



**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN RESPONSIVENESS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LIVING ROOM
MUTIA GARDEN**

Nurazizah

zizahn194@gmail.com

Universitas Negeri Medan

Nur Ajijah Ritonga

nura48650@gmail.com

Universitas Negeri Medan

Alya Sabrina Pasaribu

alyasabrinapasaribu@gmail.com

Universitas Negeri Medan

Abdan Masykuri

abdan796@gmail.com

Universitas Negeri Medan

Abdillah Satia

abdillahsatia45@gmail.com

Universitas Negeri Medan

Tulus Panjaitan

tuluspanjait@gmail.com

Agus Rahmadsyah

ahmadagus607@gmail.com

Universitas Negeri Medan

Korespondensi penulis : zizahn194@gmail.com

Abstract *To analyze the influence of store atmosphere and responsiveness on customer satisfaction at Living Room Mutia Garden Medan, this research was conducted using a survey method among restaurant customers. Store atmosphere includes elements such as interior design, lighting, and comfortable atmosphere, while responsiveness measures the speed and accuracy of staff in serving customers. The aim is to determine whether there is a significant influence from the interaction between the atmosphere and respondents regarding user tendencies, where the combination of the two can increase user tendencies more than the sum of their parts inseparably. This research method includes primary data sources through in-depth interviews and observations of Mutia Garden Restaurant customers. Data analysis uses qualitative descriptive methods. The research results show that the store atmosphere and responsiveness at Living Room Mutia Garden are quite good, providing customer satisfaction.*

Keywords: *consumer satisfaction, storatmosefer, responsiveness.*

Abstrak Untuk menganalisis pengaruh store atmosphere dan responsiveness terhadap kepuasan pelanggan di Living Room Mutia Garden Medan, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei kepada pelanggan restoran. Store atmosphere meliputi elemen-elemen seperti desain interior, pencahayaan, dan suasana yang nyaman, sementara responsiveness mengukur kecepatan dan ketepatan staf dalam melayani pelanggan. Tujuannya untuk mengetahui terdapat pengaruh yang signifikan dari interaksi antara storatmosfer dan responden mengenai kecenderungan pengguna, dimana kombinasi keduanya dapat meningkatkan kecenderungan pengguna lebih dari jumlah bagian-bagiannya secara tidak terpisah. Metode penelitian ini mencakup sumber data primer melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap pelanggan Restoran Mutia Garden. Analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan store atmosfer dan responsiveness di Living Room Mutia Garden sudah cukup bagus, memberikan kepuasan pada pelanggan.

Kata Kunci: *kepuasan konsumen, storatmosefer, responsiveness*

PENDAHULUAN

Pengaruh store atmosphere dan responsiveness terhadap kepuasan pelanggan di Living Room Mutia Garden Medan dimulai dari pengamatan mengenai perubahan preferensi dan ekspektasi konsumen dalam industri kuliner. Medan sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki tingkat persaingan yang tinggi dalam sektor bisnis restoran dan kafe. Perubahan gaya hidup dan meningkatnya kesadaran konsumen akan kualitas pelayanan membuat aspek-aspek non-kuliner, seperti atmosfer dan layanan, menjadi krusial dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Fenomena ini terlihat pada banyak bisnis kuliner di Medan, termasuk Living Room Medan, yang menghadapi tantangan untuk tidak hanya menarik pelanggan tetapi juga menjaga kepuasan mereka agar tetap datang kembali. Di tengah persaingan yang ketat, banyak restoran berlomba-lomba menciptakan store atmosphere yang mampu memberikan pengalaman berbeda kepada pelanggan. Atmosfer toko mencakup berbagai elemen, seperti desain interior yang estetik, pencahayaan yang nyaman, pengaturan ruang yang fungsional, hingga musik yang dipilih untuk menciptakan suasana yang menenangkan atau menyenangkan. Elemen-elemen ini sering kali menjadi daya tarik utama yang membedakan satu tempat dari tempat lainnya.

Berdasarkan observasi awal, Living Room Medan sudah memiliki daya tarik dalam hal interior dan suasana yang Instagrammable, yang sering menjadi pilihan bagi pengunjung muda. Namun, apakah suasana yang sudah dirancang dengan baik tersebut efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan? Beberapa ulasan pelanggan di media sosial dan platform review menunjukkan bahwa meskipun suasana restoran sudah menyenangkan, sering kali ada masalah dalam hal responsivitas staf. Responsiveness, atau kecepatan dan ketepatan staf dalam melayani kebutuhan pelanggan, adalah salah satu dimensi penting dalam kualitas layanan. Respons yang lambat, ketidakmampuan staf dalam menangani keluhan pelanggan, hingga kurangnya perhatian terhadap detail pelayanan dapat menyebabkan ketidakpuasan meskipun suasana restoran sudah sesuai dengan harapan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa dalam menciptakan kepuasan pelanggan, tidak cukup hanya mengandalkan desain interior atau suasana yang menarik. Kepuasan pelanggan adalah hasil dari kombinasi berbagai faktor, termasuk seberapa baik staf restoran dapat menanggapi permintaan, memberikan layanan yang ramah, dan cepat menyelesaikan masalah yang mungkin muncul selama kunjungan. Dalam konteks ini,

responsiveness memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menyeluruh.

