



---

## **Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atmosfer Restoran Dan Harga (Studi Pada Kedai Skrikandi Kwanyar, Bangkalan)**

Ana Imtiyaz Rahmaty<sup>1</sup>, Pribanus Wantara<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

---

### **INFO ARTIKEL**

Sejarah Artikel:  
Diterima  
Diperbaiki  
Disetujui

Keywords:

*Atmosphere Restaurant, Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Price.*

### **Abstract**

*This study aims to understand the problems regarding the level of consumer expectations of the atmosphere and prices as well as to measure consumer satisfaction with the atmosphere and prices at Kedai Skrikandi Kwanyar. Thus, the atmosphere and price variables can be identified in accordance with the needs and expectations of consumers as well as variables that require improvement. The samples taken in this study were consumers who were visiting and had transacted and had enjoyed the offerings from Kedai Skrikandi Kwanyar. The analysis method used is the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The results obtained based on the CSI method indicate that the overall level of customer satisfaction at Kedai Skrikandi is included in the "very satisfied" category. The calculation results based on the IPA method there are 2 items that need to be improved.*

---

✉ Penulis Korespondensi\*

Pribanus Wantara

Email:

[pribanus.wantara@trunojoyo.ac.id](mailto:pribanus.wantara@trunojoyo.ac.id)

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN: 2792-0167

---

DOI :

*Citation : Rahmaty, Ana Imtiyaz & Pribanus Wantara (2021), Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atmosfer Restoran Dan Harga (Studi Pada Kedai Skrikandi Kwanyar, Bangkalan). Jurnal Kajian Ilmu Manajemen, 1 (4), hlm. 454-460*

---

### **PENDAHULUAN**

Saat ini perkembangan kafe dan rumah makan telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala hal, melihat kondisi tersebut menyebabkan para pengusaha kafe dan rumah makan semakin dituntut dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin dinamis, produsen dituntut dengan cepat dan tepat dalam mengambil tindakan agar tidak kalah dalam menghadapi persaingan. Dalam memenangkan persaingan tersebut, dapat

dilakukan dengan menampilkan kualitas prosuk yang terbaik, memberikan harga yang terjangkau, atau dengan menghadirkan tampilan inovasi baru. Beberapa kurun waktu terakhir ini, terdapat salah satu brand rumah makan yang berhasil masuk dan mendongkrak pasar di Kwanyar yakni Kedai Srikandi.

Kedai Srikandi merupakan salah satu UMKM dalam bidang kuliner yang ada di Kecamatan Kwanyar, Kabupaten Bangkalan. Kedai Srikandi didirikan pertamakali oleh Ibu Fatimah pada Bulan Januari 2018 dengan sistem Delivery Order (pesan antar). Namun pada Bulan Maret 2018 ibu Fatimah sudah memiliki tempat (kedai) yang mewadahi untuk berjualan, untuk proses penjualan dikembangkan dengan menerima pesanan untuk dikonsumsi di tempat (kedai). Kedai Srikandi hadir dengan menawarkan berbagai kreasi geprek. Serta hadir dengan mengupgrade beberapa menu baru. Diantaranya varian geprek, juga ada varian bakar-bakar, serta dengan harga yang cukup menarik, hingga atmosfer yang ditawarkannya.

Untuk mendapatkan informasi awal, maka peneliti melakukan wawancara terhadap 3 Konsumen yang sedang berkunjung ke Kedai Srikandi. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apa yang menjadi harapan, keinginan, serta faktor apa yang menjadi kepuasan seorang konsumen Kedai Srikandi.

Hasil Wawancara pada pengunjung pertama menyatakan bahwa "Bukan kali pertama mengunjungi Kedai Srikandi, tetapi yang sangat disayangkan suasana masih sangat tidak bersahabat, terutama disaat siang hari dengan cuaca yang panas membuat tidak nyaman". Sementara Hasil wawancara pada pengunjung kedua menyatakan bahwa "Ayam geprek yang disajikan di Kedai Srikandi relative murah dan sebanding dengan porsi yang disajikannya, dia memiliki anggapan bahwa dengan harga yang sesuai dengan produk, menjadikan konsumen merasa puas". Sedangkan Hasil wawancara yang terakhir, pengunjung menyatakan bahwa "Beliau sering mengajak keluarga ke Kedai Srikandi untuk menikmati sajian yang ada di Kedai Srikandi, tetapi beliau memiliki harapan bahwa fasilitas area parkir perlu adanya perbaikan sehingga tidak kesusahan pada saat mengeluarkan motor dikarenakan banyaknya batu-batuan di area parkir"

