

ANALISIS STRATEGI ATMOSFER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN ABC

Rahma Aulia Husen¹, Novita Sari², Siti Alawiyah³, Endang Silaningsih⁴
Manajemen, Universitas Djuanda, Bogor

E-mail: rahmaauliahusen@gmail.com¹, novitasariv412@gmail.com², stalawiyahhotkp2@gmail.com³,
endang.silaningsih@unida.ac.id⁴

ABSTRAK	Store atmosphere yang dirancang dengan baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian, loyalitas, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi yang tepat untuk direkomendasikan ke Perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik <i>purposive sampling</i> dengan jumlah sampel sebanyak 50. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif, <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA). Dalam penelitian ini diperoleh hasil analisis <i>Improtant Performance Analysis</i> (IPA) yang tergambar pada diagram kartesius <i>store atmosphere</i> . Berdasarkan hasil diagram kartesius dalam analisis <i>Improtant Performance Analysis</i> (IPA) dalam kepuasan pelanggan, Restoran ABC harus mempertahankan atribut yang masuk ke dalam kuadran B dan lebih memperhatikan atribut yang masuk ke dalam kuadran C. Hal tersebut menunjukkan pelanggan puas dengan <i>Store Atmosphere</i> di Restoran ABC.
Kata kunci	<i>Improtant Performance Analysis (IPA), Customers Satisfaction, Store atmosphere</i>
ABSTRACT	<i>A well-designed store atmosphere can influence purchasing decisions, loyalty and customer satisfaction. This research aims to determine the right strategy to recommend to the Company. The sampling technique used was purposive sampling with a sample size of 50. The data analysis technique used was descriptive, Importance Performance Analysis (IPA). In this research, the results of the Importance Performance Analysis (IPA) analysis are obtained which are depicted on the Cartesian store atmosphere diagram. Based on the results of the Cartesian diagram in the Importance Performance Analysis (IPA) analysis of customer satisfaction, Restaurant ABC must maintain the attributes that fall into quadrant B and pay more attention to the attributes that fall into quadrant C. This shows consumer satisfaction with the Store Atmosphere at Restaurant ABC.</i>
Keywords	<i>Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction, Store Atmosphere</i>

1. PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat menuntut semua perusahaan makanan untuk memenangkan hati pelanggan dengan menerapkan strategi yang tepat, termasuk diferensiasi. Diferensiasi mengacu pada segala upaya perusahaan untuk menciptakan perbedaan dari pesaingnya dengan tujuan memberikan nilai terbaik kepada pelanggan (Kartajaya, 2010). Perusahaan dapat mewujudkan strategi diferensiasi dengan merancang *store atmosphere*. Menurut Levy dan Weitz (2012) dalam Katarika dan Syahputra (2017), *store atmosphere* adalah visual dan suasana yang digunakan untuk mensimulasikan persepsi dan reaksi emosional pelanggan dan pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku pembelian mereka, contohnya seperti komunikasi dengan

pelanggan, pencahayaan, warna, musik, dan aroma. *Store atmosphere* dapat memotivasi pelanggan untuk mengunjungi toko (Kusumawati, 2014).

