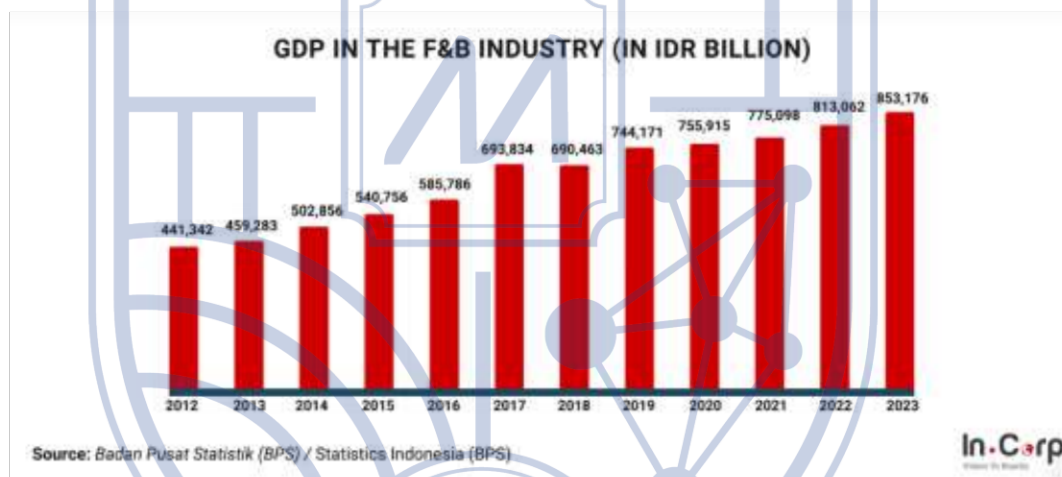


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang menjanjikan karena secara stabil telah menunjukkan peluang untuk tumbuh lebih pesat dibandingkan pertumbuhan saat ini. Industri ini telah menjadi sektor strategis yang menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan kontribusi 3 sebesar 6,55% terhadap PDB nasional pada 2023. Sektor ini tumbuh 4,47% pasca-pandemi dan mencatatkan neraca dagang positif sebesar 25,21 miliar dolar AS (Muhammad Harianto, 2024).



Gambar 1.1 Produk Domestik Bruto Dalam Industri F&B (Dalam Miliar)

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2024

Pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman didorong oleh jumlah penduduk yang besar yaitu sebanyak 257,7 juta jiwa, yang mana mengindikasikan bahwa terdapat peluang besar dalam industri makanan dan minuman. Hal ini dapat dilihat oleh data pengeluaran per kapita masyarakat Indonesia yang terus bertambah setiap tahunnya yang dirangkum oleh Badan Pusat Statistik (BPS) (Salam, 2024).



Gambar 1.2 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, Q2 2020-Q2 2024 (Per Kuartal)

