

## Pengaruh Service Quality dan Store Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction (Studi Kasus Gerai Ritel Burger Cepat Saji)

Suryati<sup>1</sup> Untung Eko Setyasari<sup>2</sup> Erni Pratiwi Perwitasari<sup>3</sup> Susatyo Adhi Pramono<sup>4</sup>  
Khamaludin<sup>5</sup> Sigit Somadiyono<sup>6</sup> Ichsan<sup>7</sup> Hendy Tannady<sup>8</sup>

<sup>1</sup>Prodi Manajemen, Universitas Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

<sup>2</sup>Prodi Manajemen Pemasaran, Politeknik LP3I Kampus Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Manajemen & Bisnis, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, DKI Jakarta, Indonesia

<sup>4</sup>Prodi Teknik Sipil, Universitas Wijayakusuma Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

<sup>5</sup>Prodi Teknik Industri, Universitas Islam Syekh Yusuf, Banten, Indonesia

<sup>6</sup>Prodi Ilmu Hukum, Universitas Batanghari, Jambi, Indonesia

<sup>7</sup>Prodi Manajemen Perkebunan, Politeknik Negeri Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia

<sup>8</sup>Prodi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara, Banten, Indonesia

Email: [suryatiangga07@gmail.com](mailto:suryatiangga07@gmail.com)<sup>1</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada suatu restoran atau rumah makan maka dibutuhkan adanya suasana toko yang menarik dan berkualitas, serta pelayanan yg baik, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan program SPSS Statik 25 dengan jumlah sampel sebanyak 185 responden yang pernah membeli dan mengunjungi lawless Burgerbar. dengan menggunakan teknik nonprobability sampling dan purposive. Hasil penelitian ini Uji t menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,5$  dan nilai t hitung sebesar  $4,801 > 1,447$  dan kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung sebesar  $3,812 > t$  tabel  $1,447$  berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan juga diketahui bahwa nilai F hitung dari variabel independen dalam penelitian ini adalah sebesar  $45,050 > F$  tabel  $3,05$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel store atmosphere dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Manfaat penelitian ini bagi lawless Burgerbar adalah sebagai bahan masukan atau evaluasi agar tetap dapat mempertahankan dan meningkatkan suasana toko dan kualitas pelayanan agar dapat bersaing dengan competitor lainnya.

**Kata Kunci :** Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

### PENDAHULUAN

Kreatifitas sangat diperlukan dalam kehidupan yang penuh dengan perubahan untuk terus berinovasi, berbagai produk dan jasa baru telah di hasilkan demi meningkatnya perekonomian dan kualitas hidup manusia, tanpa inovasi dan kreatifitas membuat organisasi akan kurang berkembang. Secara umum industri kreatif merupakan usaha-usaha dibidang atau yang menjual produk kreativitas. Menurut Departemen Perdagangan RI industri kreatif adalah industri yang asalnya dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas beserta bakat yang dimiliki oleh individu dalam menciptakan kesejahteraan dan juga lapangan kerja. Industri ini fokus dalam memberdayakan daya cipta dan daya kreasi individu.

Terdapat 3 diantara 17 subsektor ekonomi kreatif yang berkontribusi paling besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan ekspor. Berdasarkan data *Opus Creative Economy Outlook 2019* subsektor kuliner memberikan kontribusi paling besar dibanding subsektor lainnya dengan berkontribusi sebesar 41 % dan disusul oleh *fashion* yang

berkontribusi sebesar 17% dan seni kriya sebesar 14,9% menurut data tersebut, kuliner berkontribusi sebesar 41% atau menyumbang sebesar Rp. 435,05 triliun dari total kontribusi perekonomian kreatif di Indonesia Rp. 1.105 triliun pada tahun 2019. Angka ini merupakan yang paling tinggi dibandingkan dengan 17 subsektor lainnya yang terdaftar di Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Hal ini menjadikan Indonesia berada di urutan ketiga dimana Amerika dan Korea Selatan menduduki posisi pertama dan kedua dalam jumlah kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB negara. Selain itu pada tahun 2019 ekonomi kreatif juga menyerap 17 juta tenaga kerja yang menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar dalam bisnis ekonomi kreatif. (Kemenparekraf/ Baparekraf RI, 2021)