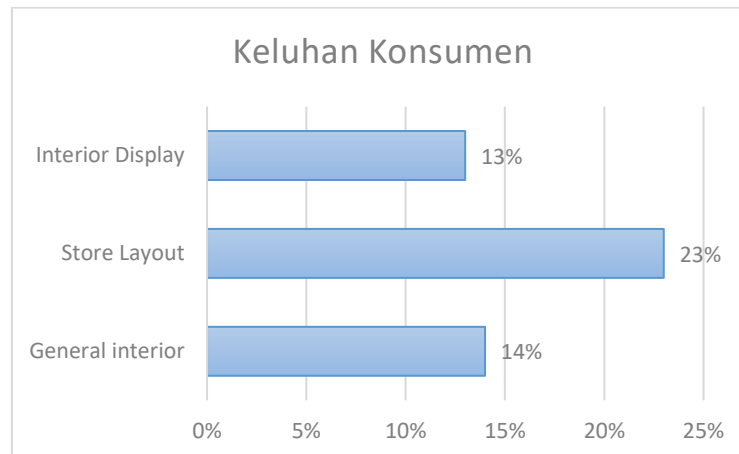
Empat aspek *store atmosphere* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan adalah *exterior, general interior, store layout, dan interior display*. Dalam hal ini, selain *store atmosphere*, perusahaan juga harus bisa menjaga apa yang penting bagi pelanggan. *Exterior* mengacu pada desain toko yang menjadikan toko unik, menarik, dan menarik perhatian, serta memudahkan orang untuk memasuki toko. Misalnya etalase toko, *signage*, pintu depan, tempat parkir, dan lain-lain *General interior* adalah penempatan di dalam ruang toko yang mempengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan konsumen. Contohnya seperti tata letak toko, warna/pencahayaan, suhu, dan label harga. *Store layout* merupakan salah satu elemen kunci dari faktor *store atmosphere* karena dengan menerapkan tata letak toko yang tepat, pengusaha ritel dapat mencapai perilaku konsumen yang diharapkan. Contohnya seperti tata letak lantai, klasifikasi produk, pola arus konsumen, dan ruang karyawan. *Interior display* bertujuan untuk memberikan informasi kepada pelanggan, meningkatkan *store atmosphere*, dan menggalakkan promosi. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan toko.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan harapan dan kesan terhadap suatu produk. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai keadaan dimana harapan pelanggan terhadap produk sesuai dengan kenyataan yang diterima pelanggan (Sangadji dan Sopiah, 2013). Park dalam Irawan (2021) Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan yang timbul ketika konsumen membandingkan antara persepsi atau kesan mereka terhadap produk atau jasa yang dibeli dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Store atmosphere merupakan elemen penting dari bauran ritel dan dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian pelanggan. Menurut Sambara et al. (2021), *store atmosphere* merupakan salah satu bauran pemasaran toko yang berperan penting dalam menarik pembeli, memudahkan pembeli dalam memilih barang belanjaan, dan menciptakan keseimbangan antara penggunaan pribadi dan penggunaan di rumah yang akan mengingatkan produk mana yang akan diinginkan sesuai kebutuhan. Hal ini karena, dalam proses keputusan pembelian, pelanggan tidak hanya merespons produk dan layanan yang ditawarkan oleh pengecer, tetapi juga terhadap lingkungan belanja ritel yang diciptakan oleh pengecer. (Premana, 2008) "Perilaku pembelian pelanggan juga dipengaruhi oleh *store atmosphere*," artinya *store atmosphere* juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. *Store atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma yang menciptakan respons emosional dan persepsi pelanggan serta mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk (Utami, 2010).

Dalam hal ini, selain *store atmosphere*, perusahaan juga harus bisa menjaga hal apa yang penting bagi pelanggan agar pelanggan merasa puas. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan harapan dan kesan terhadap suatu produk. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai keadaan dimana harapan pelanggan terhadap produk sesuai dengan kenyataan yang diterima pelanggan (Sangadji dan Sopiah, 2013). Industri makanan berkembang semakin pesat akhir-akhir ini. Salah satu industri tersebut adalah industri makanan cepat saji yang menawarkan pelayanan dan harga terbaik. Salah satu Restoran cepat saji yang sangat populer di

Indonesia adalah Restoran ABC. Berikut data keluhan pelanggan terhadap Restoran ABC selama setahun terakhir:



Gambar 1. Keluhan Restoran ABC Periode 2023 – 2024

Berdasarkan Gambar 1, hasil analisis menunjukkan rata-rata penilaian keluhan konsumen terhadap indikator *store atmosphere* yaitu 16,67%. Penilaian tertinggi sebesar 23% responden keluhan konsumen terhadap elemen *store layout* dan penilaian terendah sebanyak 13% responden keluhan konsumen terhadap elemen *interior display*. Penilaian tersebut merupakan faktor penting yang perlu ditingkatkan oleh Restoran ABC karena adanya keluhan yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi manajemen Restoran ABC dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas *store atmosphere*, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam bidang pemasaran dan manajemen Restoran, serta manfaat praktis bagi pengelola Restoran ABC dalam menghadapi persaingan di industri kuliner.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari pelanggan Restoran ABC. Sampel penelitian ini berjumlah 50 responden. Teknik pengambilan sampel jenis ini menggunakan teknik non-probability sampling karena sampelnya tidak ditentukan secara acak, melainkan dapat dipilih dari seluruh unsur populasi yang ada, mungkin karena kebetulan atau faktor lain.