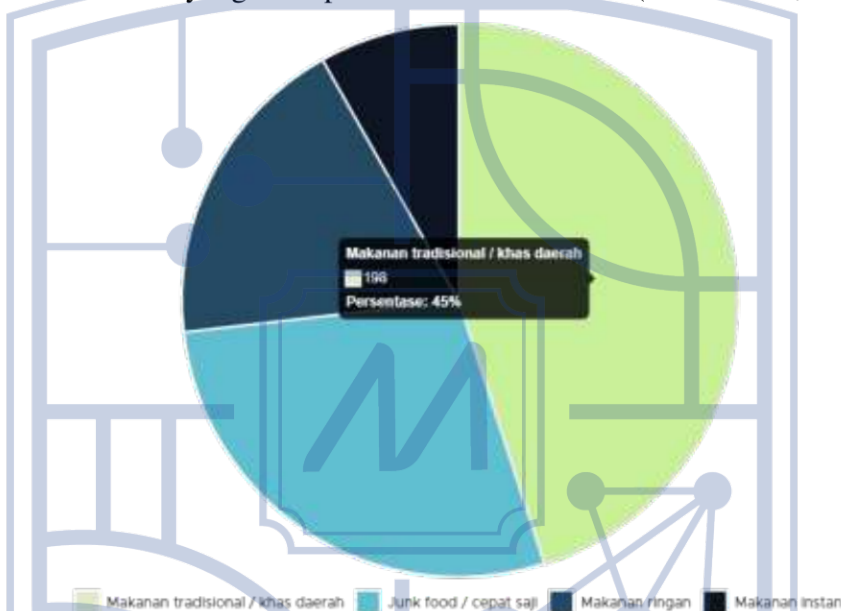
Sumber: Data Industri Research, 2024

Pertumbuhan sektor makanan dan minuman telah menunjukkan tren peningkatan yang positif dari tahun ke tahun tanpa adanya penurunan yang signifikan, seperti yang dapat dilihat dari data terbaru oleh *Data Industri Research* dimana diagram batang biru menunjukkan nilai PDB industri makanan dan minuman yang mengindikasikan pertumbuhan industri ini dalam satuan miliar. Sedangkan garis merah menggambarkan laju perubahan industri dari waktu ke waktu (*Data Industri Research, 2024*).

Perkembangan sektor industri makanan ini tidak lepas dari perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung mengutamakan efisiensi dan kenyamanan. Peningkatan mobilitas masyarakat yang lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, baik untuk pekerjaan maupun kegiatan sosial, menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi preferensi ini. Selain itu, kelompok profesional seperti pekerja kantoran, pengusaha, tenaga pendidik, hingga tenaga medis yang memiliki jadwal padat dan waktu istirahat terbatas, lebih cenderung memilih makanan siap saji atau layanan pesan antar (Amajid, 2024).

Sehingga dapat dikatakan kondisi ini tidak hanya mengubah pola konsumsi, tetapi juga mendorong pertumbuhan pesat dalam industri makanan dengan munculnya berbagai inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kombinasi antara kesibukan, tuntutan efisiensi, dan inovasi teknologi telah mendorong pertumbuhan pesat industri

makanan, yang kini menyediakan beragam pilihan sesuai dengan preferensi konsumen (Adeosun et al., 2022). Dalam usaha beradaptasi dengan pertumbuhan kuliner dengan preferensi masyarakat, variasi kuliner yang tersedia mulai berkembang mulai dari makanan tradisional yang mempertahankan cita rasa otentik khas Indonesia hingga makanan internasional yang diadaptasi sesuai selera lokal (Hasan et al., 2023).



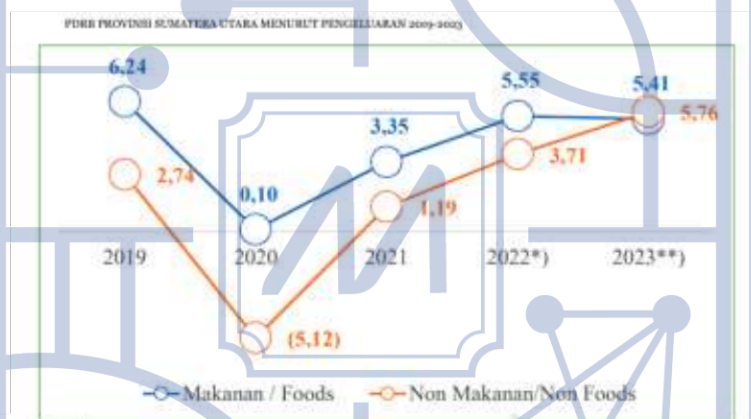
Gambar 1.3 Preferensi Jenis Jajanan Anak Muda Indonesia

Sumber: GoodStats Indonesia, 2022

Data survei yang diadakan oleh *GoodStats* menunjukkan bahwa 71,4% anak muda Indonesia memilih masakan tradisional sebagai makanan favorit mereka, yang mencerminkan kecintaan terhadap kuliner lokal yang kaya akan rasa dan variasi. Di sisi lain, sekitar 28,6% menyukai makanan modern dari luar negeri seperti masakan Jepang, Korea, dan Amerika (Shafina, 2023).

Medan, kota metropolitan terbesar ketiga di Indonesia, dikenal akan keanekaragaman budayanya serta kekayaan kuliner tradisional. Sejalan dengan data ini, seperti yang terlihat pada grafik pertumbuhan pengeluaran konsumsi rumah tangga di provinsi Sumatera Utara dibawah ini, garis biru yang menunjukkan konsumsi makanan selalu berada di atas garis oranye yang mewakili konsumsi non-makanan.