Di tengah perkembangan ekonomi saat ini industri kuliner masih terus tumbuh dari tahun ke tahun, seiring berkembangnya jaman tren makan diluar rumah juga semakin meningkat, masyarakat cenderung lebih antusias makan di restoran untuk menghilangkan rasa bosan dan suntuk ketika di rumah, untuk sarana rekreasi, ataupun berkumpul dengan kerabat dan keluarga. Salah satu tempat makan atau restoran yang ada di Indonesia adalah restoran cepat saji yang biasa lebih dikenal dengan sebutan restoran *fast food*. Restoran cepat saji awalnya berasal dari Amerika dan Eropa yang menyajikan produk yang sama seperti *burger, pizza, hot dog, spagetthi, ketuncky* dan lainnya. Restoran cepat saji adalah tempat makan dimana konsumen dapat memesan menu dengan penyajian cepat, karna penyajiannya yang cepat restoran cepat saji banyak digemari oleh masyarakat karna membantu memenuhi kebutuhan masyarakat seperti para pekerja yang membutuhkan waktu cepat ketika sedang dalam waktu beristirahat ataupun orang-orang yang hanya sekedar berkumpul dengan kerabat. Pada tahun 2019 silam bisnis restoran cepat saji diyakini tumbuh 15% yang ditunjang oleh pendapat masyarakat yang membaik dan tren makan di luar rumah. Menurut Wakil Ketua Umum Bidang Restoran Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Sudrajat mengatakan bahwa restoran cepat saji merupakan salah satu subsektor industri kuliner dengan kinerja yang cukup stabil dan akan semakin membaik yang tumbuh kisaran 10% sampai 15% setiap tahunnya. (Ekonomi.bisni.com)

Banyaknya restoran cepat saji yang bermunculan di Indonesia menjadi bukti bahwa masyarakat Indonesia menyukai makan di restoran cepat saji. Menurut survey berjudul *Consumer Purchasing Prioritties* yang dilakukan oleh *MasterCard* 2015 menunjukkan bahwa 80% masyarakat Indonesia lebih memilih makan di restoran *fast food*, lalu diposisi kedua *food court* dengan 61% diikuti kafe kelas menengah dengan 22% dan hanya 1% konsumen Indonesia yang memilih makan pada restoran mewah (*fine dining*). Hal ini juga terbukti karena terdapat banyaknya restoran cepat saji di Indonesia seperti *KFC, McDonald's, Pizza Hut, A&W, BurgerKing* dan masih banyak lagi, adapun tempat makan cepat saji lokal yang ada di Indonesia khususnya daerah Jakarta Selatan yaitu *Lawless Burgerbar*.

*Lawless Burgerbar* merupakan tempat makan burger yang berada di daerah Kemang Jakarta Selatan. *Lawless Burgerbar* memiliki konsep unik dibanding tempat makan burger pada umumnya, Hal yang membedakan dengan restoran cepat saji lainnya yaitu *lawless bugerbar* memiliki tema yang unik bernuansa motor klasik dan musik metal mulai dari pajangan dan poster metal yang menempel pada dinding yang serba hitam, penamaan menu yang diambil dari judul lagu, nama band, hingga judul album band metal dan juga *playlist* musik cadasnya yang di putar seharian penuh. Berdiri pada 3 september 2017 *Lawless burgerbar* mendapat antusias banyak dari masyarakat, tidak hanya pecinta musik metal dan komunitas motor klasik namun dari semua kalanganpun datang untuk mencicipi cita rasa burger dari *Lawless Burbergar*, atas kerja kerasnya para pendiri *lawless burgerbar*, restoran ini berhasil masuk dalam daftar tempat burger terenak di Jakarta. (pergikuliner.com2021).

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) pendekatan kuantitatif merupakan penelitian dengan berlandaskan filsafat positif untuk meneliti populasi atau sampel dan mendapatkan sampel secara acak dengan pengumpulan data instrumen analisis data yang statistik. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis kuantitatif karena penelitian ini menggunakan angka dalam mengolah data. Selain itu untuk menguji rumusan masalah yang diperoleh saat pra survei. Penelitian dilaksanakan pada restoran *LawlessBurgerbar* Kemang Jakarta Selatan dan ditunjukkan kepada konsumen *LawlessBurgerbar* Kemang, Jakarta Selatan. Penelitian dilakukan pada februari-juni 2021.

## HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Hasil Pre-Test

Hasil *pre test* pada penelitian ini menunjukkan hasil pengujian pada dua hal yakni, uji validitas dan uji reliabilitas. Peneliti akan melakukan pengujian terhadap pernyataan-pernyataan yang berada didalam kuesioner untuk mengetahui hasil yang valid dan reliabel sehingga dapat mengetahui layak atau tidaknya untuk melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu *main test*. Pada tahap *pre test* ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 30 responden secara acak.

