50% dan 25 orang perempuan dengan presentase 50% dengan total 100 responden.

2. Usia

Peengelompokan konsumen sesuai usia ini membantu mempermudah menyusun strategi pemasaran yang efektif dan menyesuaikan produk sesuai selera.

Tabel.2

Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
17-25	44	88%
26-35	2	4%
36-45	2	4%
46-55	2	4%
Total	50	100%

3. Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir menjadi salah satu faktor yang menunjukkan tingkat kemampuan seseorang dalam melakukan suatu usaha.

Tabel.3

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentasi (%)
SD	3	6 %
SMP	3	6 %
SMA/SMK	32	65 %
Diploma/S1/S2/S3	12	24 %
Total	50	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan SMA/SMK lebih dominan dan diperingkat ke dua dari Diploma/S1/S2/S3.

4. Profesi

Hal ini untuk mengetahui minat dan kemampuan pelanggan membeli produk. Dengan begitu, perusahaan bisa lebih mengetahui apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan *budget* yang dimiliki oleh pelanggan.

Tabel.4

Profesi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	24	48 %
Pegawai Swasta	8	16 %
PNS/TNI/POLRI	2	4 %
Wiraswasta	7	14 %
Lainnya	9	18 %
Total	50	100%

Melihat dari analisis tabel di atas bahwa Pelajar/Mahasiswa lebih mendominasi di tempat Resto tersebut dikarenakan lebih merasakan kenyamanan dan service yang dilihat dari data di atas.

5. Penghasilan perbulan

Hal ini untuk memahami dan menyesuaikan kualitas produk dengan harga yang ditawarkan.

Tabel.5

Penghasilan per bulan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< Rp. 2 Jt	34	68 %
Rp. 2 Jt - 4 Jt	16	32 %
Rp. 5 Jt – 10 Jt	0	0 %
>Rp. 10 Jt	0	0 %
Total	50	100%

Berdasarkan data yang di atas bahwa mayoritas costumer Resto tersebut memiliki pendapatan <Rp. 2jt sebesar 68% atau 34 orang. Jadi, pelajar/mahasiswa rata-rata belum memiliki penghasilan yang cukup besar.

6. Desain restoran yang disukai

Hal ini untuk membantu perusahaan memahami preferensi pelanggan Hal ini juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap restoran.

Tabel.6

Desain Resto	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Desain Outdoor	13	26 %
Semi Indor	5	10 %
Semi Outdoor	28	56 %
Desain Indor	4	8 %
Total	50	100 %

Melihat dari tabel yang di atas bahwa resto yang berdesain semi outdoor lebih banyak diminati.

7. Frekuensi berkunjung

Frekuensi berkunjung ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang peluang untuk meningkatkan loyalitas.

Tabel.7

Frekuensi Berkunjung	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1 kali	19	38 %
2 kali	22	44 %
< 2 kali	9	18 %
Total	50	100 %