Hal ini menunjukkan bahwa makanan merupakan kebutuhan utama masyarakat Sumatera Utara, mendominasi dengan persentase di atas 50%. Grafik dibawah ini juga memperlihatkan adanya peningkatan konsumsi makanan secara bertahap dari masa pandemi hingga pasca-pandemi, yang dapat dihubungkan dengan tingginya apresiasi terhadap masakan lokal. Preferensi masyarakat akan masakan tradisional serta tingginya konsumsi makanan di provinsi ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan kuliner lokal bukan hanya sekadar preferensi, tetapi juga merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Sumatera Utara.



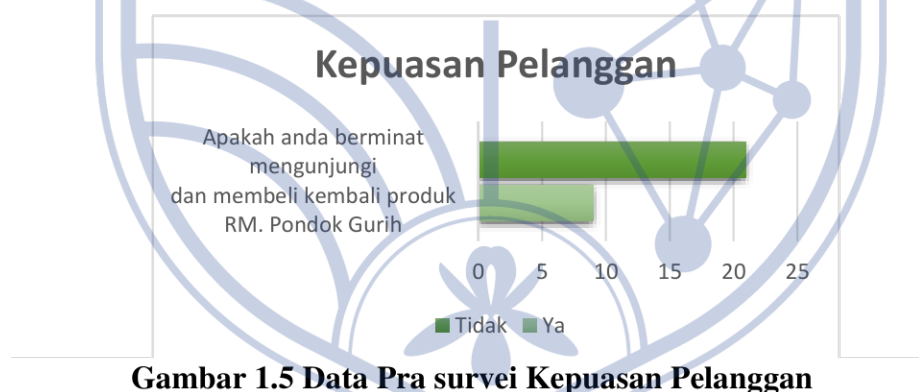
Gambar 1.4 Pertumbuhan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Provinsi Sumatera Utara, 2019-2023

Sumber: BPS Provinsi Sumatera Utara, 2023

Dengan meningkatnya pengeluaran rumah tangga untuk konsumsi makanan, bisnis kuliner terus berkembang untuk memenuhi permintaan masyarakat akan beragam hidangan. Di kota Medan, sektor kuliner menjadi salah satu industri yang tumbuh pesat. Salah satu konsep bisnis yang diminati adalah rumah makan dengan tema tradisional. Pesatnya perkembangan rumah makan di kota Medan ini sangat dipengaruhi oleh selera masyarakat setempat yang menghargai cita rasa lokal. Banyak tren kuliner yang silih berganti, namun ketika sudah bosan, pada akhirnya masyarakat akan kembali ke *comfort food*. Salah satu makanan yang telah familiar di lidah warga Medan adalah nasi padang. Di kota Medan ini sendiri terdapat banyak rumah makan padang yang menjanjikan, salah satunya yang terbaik adalah RM. Pondok Gurih (Prasandi, 2023).

Sebagai salah satu rumah makan legendaris di kota Medan, RM. Pondok Gurih telah berdiri kokoh sejak tahun 2007. Alm. Bapak Saleh sebagai pendiri mencetuskan 2 menu khas RM. Pondok Gurih yaitu gulai kepala ikan kakap dan ayam goreng dengan bumbu yang khas sebagai ciri khas rumah makan ini. RM. Pondok Gurih memiliki jam operasional dari 10 pagi hingga 8 malam setiap harinya. Rumah makan ini telah dikenal luas dengan antriannya yang sangat panjang, terlebih di jam makan siang dan makan malam. Sebagai salah satu rumah makan terkenal di kota Medan, Pondok Gurih juga memikul beban yang berat untuk selalu menjaga kepuasan pelanggan dengan tantangan yang selalu ada setiap harinya.

Secara umum, kepuasan bisa diartikan sebagai perasaan nyaman dan senang seseorang setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Tingkat kepuasan ini bergantung pada sejauh mana perbedaan antara harapan dan kinerja produk atau jasa yang dirasakan oleh konsumen. Jika produk atau layanan melebihi harapan, maka kepuasan akan lebih tinggi sebaliknya, jika di bawah harapan, kepuasan menurun (Rifa'i, 2022).



