

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI BRAVO RESTO

Henry Eko Siagian, Rudi Wahono dan Meta Erlita

Universitas Budi Luhur, Jakarta

Email: jentidz@gmail.com, roedywahono@gmail.com dan metawies@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen di Bravo Resto di Kabupaten Kuningan. Dimana variabel independen adalah kualitas pelayanan (X1) dan store atmosphere (X2) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dari populasi seluruh konsumen Bravo Resto dengan menggunakan teknik insidental sampling, data dikumpulkan dengan metode survey melalui kuisioner yang berisikan pernyataan yang harus diisi oleh responden. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig-t < 0,05 dan nilai thitung > ttabel yaitu 4.614 > 1,660 sedangkan variabel Store atmosphere secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig-t < 0,05 dan nilai thitung > ttabel yaitu 7.281 > 1,660. Secara simultan kualitas pelayanan dan store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bravo Resto. Dari hasil pengujian juga di dapat pengaruh sebesar 82,8% dan adapun sisanya 17,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, dan Kepuasan Konsumen*

Pendahuluan

Setiap makhluk hidup memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi (Maulany, 2017). Setiap manusia memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing. Salah satu kebutuhan hidup manusia yaitu makan dan minum. Makan dan minum merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap harinya oleh manusia, oleh karna itu bisnis dibidang makanan dan minuman merupakan bisnis yang tak akan mati oleh masa. Sekarang ini bisnis di bidang kuliner banyak diminati oleh pelaku bisnis di Indonesia dikarenakan bisnis ini memiliki pendapatan yang besar. Selain itu gaya hidup masyarakat yang meningkat dengan kebiasaan membeli makanan di restoran dengan tujuan lebih efisien serta sebagai sarana *refreshing* untuk pertemuan dengan rekan bisnis atau mengadakan acara keluarga, acara spesial dengan teman atau pacar.

Berikut ini adalah data pertumbuhan Restoran di Indonesia dari 2012-2014:

Tabel 1
Data Pertumbuhan Restoran

Tahun	Jumlah restoran	Pertumbuhan
2012	2.812.747	
2013	2.887.015	74.268
2014	3.220.563	333.548

Sumber: Data Badan Pusat Statistik (BPS)

Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan restoran di Indonesia dari hari tahun ketahun terus meningkat. Hal tersebut mengakibatkan persaingan di bidang restoran menjadi semakin sengit, untuk mengatasi persaingan antar pelaku bisnis yang semakin ketat, maka pelaku bisnis harus mempunyai strategi pemasaran yang bertujuan kepada konsumen. Bertujuan kepada konsumen itu dilakukan oleh pelaku bisnis dengan membuat inovasi-inovasi yang mampu memberikan kepuasan akan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menyenangkan dan konsumen akan kembali datang untuk membeli.

Di wilayah Kuningan sendiri restoran yang ramai dikunjungi yaitu Bravo Resto. Bravo Resto ini awalnya merupakan gerobak yang menjual ayam bakar kemudian di tahun 2013 semakin berkembang dan membuka restoran yang mampu menampung delapan puluh samapi seratus orang. Restoran ini sekarang mengadopsi resto sederhana dengan desain yang trendi dan sering mengganti konsep desain tata ruangan sehingga pengunjung yang datang tidak bosan untuk berkunjung. Resto ini menawarkan banyak varian makanan berat dan ringan selain itu banyak juga menyediakan varian minuman es, kopi dan jus. Selain itu setiap hari Minggu restoran ini selalu menampilkan *live acustik* untuk memanjakan para pelanggannya, sehingga resto ini menjadi salah satu destinasi anak muda untuk makan dan *nongkrong*.

Berikut ini adalah data penjualan Bravo Resto di Kabupaten Kuningan priode 2014-2016:

Tabel 2
Data Penjualan Bravo Resto

No.	Tahun	Data Penjualan	Kenaikan/Penurunan
1	2014	Rp. 600.522.100	
2	2015	Rp. 630.020.540	+Rp. 29.498.440
3	2016	Rp. 695.503.000	+Rp. 65.482.460

Sumber: Bravo Resto

Dilihat dari tabel data penjualan di atas tingkat penjualan Bravo Resto menunjukkan tiap tahunnya pengunjung yang datang selalu meningkat sehingga omset yang didapatpun selalu meningkat. Kepuasan konsumen adalah pertahan paling terbaik dalam melawan persaingan dengan perusahaan-perusahaan lain. Perusahaan yang berhasil menjaga agar pelanggannya selalu puas hampir tidak terkalahkan dalam bisnis.

Para pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk.

Salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadinya peningkatan penjualan. Biasanya pelanggan menilai puas atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya atau membandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain. Berdasarkan studi lapangan dengan melakukan wawancara kepada beberapa konsumen kebanyakan konsumen mereka memutuskan kembali ke Bravo Resto karna cukup puas dengan layanan yang diberikan, seperti para pelayanannya ramah dan selalu memberikan salam dan mudah akrab dengan konsumennya serta penampilan karyawan yang terlihat keren, tapi disamping itu tetapi peralatan yang digunakan di Resto Bravo kurang menarik, berbeda dengan resto atau café saingan Bravo Resto.

Suasana toko atau *store atmosphere* juga berperan penting pada sebuah restoran atau café karena mempengaruhi suasana pada diri konsumen ketika menikmati produk yang disajikan atau ketika berbincang-bincang dengan teman, *store atmosphere* tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga memberikan nilai tambah terhadap produk yang di jual. Berdasarkan studi lapangan dengan melakukan wawancara kepada beberapa konsumen kebanyakan konsumen mereka memutuskan kembali ke Bravo Resto karna cukup puas dengan dengan saunas tokonya dengan desain yang tata ruang dan desain dinding yang sering diganti membuat para konsumen betah, ditambah dengan alunan musik yang diberikan serta setiap ditambah setiap hari Rabu di restoran ini selalu menyajikan *stand up comedy* sehingga tidak merasa bosan untuk berkunjung dan *nongkrong* di Bravo Resto. Tetapi menurut beberapa sumber juga ada yang merasa kurang puas dengan pencahayaan, pencahayaan di Bravo Resto ini sedikit gelap di tambah warna dinding tembok berwarna hitam sehingga konsumen merasa kurang nyaman dengan pencahayaan di Bravo Resto.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Kristiana, 2017) kualitas pelayanan dan *store atmosphere* bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, menurut penelitian yang dilakukan (Christina, 2006) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan menurut penelitian yang dilakukan Mustakim (Dhadang, Amboningtyas, & Malik, 2017) *atmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, dari ketiga hasil penelitian terdahulu memang ketiganya menunjukkan bahwa kualitas layanan dan *store atmosphere* bersama-sama menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa “Metode asosiatif adalah suatu

rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan metode kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2017) mendefinisikan bahwa: “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang belandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Hasil dan Pembahasan

A. Uji T

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis Pertama
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.592	1.200		7.159	.000
X2	.433	.059	.579	7.281	.000
X1	.259	.056	.367	4.614	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil output SPSS 23.0 for windows

Dari tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value (sig-t) $000 < 0,05$ dan nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4.614 > 1,660$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian apabila kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat terbukti dapat diterima.

Dari tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value (sig-t) $000 < 0,05$ dan nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7.281 > 1,660$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen. Dengan demikian apabila *store atmosphere* semakin meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat terbukti dapat diterima.

B. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan *store atmosphere* (X2) terhadap kepuasan kosumen (Y). Berikut adalah hipotesis ketiga dengan menggunakan program SPSS 23.0 for windows:

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesi Kedua
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3003.321	2	1501.661	238.723	.000 ^a
	Residual	610.169	97	6.290		
	Total	3613.490	99			

a. Predictors: (Constant), X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil output SPSS 23.0 *for windows*

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $238.723 < 3,09$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dan temuan penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan *Store Atmosphere* (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Bravo Resto, maka dapat dianalisa sebagai berikut:

1. Hasil pengujian kualitas pelayanan diperoleh hasil yang menyatakan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen di Bravo Resto, semakin meningkatnya kualitas pelayanan akan semakin meningkatnya kepuasan konsumen di Bravo Resto.
2. Adapun terdapat nilai paling kecil dari distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan yaitu memahami kebutuhan pelanggan.
3. Hasil pengujian menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bravo Resto, semakin meningkatnya *store atmosphere* maka akan semakin meningkatnya kepuasan konsumen di Bravo Resto. Adapun terdapat nilai paling kecil dari distribusi frekuensi variabel *store atmosphere* yaitu pencahayaan.

BIBLIOGRAFI

- Christina, Widya Utami. (2006). Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern). *Jakarta: Salemba Empat*.
- Dhadang, Dhadang, Amboningtyas, Dheasey, & Malik, Djamaluddin. (2017). The Influence Of Location, Price, And Promotion To Customer Loyalty (Case Study Of Photocopy Buisness In Ronggolawe Shop Semarang). *Journal of Management*, 3(3).
- Kristiana, Maria. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Café Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1).
- Maulany, Soesanty. (2017). Analisis Green Product Terhadap Nilai Pelanggan Dan Dampaknya Pada Repurchase Intention Konsumen Sariayu Di Yogya Department Store Jalan Kepatihan Bandung. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2(4), 117–132.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.