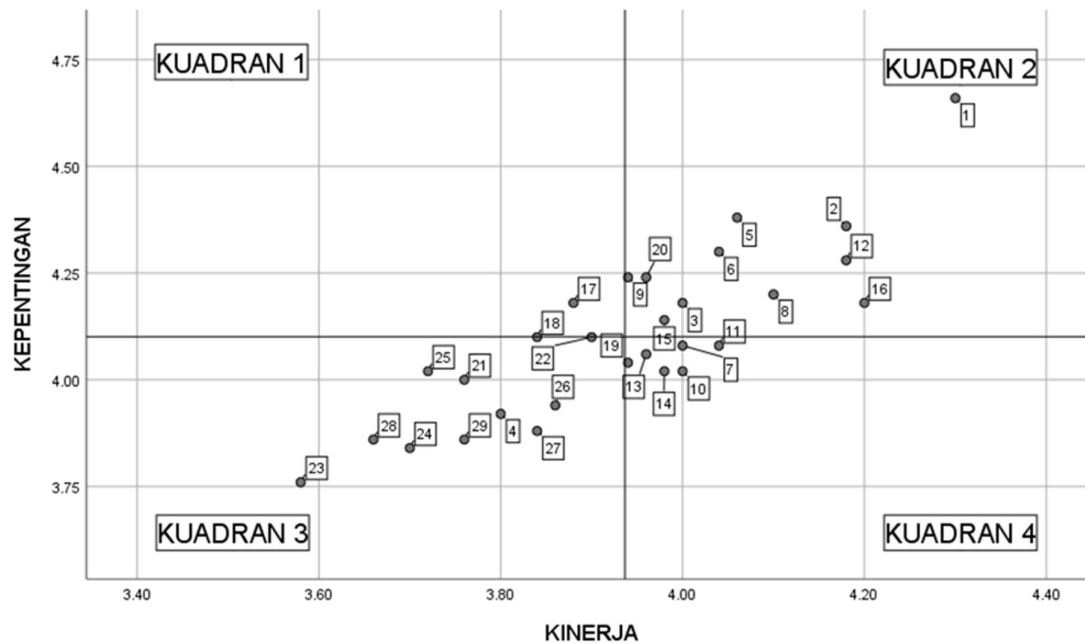
Berdasarkan tabel diatas, bahwa setiap pengunjung hanya 2 kali mengunjungi resto tersebut dikarenakan ingin melihat dan menikmati suasana tempat sirestoran tersebut.

Berikut adalah rekapitulasi keseluruhan data kuesioner yang didapat

Table 8. Rekapitulasi karakteristik konsumen Restoran XYZ berdasarkan hasil data kuesioner:

No	Karakteristik	Ciri-ciri Pelanggan	Pelanggan	Persentase
1	Jenis kelamin	Laki-laki & Perempuan	25	50
2	Usia	17-25 Tahun	44	88
3	Pendidikan Terakhir	SMA	32	64
4	Profesi	Pelajar/Mahasiswa	24	48
5	Penghasilan/Bulan	<Rp. 2 Jt	34	68
6	Desain café yang di sukai	Semi Outdoor	28	56
7	Frekuensi berkunjung	2 Kali	22	44

Berdasarkan kriteria data diatas dan data kuesioner yang disebarkan dan diolah dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan menghasilkan diagram. Diagram ini dipakai untuk mengetahui hubungan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus (X dan Y). X merupakan mean atau rata-rata dari tingkat kinerja dan Y merupakan mean atau rata-rata tingkat kepentingan.



Gambar 1. Diagram krtesius Store Atmosphere Kinerja

Keterangan :

- P1 : Papan usaha yang terpasang jelas
- P2 : Desain papan yang menarik
- P3 : Akses pintu masuk yang luas untuk berlalu lalang
- P4 : Kemegahan bangunan
- P5 : Desain luar restoran yang menarik
- P6 : Kenyamanan lingkungan restoran
- P7 : Luasnya lahan parkir yang tersedia
- P8 : Kebersihan cat dinding dalam restoran
- P9 : Warna cat yang menarik
- P10 : Pencahayaan yang cukup terang
- P11 : Kesegaran udara di dalam restoran
- P12 : Kebersihan di area restoran
- P13 : Suasana ketenangan musik di dalam restoran
- P14 : Suhu udara yang sesuai tidak terlalu panas dan dingin
- P15 : Jarak antar meja memberikan ruangan yang cukup
- P16 : Produk yang bervariasi
- P17 : Lokasi dan kapasitas ruangan yang cukup menampung pelanggan
- P18 : Kursi yang tersedia cukup untuk menampung pelanggan yang datang
- P19 : Space jalur cukup lebar untuk berlalu lalang
- P20 : Kemudahan akses ke setiap ruangan
- P21 : Pembatas dinding cukup untuk menjaga privasi
- P22 : Pengelompokan barang tertata sesuai tempatnya
- P23 : Banner promosi yang memberikan informasi
- P24 : Dekorasi yang menarik
- P25 : Dekorasi yang indah dan sesuai
- P26 : Buku menu memberikan informasi yang cukup
- P27 : Buku menu memiliki desain yang menarik
- P28 : Tanda penunjuk arah yang terlihat jelas
- P29 : Display yang mendukung suasana