Gambar 1.5 Data Pra survei Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pra survei Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil survei yang melibatkan 30 responden, diperoleh data mengenai kepuasan pelanggan yang pernah mengunjungi RM. Pondok gurih. Sebanyak 70% responden menjawab tidak berminat untuk mengunjungi maupun membeli kembali produk RM. Pondok Gurih. Hal ini mengindikasikan adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang disebabkan oleh berbagai faktor. Selain dari hasil pra survei, ketidakpuasan ini juga didukung dari banyaknya ulasan buruk mengenai RM. Pondok Gurih ini di *google review*.



Gambar 1.6 Google Review Kepuasan Pelanggan

Sumber: Google Review

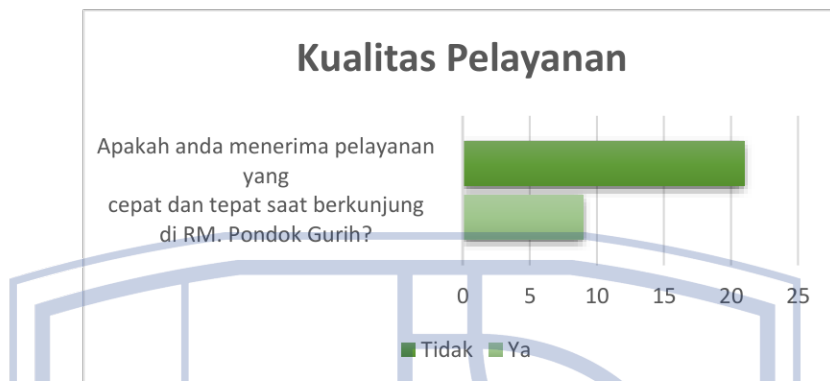
Seperti yang dapat dilihat pada *google review* RM. Pondok Gurih di atas, Kepuasan pelanggan masih belum optimal. Pelanggan mengeluh mengenai waktu yang dihabiskan hanya untuk membeli satu bungkus nasi padang. Itulah sebabnya tidak sedikit orang memutuskan untuk memesan via *online* dengan bantuan para ojol. Hal ini berarti ojol harus diperlakukan layaknya pelanggan oleh RM. Pondok Gurih. Kenyataannya adalah ojol tidak hanya mengantri begitu lama, tetapi juga tidak diberikan fasilitas yang memadai seperti tempat menunggu yang layak. Dikarenakan antrian yang terlalu ramai, komunikasi antara *driver* dengan karyawan RM. Pondok Gurih menjadi tidak maksimal.

Seperti ulasan yang diunggah oleh pengunjung, pesanan yang *direquest* oleh pembeli tidak dapat dipenuhi oleh RM. Pondok Gurih ketika pesanan dilakukan secara *online*. Ini artinya pelayanan baik secara langsung maupun *online* tidak dilakukan dengan maksimal sehingga menyebabkan ketidakpuasan. Dengan antrian panjang dan memakan

banyak waktu membuat pelanggan memiliki ekspekhtasi yang tinggi, namun banyak ulasan dari pelanggan yang menyatakan bahwa makanan yang disediakan biasa saja dan tidak istimewa. Selain itu, keluhan yang ditulis oleh pengunjung juga mencakup perasaan ketidakadilan. Banyak pelanggan merasa bahwa mereka yang memilih untuk makan di tempat mendapatkan prioritas lebih dibandingkan dengan pelanggan yang memutuskan untuk memesan makanan untuk dibawa pulang. Situasi ini menyebabkan pengunjung yang memilih opsi bungkus pulang harus menunggu lebih lama, yang pada akhirnya membuat mereka merasa tidak dihargai. Ketidakpuasan ini tampaknya berakar dari ketidaksiapan karyawan dalam melayani pelanggan secara efisien. Kurangnya komunikasi dan koordinasi di antara staf dapat berkontribusi pada pengalaman negatif yang dirasakan oleh pelanggan, menciptakan kesan bahwa restoran tidak memberikan perhatian yang cukup terhadap semua pelanggan, terlepas dari cara mereka melakukan pemesanan.