Penelitian ini berusaha mengkaji dua elemen penting, yaitu store atmosphere dan responsiveness, dan bagaimana keduanya berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan di Living Room Medan. Melalui analisis yang lebih mendalam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang elemen apa yang harus diperbaiki atau ditingkatkan oleh pihak manajemen restoran. Penelitian ini juga diharapkan memberikan gambaran lebih jelas bagi bisnis kuliner di Medan lainnya yang ingin meningkatkan kualitas pelayanan mereka melalui peningkatan store atmosphere dan pelayanan responsif.

Secara keseluruhan, penelitian ini penting untuk memahami strategi apa yang paling efektif dalam menjaga kepuasan pelanggan di tengah persaingan ketat dan ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

Storeatmosfer

Storatmosfer merupakan sebuah konsep yang mewujudkan kualitas fisik dan emosional seseorang yang dimaksudkan untuk membangkitkan minat pelanggan. Menurut Bitner (1992), storatmosferi terdiri dari elemen-elemen seperti desain interior, perabotan, warna, musik, dan aroma yang mungkin mempengaruhi kemampuan bisnis untuk sukses. Suasana yang menyenangkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk tinggal lebih lama di toko, sehingga berpotensi meningkatkan loyalitas dan kepuasan.

Komponen tangki penyimpanan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori:

1. Visual: Elemen visual seperti pencahayaan dan tata letak mempunyai dampak signifikan terhadap persepsi pelanggan. Tukang roti dkk. (1994) menyatakan bahwa pendampingan yang efektif dapat mempengaruhi persepsi peserta dan membantu mereka mengembangkan hubungan yang diinginkan.
2. Auditori: Musik dan pencahayaan di toko juga mempengaruhi cara orang berperilaku. Milliman (1982) menegaskan bahwa musik yang dirangkai dengan baik dapat meningkatkan pengalaman pendengar dan memungkinkan mereka menikmati diri mereka sendiri.

3. Olfactory: Aroma yang tercium di dalam lingkungan belanja. Penelitian oleh Spangenberg et al. (2006) menunjukkan bahwa aroma yang menyenangkan dapat meningkatkan pengalaman positif pelanggan.

Responsiveness

Daya tanggap, juga dikenal sebagai daya tanggap, mengacu pada kemampuan organisasi untuk merespons kebutuhan dan keinginan pelanggannya dengan cepat dan efektif. Menurut Zeithaml dkk. (1996), daya tanggap merupakan salah satu faktor terpenting dalam pelayanan pelanggan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pendekatan responsif terhadap layanan dan kepuasan pelanggan menyoroti pentingnya pertimbangan dan komitmen bisnis terhadap kepuasan pelanggan.

Zandi Pratama Dkk menyatakan bahwa indikator responsiveness dalam konteks penelitian kepuasan pelanggan cenderung berfokus pada aspek tertentu dalam suatu bisnis yaitu kebutuhan staf dan permintaan pelanggan. Beberapa indikator umum yang dapat digunakan untuk menurunkan responsiveness antara lain sebagai berikut:

1. Kecepatan Respon
2. Tahap persiapan dan pelaksanaan
3. Sikap Tanggap
4. melibatkan Keluhan Keterampilan

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai penilaian terhadap suatu produk atau jasa yang diukur berdasarkan harapan. Oliver (1980) menegaskan bahwa kerusakan terjadi ketika kualitas suatu produk atau layanan berkurang atau menyamakan harapan pelanggan. Suasana yang menyenangkan dan responsivitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Indikator peserta achepuasan menurut Kotler adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan: Beberapa produk atau layanan bagus yang memenuhi harapan pelanggan.
2. Umpan balik positif: Umpan balik positif dari pengguna setelah menggunakan suatu produk atau layanan.
3. Pengulangan pembelian: Keengganan Pelanggan untuk melakukan ulang pembelian dapat dilihat sebagai kelemahan mereka.

4. Rekomendasi kepada orang lain: Pelanggan yang konsisten dalam merekomendasikan suatu barang dan jasa kepada pelanggan lain.