Berikut adalah penjelasan mengenai setiap kuadran sebagai berikut:

1. Kuadran 1 prioritas utama

Kuadran ini dianggap penting dan yang diharapkan oleh pelanggan, kuadran ini menggambarkan indikator kepuasan terhadap pelayanan diberikan sebagai prioritas utama (P17). Alokasi ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang (P18) kursi yang ada di ruang tunggu cukup untuk menampung konsumen yang datang (P22) Pengelompokan barang tertata sesuai tempatnya. Atribut pernyataan kuadran ini beranggapan sebagai faktor penting dan diharapkan oleh konsumen dan restoran perlu fokus meningkatkan atribut kuadran ini.

2. Kuadran 2 pertahanan prestasi

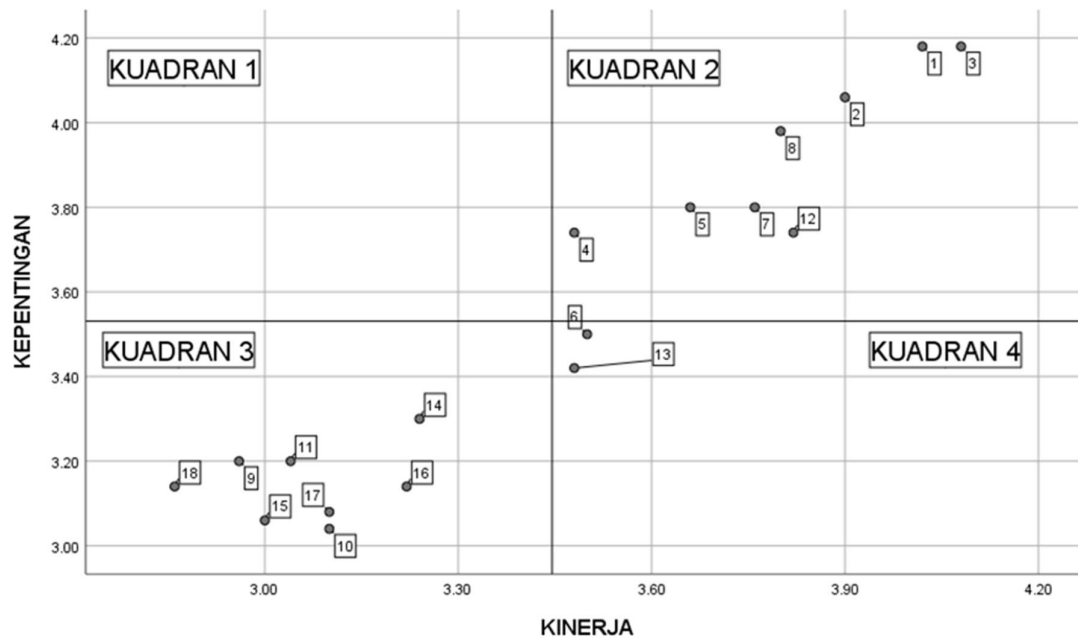
Kuadran ini dianggap penting sudah sesuai dengan yang disarankan oleh pelanggan. Sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi. Ada beberapa pertanyaan yang termasuk ke dalam kuadran dua antara lain yaitu (P1) Papan usaha yang terpasang jelas (P2) Desain papan yang menarik (P3) Akses pintu masuk yang luas untuk berlalu lalang (P5) Desain luar restoran yang menarik (P6) Kenyamanan lingkungan restoran (P8) Kebersihan cat dinding dalam restoran (P9) Warna cat yang menarik (P12) Kebersihan di area restoran (P16) produk yang bervariasi (P20) Kemudahan akses ke setiap ruangan (P15) Jarak antar meja memberikan ruangan yang cukup.