Ketidakpuasan pelanggan yang muncul akibat pelayanan yang kurang maksimal, baik dalam interaksi langsung maupun melalui platform online, menegaskan urgensi untuk meningkatkan kualitas layanan di RM. Pondok Gurih. Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen kunci yang tidak hanya mempengaruhi tingkat ketidakpuasan pelanggan, tetapi juga memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan tidak dapat dipandang semata-mata sebagai hasil dari upaya pemilik usaha, melainkan juga mencakup pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima.

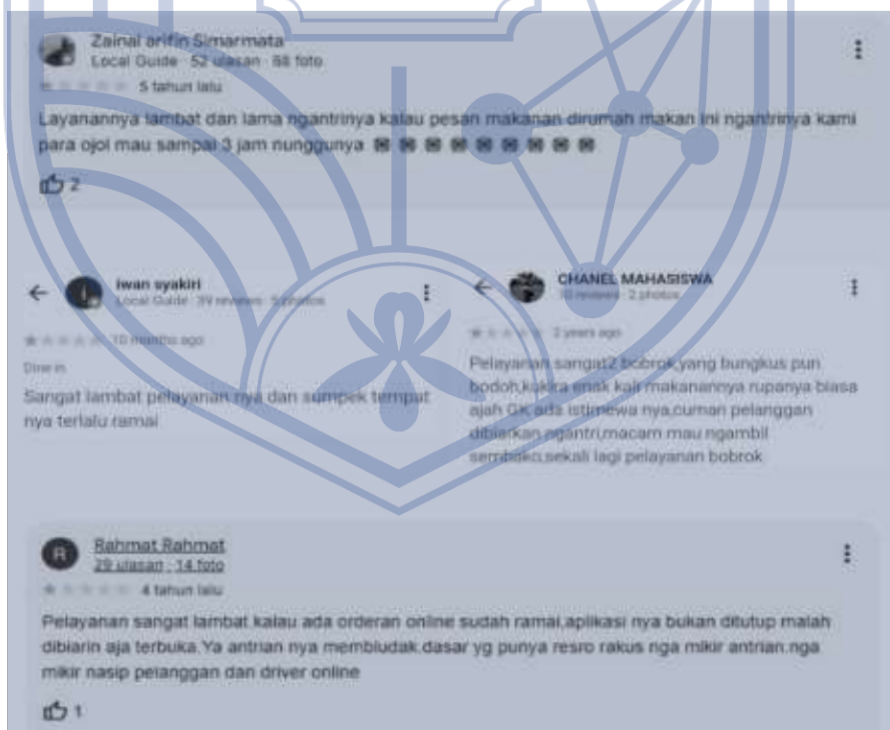
Evaluasi kualitas pelayanan pada dasarnya dilakukan dengan membandingkan ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang ideal dengan kenyataan yang ada. Apabila terdapat kesenjangan antara harapan dan realitas, maka potensi ketidakpuasan akan meningkat. Selain itu, kualitas pelayanan yang optimal juga memerlukan pendekatan menyeluruh yang meliputi perhatian mendalam terhadap setiap detail, kepekaan dalam merespons kebutuhan pelanggan, serta kemampuan untuk menghadirkan pengalaman yang berkesan di setiap kesempatan interaksi (Saputro & Ilma'un, 2024).



Gambar 1.7 Data Pra survei Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Pra survei Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra-survei, sebanyak 66,7% responden atau 20 orang merasakan pelayanan yang lambat dan tidak responsif. Responden yang memberikan penilaian negatif lebih dominan dibandingkan dengan penilaian positif. Hal ini mengindikasikan kualitas pelayanan yang diberikan RM. Pondok Gurih buruk bagi sebagian banyak orang.



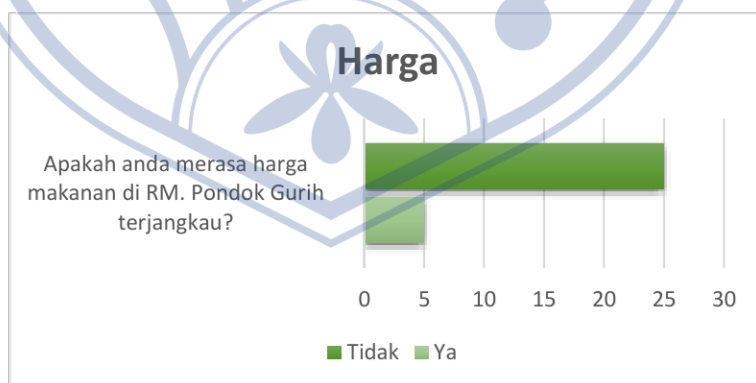
Gambar 1.8 Google Review Kualitas Pelayanan