2.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang diawali dengan pengumpulan data, penafsiran data, penampakan dan hasil, serta bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu keadaan secara obyektif dengan menggunakan angka-angka (Arikunto, 2006). Metode deskripsi kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari keadaan benda-benda alam berdasarkan filosofi post-positivisme (Sugiyono, 2016). Metode survei atau pengumpulan data menggunakan kuisioner langsung dan kuisioner tidak langsung (Google Form).

2.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan hal yang penting. Metode *important performance analysis* (IPA) pertama kali dikemukakan oleh

Martilla dan James pada tahun 1997 dalam artikel mereka "*Importance Performance Analysis*" yang diterbitkan dalam *Journal of Marketing*. Metode ini meminta responden untuk membuat hubungan antara kinerja perusahaan dengan harapan perusahaan. Tingkat kinerja rata-rata dan ekspektasi kemudian dianalisis dalam matriks kinerja kritis.

Di sini, sumbu X mewakili kinerja dan sumbu Y mewakili ekspektasi.

2.4 Indikator

Adapun dimensi dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Indikator Pengukuran Variabel

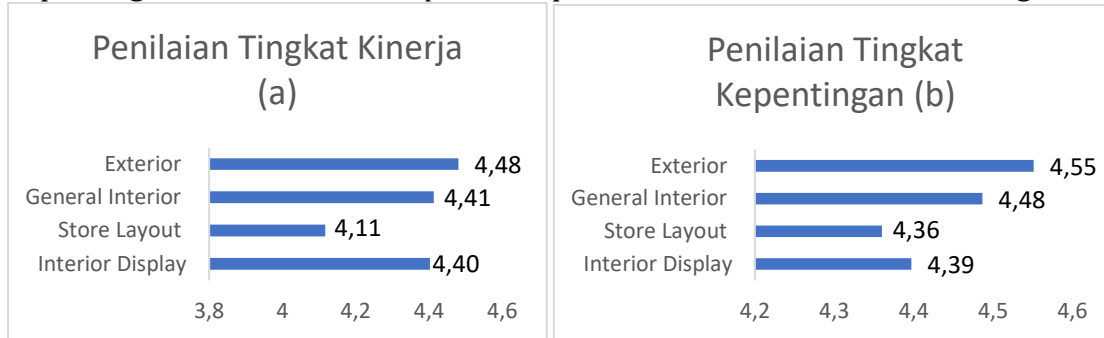
Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
<i>Store Atmosphere</i>	<i>Exterior</i>	1. Bagian depan Restoran 2. Papan nama Restoran 3. Pintu masuk 4. Display window 5. Tinggi dan luas bangunan 6. Keunikan 7. Lingkungan sekitar 8. Tempat parkir	Berman dan Evan (2018)
	<i>General Interior</i>	9. Pencahayaan 10. Suhu udara 11. Musik 12. Karyawan 13. Kebersihan	
	<i>Store Layout</i>	14. Penataan ruang 15. Pengelompokan Produk 16. Arus lalu lintas Restoran 17. Pemajangan barang	
	<i>Interior Display</i>	18. Dekorasi sesuai tema 19. Dekorasi ruangan 20. Tanda petunjuk 21. Gambar/poster	
	Perasaan Puas	1. Kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat	

Kepuasan Konsumen	Selalu membeli produk	2. Kemauan untuk membantu pelanggan dan bertanggungjawab terhadap mutu layanan yang diberikan	Tjiptono (2019)
	Rekomendasikan kepada orang lain	3. Tuntutan yang dimiliki, pengetahuan dan keterampilan yang baik oleh pelanggan dalam memberikan pelayanan	
	Terpenuhinya harapan konsumen	4. Memudahkan untuk mengadakan kontak dan pendekatan	