3. Kuadran 3 prioritas rendah

Kuadran ini dianggap prioritas rendah atau tidak terlalu diperhatikan. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali dan ada beberapa pertanyaan yang termasuk ke dalam kuadran 3 prioritas rendah diantaranya yaitu (P4) Kemegahan bangunan (P21) Pembatas dinding cukup untuk menjaga privasi (P23) Banner promosi yang memberikan informasi (P24) Dekorasi yang menarik (P25) Dekorasi yang indah dan sesuai (P26) Buku menu memberikan informasi yang cukup (P27) Buku menu memiliki desain yang menarik (P28) Tanda penunjuk arah yang terlihat jelas (P29) Display yang mendukung suasana.

4. Kuadran 4 rendah

Kuadran ini menunjukkan adanya kinerja yang berlebihan dalam pengelolaan layanan sehingga persepsi ini dengan kepentingan rendah atau tidak berpengaruh dan sumber daya yang digunakan, berikut adalah beberapa pernyataan dalam kuadran empat (P7) Luasnya lahan parkir yang tersedia (P10) Pencahayaan yang cukup terang (P11) Kesegaran udara di dalam restoran (P13) Suasana ketenangan musik di dalam restoran (P14) Suhu udara yang sesuai tidak terlalu panas dan dingin (P19) Space jalur cukup lebar untuk berlalu lalang.



Gambar 2. Diagram Kartesius Store Atmosphere Kepuasan Pelanggan

Keterangan:

- P1 : Kepuasan pelayanan yang diberikan
- P2 : Kepuasan produk yang disajikan
- P3 : Kepuasan kebersihan restoran
- P4 : Menyukai produk restoran dan minat untuk membeli kembali
- P5 : Menyukai variasi produk dan minat untuk mencoba kembali
- P6 : Bersedia merekomendasikan kepada orang lain
- P7 : Kualitas makanan sesuai harapan
- P8 : Pelayanan sesuai harapan
- P9 : Bersedia berkunjung ulang
- P10 : Bersedia membeli ulang
- P11 : Membeli produk resto karena lengkap
- P12 : Membeli produk karena kebutuhan
- P13 : Menceritakan hal positif restoran kepada orang lain
- P14 : Berusaha mempengaruhi orang lain untuk membeli di restoran tersebut
- P15 : Tidak terpengaruh produk restoran lain
- P16 : Tidak tertarik tawaran harga lebih murah di resto lain
- P17 : tidak tertarik potongan harga di restoran lain
- P18 : tidak terpengaruh promo atau hadiah dari restoran lain

Berikut adalah penjelasan mengenai setiap kuadran sebagai berikut :

1. Kuadran 1, pada kuadran I merupakan indikator yang dianggap penting oleh pengguna resto, namun pengelola resto belum mampu mewujudkannya sesuai dengan harapan pengguna sehingga pengguna merasa belum puas. Strategi atau upaya yang harus dilakukan oleh pihak resto terkait keseluruhan adalah pihak resto harus terus memperbaiki atribut yang mendukung dengan memperluas ruangan dengan memaksimalkan layout dan menciptakan suasana aman, nyaman bagi para pelanggan.
2. Kuadran 2, pada kuadran ini menonjolkan kepuasan yang dirasakan dan didapat oleh konsumen, sehingga dapat meningkatkan citra positif perusahaan seperti, (P1) Kepuasan pelayanan yang diberikan (P2) Kepuasan produk yang disajikan (P3) Kepuasan kebersihan restoran (P4) Menyukai produk restoran dan minat untuk membeli kembali (P5) Menyukai variasi produk dan minat untuk mencoba kembali (P7) Kualitas makanan sesuai harapan (P8) Pelayanan sesuai harapan (P12) Membeli produk karena kebutuhan.
3. Kuadran 3, pada kuadran 3 ini mengungkapkan rasa yang dirasakan oleh konsumen terhadap restoran XYZ ini, seperti (P9) bersedia berkunjung ulang (P10) bersedia membeli ulang (P11) konsumen siap membeli produk resto karena lengkap (14) konsumen berusaha mengajak dan mempengaruhi orang lain untuk membeli di resto tersebut (P15) konsumen tidak terpengaruh produk dari resto lain (P16) tidak tertarik tawaran harga lebih murah di resto lain (P17) tidak tertarik potongan harga di resto lain (P18) tidak terpengaruh promo atau hadiah dari restoran lain.
4. Kuadran 4., pada kuadran ini adalah cara peningkatan citra restoran melalui konsumen, dimana konsumen memberikan pengaruh kepada orang lain dan ada pada pernyataan (P6) bersedia merekomendasikan kepada orang lain (P13) menceritakan hal positif kepada orang lain.