Sumber: Google Review

RM. Pondok Gurih secara konsisten memberikan pelayanan yang lambat bagi pelanggan. Seperti yang dapat dilihat, perbandingan komentar lawas yaitu 5 tahun yang lalu dengan komentar 10 bulan yang lalu memiliki persamaan, yaitu pelanggan mengeluhkan pelayanan RM. Pondok Gurih yang sangat lambat. Konsistensi keluhan ini menunjukkan bahwa permasalahan pelayanan yang lambat bukanlah kejadian sesaat, melainkan masalah sistemik yang belum ditangani dengan baik oleh pihak pengelola. Keluhan pelanggan tidak hanya berasal dari pelanggan yang makan di tempat, tetapi juga dari pengguna layanan pesan antar yang mengalami waktu tunggu yang sangat lama, bahkan hingga 3 jam.

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Permata & Habib, 2024). Penelitian yang lain memiliki hasil yang berbeda, yaitu tinggi rendahnya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Dewi & Mubarak, 2024).

Harga merupakan jumlah yang harus dibayar oleh pembeli untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Harga menggambarkan nilai ataupun manfaat yang diterima oleh konsumen ketika membayarkan sejumlah uang sebagai gantinya. Dalam perspektif manajemen, harga tidak hanya berupa alat penawaran yang digunakan penjual untuk membedakan produk mereka dari pesaing, tetapi juga berupa strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh pemilik usaha (Saputro & Ilma'un, 2024).



Gambar 1.9 Data Pra survei Harga

Sumber: Hasil Pra survei Peneliti, 2024

Melihat hasil pra-survei diatas, sebanyak 25 orang (83,3%) berpendapat bahwa harga makanan di RM. Pondok Gurih terlalu tinggi/ tidak terjangkau. Secara keseluruhan, responden memberikan penilaian negatif terhadap harga makanan yang ditawarkan. Ketidaksesuaian harga dengan kualitas yang diberikan merupakan faktor krusial yang menyebabkan pelanggan berpendapat demikian.



Gambar 1.10 Google Review Harga

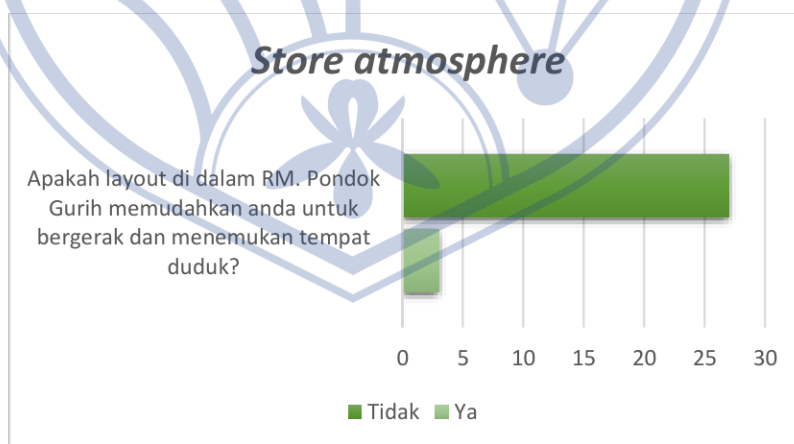
Sumber: Google Review

Berdasarkan umpan balik yang tertera di atas, pelanggan merasa harga yang ditawarkan oleh RM. Pondok Gurih terlalu tinggi. Terdapat berbagai alasan dibalik opini pelanggan, di antaranya adalah ukuran potongan ayam dan gulai kakap yang terlalu kecil dibandingkan dengan harganya. Dengan harga yang setara dengan nasi padang disebagian besar restoran, pengunjung pasti berharap fasilitas yang tersedia juga setara dengan restoran. Selain itu, beberapa pelanggan juga mengkritik ketidaksesuaian antara harga dan kualitas pelayanan maupun fasilitas yang diberikan. Salah satu pelanggan menyatakan bahwa harga makanan terlalu mahal, tetapi fasilitas yang disediakan tidak mencerminkan harga tersebut.