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat diambil kesimpulan sementara, bahwa faktor terpenting yang mempengaruhi dari kepuasan konsumen adalah Atmosfer Restoran (Suasana) dan Harga. Menurut Berman, Berry and Evans, Joel R (2010) Atmosfer restoran adalah karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan. Atmosfer Restoran merupakan salah satu unsur dari retailing mix yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel, adanya suasana nyaman akan selalu menjadi bahan pertimbangan tersendiri sebelum memutuskan untuk datang dan menikmati layanan yang disediakan oleh restoran tersebut. Atmosfer dari sebuah restoran juga merupakan salah satu senjata yang selalu dimiliki setiap restoran, setiap restoran memiliki keunikan sendiri sehingga membedakan antara restoran satu dan lainnya, sehingga secara tidak langsung dengan adanya atmosfer restoran dapat menunjukkan kelas sosial layanan yang akan diberikan kepada konsumen. Faktor lainnya yang lebih penting dan juga menjadi pilihan konsumen adalah harga, karena harga yang relatif murah dan terjangkau bisa menjadi faktor dari kepuasan konsumen.

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam mengukur harapan dan persepsi konsumen adalah Customer Satisfaction Index (CSI), karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain. Kelebihan tersebut antara lain dapat menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen. Selain metode CSI, metode lain yang dapat mendukung perbaikan atribut adalah metode Important Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi / atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka peneliti ingin mengadakan penelitian dengan judul "PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATMOSFER RESTORAN DAN HARGA (Studi pada Kedai Srikandi Kwanyar)"

#### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen dari Kedai Srikandi Kwanyar. Sedangkan sampel dalam penelitian ini ialah sebagian dari Konsumen yang sedang mengunjungi, dan telah bertransaksi, serta telah menikmati sajian dari Kedai Srikandi Kwanyar. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden dan jumlah tersebut dianggap sudah mewakili dari jumlah Pengunjung Kedai Srikandi Kwanyar. Sumber data dalam penelitian ini meliputi: Data primer, dalam penelitian ini menggunakan data primer seperti: Wawancara, Observasi, Kuesioner. Dan data sekunder, didapat dari berbagai sumber yaitu, profil produk, literatur-literatur dan jurnal pemasaran serta literatur lainnya seperti majalah, internet, dan sebagainya

#### HASIL

##### Hasil Instrumen Data

##### Hasil Uji Validitas

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Item	Importance		Performance	
	R	Keterangan	R	Keterangan
LS <sub>1</sub>	0,861	Valid	0,847	Valid
LS <sub>2</sub>	0,859	Valid	0,531	Valid
LS <sub>3</sub>	0,747	Valid	0,475	Valid
LS <sub>4</sub>	0,874	Valid	0,742	Valid
TR <sub>5</sub>	0,824	Valid	0,821	Valid
TR <sub>6</sub>	0,875	Valid	0,753	Valid
TR <sub>7</sub>	0,819	Valid	0,566	Valid
HRG <sub>8</sub>	0,757	Valid	0,781	Valid
HRG <sub>9</sub>	0,798	Valid	0,816	Valid
HRG <sub>10</sub>	0,694	Valid	0,859	Valid

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur semua variable dalam penelitian ini memiliki nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ , sehingga semua indikatornya dapat dinyatakan valid.

## Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Importance		Performance	
	A	Keterangan	A	Keterangan
Lingkungan sekitar	0,880	Realibel	0,786	Realibel
Tata ruangan dan Fungsionalitas	0,905	Realibel	0,874	Realibel
Harga	0,801	Realibel	0,726	Realibel

Tabel diatas menunjukkan bahwa suatu variabel dapat dikatakan realibel dengan melihat nilai cronbach's alpha lebih dari 0,7 sehingga dapat di katakan realibel dan penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut.

## Hasil Analisis Data

### Analisis Tingkat Kepuasan (*Customer Satisfaction Index*)

**Tabel 3. Analisis Tingkat Kepuasan**

Atribut	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja	
	<i>Mean Importance Score</i>	<i>Weight Factors (%)</i>	<i>Mean Performance Score</i>	<i>Weight Score</i>
	(a)	(b)	(axb)	
LS <sub>1</sub>	4,69	9,95%	4,46	44,38
LS <sub>2</sub>	4,81	10,2%	3,79	38,66
LS <sub>3</sub>	4,66	9,89%	3,32	32,83
LS <sub>4</sub>	4,66	9,89%	4,03	39,86
TR <sub>5</sub>	4,69	9,95%	4,33	43,08
TR <sub>6</sub>	4,74	10,06%	4,03	40,54
TR <sub>7</sub>	4,71	9,99%	4,36	43,56
HRG <sub>8</sub>	4,81	10,2%	4,69	47,84
HRG <sub>9</sub>	4,79	10,16%	4,7	47,75
HRG <sub>10</sub>	4,58	9,71%	3,95	38,39
Total	<b>47,14</b>	<b>100%</b>		<b>416,89</b>
CSI (%)				<b>83,38%</b>

Berdasarkan Tabel diatas nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) Kedai Srikandi Kwanyar sebesar 83,38% yang berada pada rentang skala  $80\% < CSI \leq 100\%$  yang masuk ke dalam kategori sangat puas.