Hubungan antara daya tanggap, storatmosfer, dan pengalaman pengguna

Beberapa penelitian menunjukkan korelasi positif antara loyalitas pelanggan dan lingkungan penyimpanan. Menurut Kim dan Moon (2009), elemen penyimpanan yang baik berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Homburg et al. (2015) menunjukkan bahwa daya tanggap dalam pelayanan juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap yang tinggi dapat memperkuat ikatan antara loyalitas pelanggan dan kinerja bisnis, sehingga menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini mencakup sumber data primer. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan Restoran Muthiah Garden yang berkunjung ke Restoran Mutia Garden. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan observasi langsung terhadap partisipan penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang sekaligus menganalisis data hasil wawancara dan observasi. Proses analisis diawali dengan reduksi data untuk memilih informasi penting, setelah itu data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif. Kesimpulan diambil dengan merangkum temuan penelitian berdasarkan data yang diperoleh dan memberikan intisari hasil yang jelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Living room mutia garden merupakan yang bergerak dibidang industri bisnis , berlokasi di jalan cut mutia no. 26 restoran ini berdiri sejak dan memiliki misi sebagai Pusat kuliner terbuka yang menawarkan beragam makanan dari hidangan Barat lezat hingga makanan Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen living room mutia garden yang pernah berkunjung ke restoran ini. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan konsumen yang pernah berkunjung ke living room mutia garden diketahui pada variabel store atmosphere dengan indicator music, diketahui bahwa pantulan music yang dikeluarkan tidak mengganggu aktivitas pelanggan , maka hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju, dengan pantulan music yang dikeluarkan livingroom mutia garden tidak mengganggu aktivitas pelanggan, sedangkan untuk item indicator aroma, sebagian responden berpendapat bahwa aroma dari sajian makanan

mampu menggugah selera para pelanggan di living room mutia garden. Kemudian hasil dari wawancara yang dilakukan dengan konsumen dengan variabel responsiveness dengan indicator sikap tanggap, diketahui bahwa pelayan livingroom mutia garden memberikan pelayanan yang tanggap kepada pelanggan, dan untuk indicator keterampilan menangani keluhan pelanggan responden berpendapat bahwa karyawan living room memiliki kesediaan dalam penanganan keluhan para pelanggan, maka berdasarkan responden konsumen mengenai sikap tanggap dan keterampilan karyawan menangani keluhan pelanggan sudah baik dengan kata lain diketahui bahwa kinerja karyawan sudah responsive terhadap keluhan para pelanggan, sehingga responsiveness karyawan di living room mutia garden memberikan kepuasan pada pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa store atmosphere dan responsiveness livingroom mutia garden sudah cukup bagus sehingga terdapat kepuasan pelanggan, telah terpenuhi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap konsumen Living Room Mutia Garden, dapat disimpulkan bahwa Living Room Mutia Garden sebagai sebuah restoran yang berlokasi di Jalan Cut Mutia No. 26 telah berhasil menciptakan kepuasan pelanggan melalui dua variabel utama yang diteliti, yaitu store atmosfer dan responsiveness, Dari segi musik, pelanggan merasa bahwa pantulan musik yang diputar tidak mengganggu aktivitas mereka selama berada di restoran, sehingga hal ini diterima dengan baik oleh konsumen. Rasa makanan juga dinilai menggugah selera, sehingga menciptakan suasana yang positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Serta Pelayanan yang tanggap dari karyawan mendapatkan respon positif dari pelanggan. Pelayan dianggap sebagai cekatan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan, termasuk dalam menangani keluhan. Karyawan juga dinilai memiliki keterampilan yang baik dalam menangani keluhan, menunjukkan bahwa mereka responsif terhadap permasalahan yang mungkin dihadapi pelanggan. Secara keseluruhan, baik aspek store atmosfer maupun responsiveness di Living Room Mutia Garden telah berkontribusi pada tercapainya kepuasan pelanggan, menandakan bahwa restoran ini telah mampu memenuhi harapan konsumen dari bidang pelayanan dan pengalaman di tempat tersebut.

Saran

Berdasarkan penelitian ini, disarankan agar living room Mutiara garden untuk terus Pertahankan kualitas, Agar terus meningkatkan kepuasan pelanggan, Living Room

Mutia Garden disarankan untuk mempertahankan kualitas musik, aroma makanan, dan pelayanan yang sudah baik saat ini. Serta melakukan evaluasi secara berkala terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat membantu mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan peluang untuk peningkatan. Kemudian untuk Terus berinovasi dalam menu makanan, suasana restoran, dan pelayanan dapat membuat Living Room Mutia Garden tetap relevan dan menarik minat pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). The influence of store atmosphere on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(4), 328-339.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- Homburg, C., Müller, M., & Klarmann, M. (2015). When should the customer be the focus? The impact of the customer experience on customer satisfaction and loyalty. *Journal of Business Research*, 68(7), 1378-1383.
- Kim, J., & Moon, J. (2009). The effects of store atmosphere on customer behavior: A study of the retail experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(3), 234-240.
- Milliman, R. E. (1982). Using Background Music to Affect the Behavior of Supermarket Shoppers. *Journal of Retailing*, 58(4), 86-92