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Penilaian Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan Variabel *Store Atmosphere*

Hasil perhitungan tanggapan konsumen terhadap penilaian tingkat kinerja dan tingkat kepentingan *store atmosphere* pada Restoran ABC, sebagai berikut:



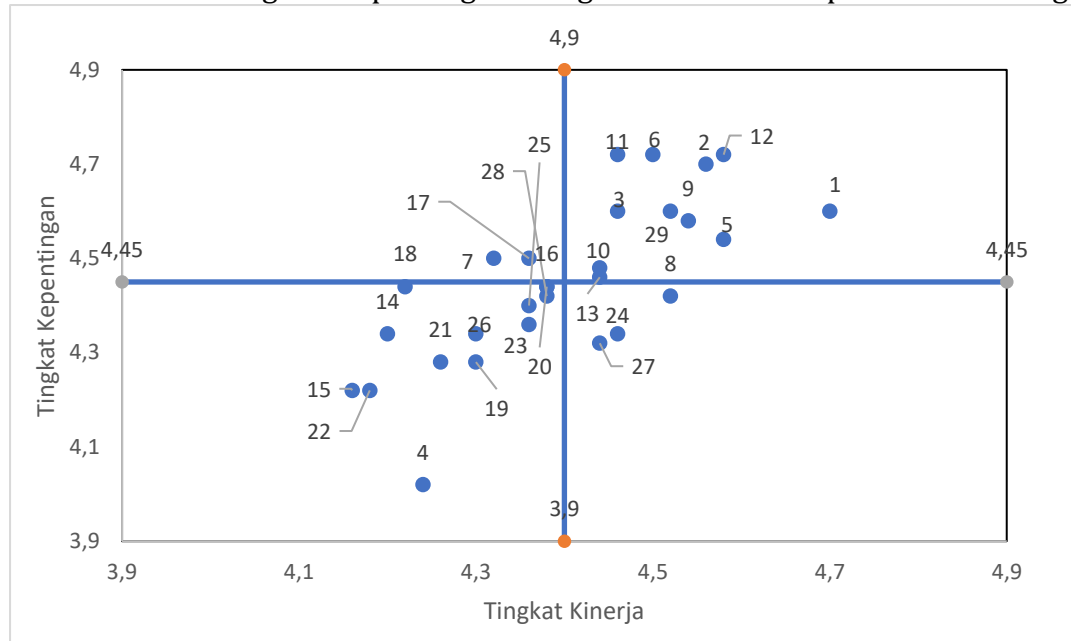
Gambar 2 Tanggapan Konsumen Terhadap Penilaian Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan Variabel *Store Atmosphere*

Berdasarkan Gambar 2, tanggapan konsumen terhadap penilaian tingkat kinerja menunjukkan bahwa secara umum konsumen memberikan nilai variabel *Exterior* dengan rata-rata 4,48 dengan kriteria penilaian baik. Artinya indikator yang terdapat pada variabel ini sudah sesuai dan dapat menarik daya beli konsumen. Untuk variabel *General Interior* konsumen memberikan nilai rata-rata 4,41 dengan kriteria penilaian baik. Artinya pencahayaan, suhu udara, musik, karyawan dan kebersihan sudah sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan variabel *store layout* diberi nilai rata-rata sebesar 4,11 dengan kriteria baik. Artinya penataan ruang dan pengelompokan produk dapat mempengaruhi konsumen agar merasa nyaman. Variabel interior *display* diberi nilai sebesar 4,40 dengan kriteria penilaian baik. Artinya dekorasi sudah sesuai tema dan gambar/ poster dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

3.2 Strategi Importance Performance Analysis (IPA) pada Restoran ABC

Diagram Kartesius digunakan untuk memvisualisasikan hubungan antara dua elemen dalam suatu grafik, membantu menganalisis pola, tren, dan keterkaitan antar data. Sumbu X mewakili satu elemen, sedangkan sumbu Y mewakili elemen lainnya. Dalam penelitian ini Sumbu X merupakan rata-rata dari Tingkat Kinerja dan Y merupakan

rata-rata dari Tingkat Kepentingan. Diagram tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3 Diagram Kartesius Store Atmosphere pada Restoran ABC