### Analisis Tingkat Kepentingan Kinerja (*Importance Performance Analysis*)

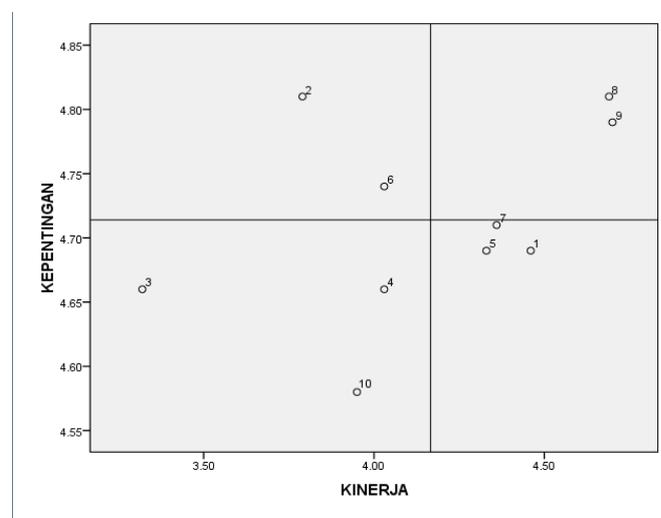
**Tabel 4 Analisis Tingkat Kepentingan Kinerja**

Item	<i>Mean</i>	
	<i>Importance</i>	<i>Performance</i>
LS <sub>1</sub>	4,69	4,46
LS <sub>2</sub>	4,81	3,79
LS <sub>3</sub>	4,66	3,32
LS <sub>4</sub>	4,66	4,03
TR <sub>5</sub>	4,69	4,33
TR <sub>6</sub>	4,74	4,03
TR <sub>7</sub>	4,71	4,36
HRG <sub>8</sub>	4,81	4,69

<b>HRG<sub>9</sub></b>	4,79	4,7
<b>HRG<sub>10</sub></b>	4,58	3,95
<b>Mean</b>	<b>4,71</b>	<b>4,17</b>

Berdasarkan Tabel diatas, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan atribut tingkat kepentingan (importance) memiliki nilai yang sangat tinggi yakni >4, begitu juga atribut tingkat kinerja (performance) secara keseluruhan juga memiliki nilai yang sangat tinggi yakni >4.

Untuk membuat gambar diagram kartesius, dibutuhkan sumbu X yang diisi oleh Mean skor rata-rata kinerja (performance), sedangkan sumbu Y diisi oleh kepentingan (importance) diperoleh sumbu X dan Y sebesar (4,17 : 4,71). Berikut gambar diagram :



Gambar 1. Diagram Kartesius

**Keterangan :**

**Kuadran I (Prioritas Utama) :** 2 : Suhu Udara , 6 : Kenyamanan *Furniture*

**Kuadran II (Pertahankan Prestasi) :** 9 : Harga Sesuai Kualitas , 8 : Harga Terjangkau

**Kuadran III (Prioritas Rendah) :** 3 : Kondisi Parkir , 4 : Model/ Desain Bangunan , 10 : Potongan Harga

**Kuadran IV (Berlebihan):** 1 : Pencahayaan , 5 : Penataan Fasilitas , 7 : Papan Menu

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pada bab ini, dapat diperoleh beberapa informasi yang sangat bermanfaat bagi Kedai Srikandi Kwanyar untuk dapat mengetahui harapan konsumen dalam peningkatan kinerja yang diberikan.

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan untuk menganalisa tingkat kepuasan konsumen, peneliti menggunakan alat analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang diperoleh nilai sebesar 83,38% yang berada pada rentang skala  $80% < CSI < 100%$  yang masuk kedalam kategori sangat puas. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum konsumen merasa puas dengan kinerja yang diberikan, namun masih terdapat 16.62% konsumen dari total responden yang

masih belum puas terhadap kinerja restoran ini. Oleh karena itu, pihak restoran perlu meningkatkan kepuasan konsumennya agar sesuai dengan harapan konsumen dengan cara memperbaiki kinerja, sehingga nilai CSI dapat mencapai 100% yang mengindikasikan konsumen sudah sangat puas. Dapat disimpulkan dari hasil analisis dan pembahasan tersebut, bahwa penelitian ini mendukung pernyataan teori kepuasan konsumen oleh Kotler (2016:169) bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

2. Hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan memiliki tingkat kinerja rendah hendaknya menjadi prioritas utama dalam perbaikan dan peningkatan kinerja. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan Kedai Srikandi Kwanyar dalam meningkatkan kinerja terhadap atribut tersebut, antara lain :
  - a) Kuadran I : merupakan kuadran dengan atribut-atribut yang tingkat kepentingannya tinggi dimata konsumen, sehingga atribut dalam kuadran ini harus menjadi prioritas utama dalam perbaikan kinerja dari Kedai Srikandi Kwanyar. Berikut adalah atribut-atribut yang ada dalam kuadran ini :
    - Suhu Udara (Atribut 2)
    - Kenyamanan Furniture (Atribut 6)
  - b) Kuadran II : merupakan wilayah dengan atribut atribut yang dianggap penting bagi konsumen dan sudah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas. Pihak restoran sudah tepat dalam menjalankan kinerja, sehingga harus tetap dipertahankan. Atribut-atribut yang ada dalam kuadran ini adalah :
    - Harga Sesuai Kualitas (Atribut 9)
    - Harga Terjangkau (Atribut 8)
  - c) Kuadran III : merupakan wilayah yang memuat atribut yang dianggap kurang penting bagi konsumen dan juga kinerjanya yang biasa saja. Hal ini perlu dihindari karena kecil pengaruhnya bagi konsumen. Atribut-atribut di kuadran ini adalah :
    - Kondisi Parkir (Atribut 3)
    - Model/ Desain Bangunan (Atribut 4)
    - Potongan Harga (Atribut 10)
  - d) Kuadran IV : merupakan wilayah yang terdiri dari atribut yang dianggap kurang penting bagi konsumen dan bahkan diras terlalu berlebihan. Atribut-atribut yang ada pada kuadran ini sebaiknya dikurangi dan dapat dialokasikan untuk memperbaiki kuadran I. Atribut -atribut tersebut adalah sebagai berikut :
    - Pencahayaan (Atribut 1)
    - Penataan Fasilitas (Atribut 5)
    - Papan Menu (Atribut 7)

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut : 1. Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), tingkat kepuasan konsumen Kedai Srikandi Kwanyar yaitu sebesar 83,38% yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen sudah merasa sangat puas. Namun, masih terdapat 16,62% dari tingkat kepuasan responden yang merasa belum puas. Hal ini ditunjukkan dengan adanya beberapa atribut yang perlu diperbaiki dari hasil pemetaan diagram kartesius. Dan 2. Atribut dari Variabel Atmosfer Restoran dan Harga yang perlu diperbaiki pada kuadran I yaitu suhu udara dan kenyamanan furniture. Terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan bagi perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat dijadikan solusi, adalah sebagai berikut : 1. Bagi perusahaan, Pihak Kedai Srikandi sebaiknya lebih menjaga, memperhatikan, serta memperbaiki kinerja dari atribut yang ada khususnya untuk atribut yang berada di kuadran I yaitu suhu

udara dan kenyamanan furniture. Pemilik Kedai Srikandi Kwanyar sebaiknya melakukan evaluasi perbaikan secara terus menerus agar atribut yang dianggap kurang memuaskan bagi konsumen dapat diatasi. Kedai Srikandi Kwanyar juga perlu memperhatikan harga yang ditawarkan, selain itu pihak restoran juga perlu memperhatikan inovasi pada ruangan baik dekorasi maupun tema yang diusung. Dan 2. Bagi peneliti selanjutnya, Bagi peneliti yang akan datang diharapkan untuk dapat menemukan variable baru seperti promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra merk yang dapat menjelaskan kepuasan konsumen sebagai variable tambahan atau pendukung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Berman, Berry and Evans, Joel R. 2010. *Retail Management: A Strategic Approach*. 8th Edition. Upper Saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta
- Hightower, R. 2010. Commentary on conceptualizing the servicescape construct in a study of the service encounter in eight countries. *Marketing Management Journal, Spring*
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 12 Edisi Ketiga belas*. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, H Christopher dan Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Terjemahan Agus Widyantoro. Jakarta : INDEKS
- Martilla dan John C. James. 2011. "Importance-Performance Analysis." *Journal of Marketing, Vol. 41 No. 1 Januari 2013 : 77-79*.
- Ninemeier, Jack D. & Hays, David K. 2011. *Restaurant Operations Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Suarthana. 2006. *Manajemen Perhotelan edisi Kantor Depan*. Kuta Utara: Mapindo.
- Supranto, J. 2013. *Statistik Teori dan Aplikasi, Cetakan kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Suryawan, S dan Dharmayanti, D. 2013. *Analisa Hubungan antara Experiential Marketing, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Cafe Nona Manis GrandCity Mall Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2 (3):3.
- Swastha, Basu. 2012. *Manajemen Penjualan*, edisi 3. Yogyakarta : BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.