#### Uji Validitas

Pada tahap uji validitas dilakukan dengan menggunakan program *ibm spss statistic* versi 25 untuk mengetahui suatu kuesioner valid atau tidak, dilakukan perbandingan antara koefisien *r* hitung dengan koefisien *r* tabel. Pengujian validitas dilakukan pada setiap variabel penelitian dengan metode *Bivariate Pearson, two tailed test*. Pengujian ini dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel untuk *degree of freedom* =  $n - 2$ , dalam hal ini  $30 - 2 = 28$  dengan  $\alpha 0,05$  di dapat *r* tabel 0,361.

#### Pembahasan

*Mean* terendah terdapat pada item pernyataan yaitu 'lahan parkir *lawless burgerbar* luas' dengan nilai *mean* 2,78. dan nilai terendah kedua pada pernyataan 'pintu depan *Lawless Burgerbar* luas sehingga memudahkan akses masuk dan keluar' dengan nilai *mean* 2,94. Hal ini membuktikan bahwa pihak *lawless burgerbar* harus memperhatikan tempat parkir mereka agar dapat menyediakan lahan parkir yang luas sehingga konsumen merasa aman dan nyaman untuk berkunjung ke *lawless burgerbar* dan pihak *lawless burgerbar* harus merubah desain pintu yang lebih luas lagi untuk memudahkan arus keluar dan masuknya konsumen sehingga konsumen merasa lebih nyaman lagi ketika datang ke *lawless burgerbar* dan meningkatkan kepuasan pada konsumen.

Selanjutnya nilai *mean* tertinggi terdapat pada pernyataan 'pengaturan tema *lawless burgerbar* sudah sesuai' sebesar 4,12. Konsumen lebih tertarik untuk membeli dan mengunjungi *lawless burgerbar* dikarenakan pengaturan tema nya yang sesuai, dimana tema pada *lawless burgerbar* sangat unik dan berbeda dari tempat makan burger lainnya. Dengan tema yang bernuansa musik metal dengan interior yang serba hitam memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Berdasarkan profil responden dengan rata-rata usia 20-25 tahun (65,4%) menunjukkan bahwa anak muda lebih menyukai tempat makan yang unik dan berbeda dari yang lainnya untuk mengabadikan foto pada media sosial seperti instagram ataupun hanya sebagai tempat berkumpul dengan teman-teman.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel *store atmosphere* (X1). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Kristiana (2017). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini membuktikan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh penting dalam kepuasan konsumen pada restoran *lawless burgerbar*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel *store atmosphere* (X1) memiliki nilai t hitung (4,801) lebih besar dari t tabel (1,447) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai t hitung (3,812) lebih besar dari t tabel (1,447) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji F ( $45,050 > 3,05$ ) dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere* (X1) dan kualitas produk (X2) sebagai variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Arifin, J. (2017). SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi. Jakarta: Kelompok Gramedia
- Ghozali, I (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidiyah, & Ningsih. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Innovation Management*, 2, 296–310.
- Handayani, S. N. (2016, January 28). Survei MasterCard: Restoran Cepat Saji Masih Favorit Masyarakat Indonesia | SWA.co.id.
- Hardiansyah, R. (2019). Pengaruh Suasana Toko, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Di Toko Roti Morning Bakery. 6, 215.
- Hasibuan. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, & Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kristiana, M. & Edward. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 01(2337- 6708), 114.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat. Majalah Ilmiah Inspiratif 3(5), 1-11.
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15, 1–9.
- Putri, V. A., & Fatmasari, D. (2018). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan Semarang.
- Saladin, & Buchori. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Sarinah., Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama. Siregar, (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Sugiarto, & Subagio. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal*

*Manajemen Pemasaran Petra, 2, 5.*

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, S (2011). *Analisis regresi untuk uji hipotesis*, Yogyakarta : Caps
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta
- Tannady, H., Suyoto, Y. T., Purwanto, E., & Anugrah, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2):3910-3921.
- Tannady, H., Hamdany, M. A., Anggreni, M. A., Assery, S., Sofyanty, D., Anantadjaya, S. P. D., Nawangwulan, I. M., & Jayanto, I. (2022). Meningkatkan Disiplin Kerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Inspektorat Badan Pusat Statistik). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2):3984-4002.
- Tannady, H., Renwarin, J. M. J., Nuryana, A., Mudasetia, Nawiyah, Mustafa, F., Ilham, Palilingan, R. A. (2022). Peran Disiplin dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan Perdagangan Oli dan Pipa. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2):4320-4335.
- Yuliana, Tannady, H. (2019). Faktor Determinan Performa Pekerja Konstruksi Melalui Media Motivasi. *Journal of Business and Applied Management*, 12(2):169-185.
- Terry, & Rue. (2016). *Dasar-dasar Manajemen* (G. A. Ticoalu, Trans.). Jakarta: Bumi Angkasa.
- Tjiptono (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* Yogyakarta: Andi Offset.