Namun, beberapa ulasan menunjukkan bahwa fasilitas yang diberikan tidak sebanding dengan harga yang dipatok. Seperti yang dikeluhkan pelanggan, restoran ini dianggap tidak higienis, yang seharusnya menjadi perhatian utama bagi tempat makan dengan harga premium. Selain itu, kebijakan yang tidak memungkinkan pembatalan pesanan meskipun makanan belum disentuh juga menambah ketidakpuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan kurangnya fleksibilitas dalam pelayanan, yang seharusnya dapat diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Hasil dari penelitian terdahulu menyatakan bahwa harga produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan (Permata & Habib, 2024). Berbeda dengan hasil penelitian yang lainnya, dimana harga tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan (Sudidgo & Habib, 2021).

Store atmosphere adalah suasana atau lingkungan pada suatu toko yang dapat menstimulasi panca indera konsumen dan mempengaruhi persepsi serta emosi mereka terhadap toko tersebut. *Store atmosphere* dapat didefinisikan sebagai keseluruhan aspek interior yang berpengaruh terhadap suasana toko. Suasana toko merupakan perpaduan dari berbagai karakteristik fisik toko seperti desain desain arsitektur, penataan ruang, pencahayaan, tampilan produk, warna, temperatur, musik, dan aroma, yang secara keseluruhan menciptakan kesan tertentu bagi konsumen (Sobari, 2022).



Gambar 1.11 Data Pra survei *Store atmosphere*

Sumber: Hasil Pra-survei Peneliti, 2024

Melihat hasil pra-survei di atas yang memiliki perbandingan jawaban jauh berbeda, dimana sebanyak 27 orang atau 90% responden menjawab *layout* di dalam RM. Pondok Gurih menyebabkan mereka sulit untuk bergerak dan menemukan tempat duduk. Hal ini mencerminkan *layout* di RM. Pondok Gurih benar- benar sangat sempit dan menyulitkan pengunjung untuk bergerak.



Gambar 1.12 Google Review Store atmosphere

Sumber: google review

Seperti yang ditunjukkan oleh beberapa *google review* diatas, pengunjung berpendapat bahwa suasana RM. Pondok Gurih sangat sesak. Hal ini dikarenakan antrian yang sangat panjang yang terkadang menghalangi jalan masuk. RM. Pondok gurih hanya menyediakan 1 lantai dengan meja makan yang terbatas dan jalur jalan yang sempit. Jarak antar meja makan juga termasuk sempit, dapat dikatakan tata letak RM. Pondok Gurih

sangat memerlukan perbaikan karena dapat mengganggu privasi dan suasana hati pengunjung.

Seperti yang dapat dilihat dari ulasan pengunjung, ruangan yang sempit mengakibatkan suasana makan menjadi tidak nyaman. Berhubung RM Pondok Gurih tidak menyediakan AC, ruangan cenderung terasa pengap dan kurang sirkulasi udara, yang membuat pengalaman makan menjadi kurang menyenangkan, terutama di hari-hari yang panas. Ketidaknyamanan ini dapat berpengaruh langsung pada selera makan pelanggan, yang mungkin menjadi berkurang karena kondisi lingkungan yang kurang mendukung.

Masalah lain yang juga dirasakan pengunjung adalah kebisingan yang ditimbulkan oleh suasana yang ramai. Dengan banyaknya pengunjung, suara percakapan antara sesama pelanggan di meja makan seringkali menjadi riuh, sehingga menciptakan suasana yang kurang nyaman. Hal ini tentu mengganggu komunikasi antara pengunjung dengan karyawan, terutama saat pelanggan ingin memesan makanan atau menyampaikan keluhan. Suara bising dan keramaian bisa membuat karyawan kesulitan untuk mendengarkan permintaan atau pertanyaan pelanggan dengan jelas, yang selanjutnya berpengaruh pada ketidakpuasan dalam pelayanan.