Berdasarkan gambar 3, terdapat 29 pernyataan dalam *store atmosphere* yang terbagi menjadi 4 kuadran:

Kuadran A (Prioritas Utama) Elemen atau faktor yang berada pada kuadran A memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi pelanggan atau para pemangku kepentingan. Tingkat kinerja tinggi, yang berarti organisasi telah berhasil memenuhi harapan dalam elemen tersebut. Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa yang termasuk ke dalam kuadran A adalah:

(P7) fasilitas parkir yang diberikan Restoran ABC luas.

(P17) alokasi ruangan pada Restoran ABC sesuai untuk menampung pelanggan.

Elemen ini harus menjadi prioritas utama dalam peningkatan kinerja karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, artinya pelanggan menganggap elemen ini sangat penting.

Kuadran B (Pertahankan Prestasi) Elemen di kuadran B dianggap sangat penting oleh pelanggan atau pemangku kepentingan, tetapi kinerjanya rendah. Organisasi perlu meningkatkan kinerja dalam elemen ini untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa yang termasuk ke dalam kuadran B adalah:

(P1) papan nama usaha pada Restoran ABC sudah terpampang dengan jelas.

(P2) papan nama usaha pada Restoran ABC memiliki desain yang menarik.

(P3) pintu masuk pada Restoran ABC memiliki lebar yang cukup.

(P5) desain Restoran ABC dari luar terlihat menarik.

(P6) lingkungan di sekitar Restoran ABC nyaman.

(P9) warna cat di dinding dalam Restoran terlihat menarik.

(P10) pencahayaan di Restoran ABC sudah cukup terang.

(P11) aroma di dalam Restoran terasa segar.

(P12) area di dalam Restoran ABC bersih.

(P13) suara musik yang ada di dalam Restoran enak didengar.

(P29) display yang digunakan Restoran ABC membangkitkan suasana.

Kuadran C (Prioritas Berlebihan) Elemen di kuadran C dianggap kurang penting oleh pelanggan atau pemangku kepentingan. Meskipun begitu, kinerja tinggi yang menunjukkan organisasi memiliki keunggulan dalam aspek tersebut. Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa yang termasuk ke dalam kuadran C adalah:

- (P4) bangunan Restoran ABC terlihat megah dari kejauhan.
- (P14) suhu udara pada Restoran ABC normal.
- (P15) jarak perabotan memberikan ruang yang cukup di dalam Restoran.
- (P16) produk yang ditawarkan Restoran ABC bervariasi.
- (P18) kursi yang ada di ruang tunggu sudah cukup untuk menampung seluruh pelanggan.
- (P19) jalur di tiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk pelanggan berlalu lalang.
- (P20) akses ke setiap ruangan mudah.
- (P21) dinding pembatas pada setiap ruang sudah cukup memberikan privasi bagi pelanggan.
- (P22) pengelompokan barang di Restoran ABC sudah tertata sesuai jenis.
- (P23) banner promosi yang ada sudah cukup memberikan informasi.
- (P25) dekorasi dinding di Restoran ABC terlihat indah.
- (P26) buku pilihan produk memberikan informasi yang cukup.
- (P28) tanda-tanda penunjuk terlihat dengan jelas.

Elemen ini menjadi prioritas rendah dalam peningkatan kinerja karena memiliki tingkat kepentingan yang rendah, artinya pelanggan menganggap elemen tersebut tidak terlalu penting dan kinerjanya masih kurang.

Kuadran D (Prioritas Rendah) Elemen di kuadran D dianggap tidak terlalu penting dan kinerjanya rendah. Restoran dapat memilih untuk mengurangi investasi atau upaya lain di elemen ini seperti lebih fokus pada aspek yang lebih signifikan. Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa yang termasuk ke dalam kuadran D adalah:

- (P8) cat dinding di dalam Restoran terlihat bersih.
- (P24) dekorasi dinding di Restoran ABC terlihat menarik.
- (P27) buku pilihan produk memiliki desain yang menarik.