Berikut merupakan rekapitulasi setiap elemen berdasarkan hasil analisis tingkat kepentingan (Importance) dan tingkat kinerja (Performance) Store Atmosphere yang dikategorikan dalam setiap indikator sebagai berikut:

Tabel.9

No	Kategori	Indikator Kepentingan	Indikator Kinerja
1	Kuadran A	- Alokasi ruang sesuai untuk menampung pelanggan yang datang. - Kursi di ruang tunggu cukup untuk menampung konsumen yang datang - Pengelompokan barang tertata sesuai tempatnya	Peningkatan kinerja, pelayanan, dan kepuasan pelanggan perlu di perhatikan lebih lanjut, untuk tercapainya tujuan dan keinginan perusahaan.
	Kuadran B	- Papan usaha yang terpasang jelas - Desain papan yang menarik - Akses pintu masuk yang luas untuk berlalu lalang - Desain luar restoran yang menarik - Kenyamanan lingkungan restoran - Kebersihan cat dinding dalam restoran - Warna cat yang menarik - Kebersihan di area restoran - Produk yang bervariasi - Kemudahan akses ke setiap ruangan - Jarak antar meja memberikan ruangan yang cukup	- Kepuasan pelayanan yang diberikan - Kepuasan produk yang disajikan - Kepuasan kebersihan restoran - Menyukai produk restoran dan minat untuk membeli kembali - Menyukai variasi produk dan minat untuk mencoba kembali - Kualitas makanan sesuai harapan - Pelayanan sesuai harapan - Membeli produk karena kebutuhan
	Kuadran C	- Kemegahan bangunan - Pembatas dinding cukup untuk menjaga privasi - Banner promosi yang memberikan informasi - Dekorasi yang menarik - Dekorasi yang indah dan sesuai - Buku menu memberikan informasi yang cukup - Buku menu memiliki desain yang menarik - Tanda penunjuk arah yang terlihat jelas - Display yang mendukung suasana	- Bersedia berkunjung ulang - Bersedia membeli ulang - Membeli produk resto karena lengkap - Berusaha mempengaruhi orang lain untuk membeli di restoran tersebut - Tidak terpengaruh produk restoran lain - Tidak tertarik tawaran harga lebih murah di resto lain - Tidak tertarik potongan harga diresto lain - Tidak terpengaruh promo atau hadiah dari restoran lain
	Kuadran D	- Luasnya lahan parkir yang tersedia - Pencahayaan yang cukup terang	- Bersedia merekomendasikan kepada orang lain - Menceritakan hal positif restoran kepada orang lain

-
- Kesegaran udara di dalam restoran
 - Suasana ketenangan musik di dalam restoran
 - Suhu udara yang sesuai tidak terlalu panas dan dingin
 - Space jalur cukup lebar untuk berlalu lalang
-

Berdasarkan tabel diatas maka strategi yang dapat dilakukan oleh Resto XYZ adalah sebagai berikut:

1. Strategi untuk kuadran (A) perihal alokasi ruangan dan kursi dengan data tampung restoran, oleh karena itu hal yang dapat dilakukan oleh pihak resto harus terus memperbaiki atribut dapat dengan memperluas ruangan dan menatanya sedemikian mungkin dengan berbagai posisi atau layout agar dapat memadai jumlah konsumen dan juga dapat menciptakan suasana yang sesuai restoran, aman dan yang pastinya nyaman bagi para pelanggan.
2. Strategi untuk kuadran (B) dalam atribut ini restoran sudah memiliki poin plus terkait papan nama jelas dan menarik, desain resto yang menarik, lingkungan yang nyaman, area bersih, makanan yang bervariasi dan akses yang mudah sehingga hal yang perlu dilakukan oleh pihak restoran adalah mempertahankan nya agar hal tersebut tetap bertahan dan dapat menjadi ciri khas yang dimiliki restoran tersebut sehingga pelanggan langsung ternotice akan tentang restoran tersebut.
3. Strategi yang harus dilakukan untuk kuadran (C) atribut yang termasuk adalah dengan memperjelas pada bagian menu contohnya dengan 2 bahasa dan mencantumkan harga dan menjelaskan keunikan dari makanan tersebut, petunjuk arah yang tidak hanya diletakkan di satu sudut atau tempat, dekorasi yang menarik dan unik, bangunan yang megah juga dapat menarik perhatian para pelanggan untuk berkunjung , meski atribut tersebut tidak terlihat terlalu penting bukan berarti pelanggan tidak memperhatikannya dan tidak memperdulikannya justru hal tersebut dapat mendukung pelayanan dan fasilitas dalam restoran.
4. Strategi kuadran (D) strategi yang dapat digunakan dalam lahan parkir memang sepele namun hal tersebut dapat menunjang pelayanan dari sebuah restoran dengan lahan yang luas maka dapat menjangkau banyak kendaraan dalam jumlah banyak, dan yang kedua adalah pencahayaan dalam resto juga sangat penting terutama di area indoor dimana area tersebut harus terang dan nyaman bagi pelanggan.

5. KESIMPULAN

Hasil Important Analisis Performance (IPA) yang tergambar pada diagram kartesius diatas. Store Atmosphere Restoran XYZ harus memperhatikan kuadran 1 dan 4 yang dianggap penting karena sebagai prioritas utama. Pada kuadran 2 memiliki peran penting yang perlu dipertahankan karena memiliki pengaruh yang penting. Pada kuadran 3 perusahaan tidak perlu diperhatikan secara berlebihan namun cukup memberikan pengaruh agar nilai perusahaan tetap positif. Kuadran 4 perlu dipertimbangkan karena pengaruh kinerjanya tidak berpengaruh namun sebaiknya diarahkan kebagian yang lebih spesifik. Berdasarkan hasil important performance analysis (IPA) restoran XYZ harus memperhatikan atribut pada kuadran 1 dan 2 dan memperhatikan atau memperbaiki kuadran 4 agar keseimbangan setiap kuadran dapat dirasakan secara rata-rata atau menyeluruh. Restoran XYZ perlu memperhatikan pada setiap komponen yang tersedia untuk konsumen dan perlu memperbaiki nilai di bawah tingkat harapan. Pihak restoran harus mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja agar dapat meningkatkan kepuasan terhadap restoran XYZ.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2019). Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA), dan Model Kano (1 ed.). BPFE-YOGYAKARTA.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan.
- P Kotler & K L Keller, H. K. (2020). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Jakarta: John Wiley & Sons.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa). *Among Makarti*, 10(1).
- Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2020). Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan “Soto Dok Lamongan” Nganjuk.
- Wibowo, G. C. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Harga, Lokasi dan Lingkunga, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Restoran Hokben. (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Zahara, M., Andreansyah, N., & Relawati, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 2(1).