Selain itu, kebersihan restoran juga menjadi aspek yang perlu diperhatikan. Dengan tingginya jumlah pengunjung, lantai seringkali tampak kotor akibat sisa makanan atau tumpahan minuman yang tidak segera dibersihkan. Kondisi ini tidak hanya mengurangi kenyamanan, tetapi juga mencerminkan kurangnya manajemen kebersihan yang optimal. Lantai yang kotor dapat meningkatkan risiko tergelincir bagi pelanggan maupun karyawan, serta memberikan kesan kurang higienis yang berpotensi menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas restoran secara keseluruhan.

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa *Store atmosphere* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Dewi & Mubarak, 2024). Berbanding terbalik dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Sugiono et al, 2024).

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dibahas di atas, dapat disimpulkan bahwa RM. Pondok Gurih masih menghadapi tantangan signifikan dalam memberikan kualitas pelayanan yang memadai, serta dalam menetapkan harga dan menciptakan *Store atmosphere* yang mampu memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, mengingat masalah konkret yang terjadi dan masih dirasakan oleh pelanggan di RM Pondok Gurih, peneliti merasa terdorong untuk menyelidiki lebih dalam mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan suasana tempat terhadap kepuasan pelanggan. Dengan latar belakang yang kuat dan berdasarkan pengalaman nyata pelanggan, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Store atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan RM. Pondok Gurih”**.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan RM. Pondok Gurih?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan RM. Pondok Gurih?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan RM. Pondok Gurih?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang digunakan untuk membatasi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X1)
Harga (X2)
Store atmosphere (X3)
3. Objek Penelitian : RM. Pondok Gurih
4. Subjek Penelitian : Pelanggan RM. Pondok Gurih
5. Periode Penelitian : 2025

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang diharapkan dapat tercapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan RM. Pondok Gurih.
2. Mengetahui dan menganalisa pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan RM. Pondok Gurih.
3. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan RM. Pondok Gurih.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan peneliti diharapkan dapat menginspirasi dan memberikan sudut pandang yang baru kepada peneliti selanjutnya mengenai variabel Kualitas Pelayanan, Harga, *Store atmosphere*, beserta korelasinya terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, dan peneliti yang tertarik dalam studi tentang pengalaman pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat membuka ruang diskusi yang lebih luas terkait pengaruh variabel-variabel dependen dalam berbagai konteks industri, baik dalam skala usaha kecil maupun bisnis berskala besar. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi media bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Mikroskil.

2. Manfaat Praktis

Peneliti memposisikan diri sebagai pelanggan dalam mengerjakan penelitian ini, dengan tujuan rumah makan padang dan pemilik usaha sejenisnya dapat memperoleh informasi dan mendapatkan ide dalam menentukan langkah strategis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan wawasan mengenai keterkaitan variabel dependen terhadap variabel independen sehingga dapat memberikan perspektif yang baru.

Peneliti juga berharap RM. Pondok gurih dan rumah makan sejenis lainnya dapat menggunakan penelitian ini untuk menyadari betapa pentingnya menjaga kualitas pelayanan, harga, dan *Store atmosphere* untuk memastikan kepuasan pelanggan selalu terjaga. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga RM. Pondok Gurih bisa masuk ke persaingan yang lebih tinggi lagi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan akademis tetapi juga praktik bisnis yang konkret dan relevan bagi industri kuliner, khususnya rumah makan Padang.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi pengembangan dari penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D’sruput Lapai Padang” (Fitria Sari et al., n.d.). Adapun letak perbedaan pada penelitian ini dan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan Kualitas Pelayanan dan Harga sebagai variabel bebas, sedangkan variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah Kualitas pelayanan, Harga, dan *Store atmosphere*. Suasana yang menyenangkan dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan, serta memperkuat hubungan emosional mereka dengan merek atau tempat tersebut (Kotler et al., 2022). Setelah diperkuat oleh teori tersebut, peneliti menambahkan variabel *Store atmosphere* dengan harapan dapat memberikan

gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di RM Pondok Gurih.

2. Penelitian sebelumnya menggunakan D'sruput Lapai Padang sebagai objek penelitian, sedangkan objek yang diteliti pada penelitian ini adalah RM. Pondok Gurih.
3. Subjek penelitian terdahulu berupa konsumen D'sruput Lapai Padang sedangkan penelitian ini menggunakan pelanggan RM. Pondok Gurih sebagai subjek penelitian. Penelitian sebelumnya menggunakan tahun 2023 sebagai periode penelitian, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2024.