3.3 Strategi *Store Atmosphere* pada Restoran ABC

Strategi untuk Kuadran (A) adalah mempertahankan dan meningkatkan. Atribut-atribut yang berada pada kuadran A harus diperbaiki melalui perbaikan berkelanjutan agar kinerja atribut-atribut yang sudah berada pada kuadran tersebut terus meningkat (Supranto, 2012). Item di kuadran A dihargai dan dianggap penting oleh pelanggan dan dapat dikelola dengan baik oleh Restoran. Pemeliharaan dan peningkatan terus menerus pada kinerja diperlukan untuk memastikan kepuasan pelanggan tetap tinggi. Fokus pada pemeliharaan dan peningkatan kinerja untuk menjaga kepuasan pelanggan, identifikasi juga area di mana kinerja dapat ditingkatkan. Oleh karena itu, Restoran ABC harus memberikan fasilitas parkir yang luas agar bisa menampung kendaraan yang digunakan pelanggan. Selain itu, pada elemen *store layout* Restoran ABC bisa lebih baik dalam alokasi ruangan agar bisa menampung lebih banyak pelanggan.

Strategi pada kuadran (B) adalah memprioritaskan perbaikan. Menurut Supranto M.A (2012), untuk menciptakan produk dan jasa yang unggul di mata pelanggan di bidang ini, maka atribut-atribut yang termasuk dalam bidang ini harus selalu dijaga. Faktor di kuadran B memiliki tingkat kepentingan yang tinggi tetapi kinerjanya rendah. Alokasikan

sumber daya untuk meningkatkan kinerja pada elemen ini agar sesuai dengan tingkat kepentingannya. Oleh karena itu, pihak Restoran harus tetap mempertahankan kinerja pada elemen *exterior* dengan tetap menaruh papan nama usaha agar dapat dilihat oleh pengunjung, memperbaiki papan nama usaha agar memiliki desain yang lebih menarik, mempertahankan lebar pintu masuk agar cukup untuk pelanggan berlalu lalang, memperbaiki desain Restoran agar lebih menarik, menjaga agar lingkungan Restoran tetap nyaman. Pada elemen *general interior*, Restoran ABC harus mempertahankan warna cat dinding agar selalu terlihat menarik, pencahayaan di dalam Restoran agar tetap terang, mempertahankan agar aroma di dalam Restoran tetap segar, menjaga agar area di dalam Restoran ABC tetap bersih, memperhatikan suara/ musik terdengar tenang dan tidak mengganggu pelanggan, Selain itu pada elemen interior *display*, pihak Restoran bisa mengganti *display* sesuai dengan waktu tertentu agar tidak membosankan guna memberikan suasana baru saat pelanggan berkunjung.

Strategi yang harus dilakukan pada kuadran (C) yaitu mempertimbangkan pengurangan investasi. Menurut Supranto M.A (2012) Atribut yang masuk ke dalam wilayah ini bisa dikaji kembali untuk manfaat dan pengaruh terhadap pelanggan. Elemen pada kuadran C dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi kinerjanya sudah tinggi. Pihak Restoran harus mempertimbangkan untuk mengurangi investasi atau sumber daya yang dialokasikan ke dalam elemen ini jika hal tersebut dapat dilakukan tanpa mengorbankan kepuasan pelanggan. Atribut yang termasuk pada kuadran ini yaitu elemen *exterior* Restoran ABC memiliki bangunan yang terlihat megah dari kejauhan. Pada *general interior*, suhu udara pada Restoran ABC normal, jarak perabotan memberikan ruang yang cukup di dalam Restoran. Pada elemen *general interior* pihak Restoran dapat terus menambahkan variasi pada produk yang ditawarkan agar tidak membosankan. Pada *store layout*, kursi yang ada di ruang tunggu sudah cukup untuk menampung seluruh pelanggan, jalur di tiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk pelanggan berlalu lalang, akses ke setiap ruangan mudah, dinding pembatas pada setiap ruang sudah cukup memberikan privasi bagi pelanggan, pengelompokan barang di Restoran ABC sudah tertata sesuai jenis. Selain itu pada elemen interior *display*, *banner* promosi yang ada sudah cukup memberikan informasi bagi pelanggan, dekorasi dinding di Restoran ABC terlihat indah, buku pilihan produk memberikan informasi yang cukup, serta tanda-tanda penunjuk terlihat dengan jelas. Walaupun atribut- atribut ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan, bukan berarti pelanggan sepenuhnya menganggap tidak penting. Artinya, kekecewaan pelanggan ada di kuadran ini namun saat ini pelanggan tidak menginginkan adanya perubahan pada atribut-atribut ini dalam waktu dekat.

Strategi yang harus dilakukan pada kuadran (D) yaitu evaluasi berkelanjutan atau pengurangan investasi. Atribut dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah. Pihak Restoran perlu mempertimbangkan apakah investasi lebih lanjut diperlukan atau mungkin akan mengurangi alokasi sumber daya pada atribut ini tanpa dampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Pihak Restoran harus memfokuskan upaya pada aspek yang lebih penting dan memberikan dampak yang lebih besar. Atribut yang termasuk pada kuadran ini yaitu elemen *general interior*, cat dinding di dalam Restoran terlihat bersih. Pada elemen interior *display* dekorasi dinding di Restoran ABC terlihat menarik dan buku pilihan produk memiliki desain yang menarik

4. KESIMPULAN

Hasil analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) yang ditunjukkan pada diagram kartesius store atmosfer menunjukkan bahwa Restoran ABC perlu memperhatikan Kuadran A yang dianggap penting oleh pelanggan, namun kinerja Restoran tersebut rendah. Restoran harus menjaga atribut yang termasuk dalam Kuadran B. Restoran harus memperhatikan item-item di Kuadran C, meskipun pelanggan menganggapnya kurang penting agar pelanggan tidak pindah ke kuadran A. Restoran harus mengurangi pengeluaran di Kuadran D untuk menghindari pemborosan.

Dalam konteks ini, Restoran ABC perlu lebih memperhatikan seluruh elemen store atmosphere dan kepuasan pelanggan yang nilainya masih di bawah tingkat yang diharapkan. Restoran dengan store atmosphere harus terus mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerjanya pada atribut Kuadran A. Selain itu, atribut di kuadran C harus dipertahankan untuk menghindari perpindahan ke kuadran A. Restoran yang memiliki kepuasan pelanggan harus mempertahankan atribut yang termasuk dalam Kuadran B dan mengevaluasi atribut yang termasuk dalam Kuadran C. Restoran juga perlu menyelidiki lebih lanjut pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan Restoran ABC.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Afaratur Rahmi, A. W. (2020). Analisis IPA dalam mengukur kepuasan pelanggan PT. Medion Ardhika Bhakti Berdasarkan Dimensi SERVQUAL. *Jurnal Administrasi Profesional*, 27-34. <https://doi.org/10.32722/jap.v1i02.3661>
- Endang Silaningsih, M. F. (2020). Strategi Store Atmosphere Pada Rumah Makan Soto Bogor Maamar Jakarta. *Jurnal Visionida*, 41-51. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3502>
- Palinggi, Y., Sabran, S., & Hamji, H. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(1), 67-77. <https://doi.org/10.53640/jemi.v23i1.1342>
- Wilujeng, F. R., Rembulan, G. D., Andreas, D., & Tannady, H. (2019). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Dua Bisnis E-Commerce Terbesar di Indonesia dengan Menggunakan Analisis Servqual dan IPA. *Prosiding Semnastek*.
- Wirdha Purnomo, D. R. (2015). Analisa Kepuasan Pleanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Di PT. ArinaParama Jaya Gresik. *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, 54-63.
- Wisudawati, N., Irfani, M. G., Hastarina, M., & Santoso, B. (2023). Penggunaan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan Kecamatan Lengkiti. *Integrasi Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8(1), 32-39.