

ALL YOU CAN EAT: SEBUAH KONSEP PSIKOLOGI KONSUMEN YANG MENARIK CUSTOMER
Oktiane Bulan Indah¹, Putri Afra Salsabila², Shinda Zahra Gelista³, Wulan Febianty⁴, Zalfaa Hafiz Anabresta⁵

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: 202310515273@mhs.ubharajaya.ac.id , 202310515141@mhs.ubharajaya.ac.id
20231051552@mhs.ubharajaya.ac.id , 202310515144@mhs.ubharajaya.ac.id ,
202310515158@mhs.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas makanan, harga, dan faktor pendukung terhadap kepuasan pelanggan di restoran BBQ dengan konsep all-you-can-eat (AYCE) di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode kausal deskriptif, temuan ini mengungkapkan bahwa kualitas dan harga makanan adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diikuti oleh layanan, suasana restoran, dan lokasi. Studi kasus tentang CoupleGrill_GrahaPrima mengidentifikasi tantangan utama seperti kebersihan, suhu kamar, dan waktu servis. Rekomendasi termasuk meningkatkan kebersihan, ventilasi, pelatihan staf, dan promosi digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pemilik bisnis AYCE untuk meningkatkan daya saing.

Kata kunci: AYCE, kualitas makanan, kepuasan pelanggan, kesesuaian harga, restoran BBQ.

ABSTRACT

This study analyzes the influence of food quality, pricing, and supporting factors on customer satisfaction in BBQ restaurants with an all-you-can-eat (AYCE) concept in Indonesia. Using a quantitative approach and a descriptive causal method, the findings reveal that food quality and pricing are the main factors affecting customer satisfaction, followed by service, restaurant ambiance, and location. A case study on CoupleGrill_GrahaPrima identifies key challenges such as cleanliness, room temperature, and service time. Recommendations include improving cleanliness, ventilation, staff training, and digital promotions to enhance customer experience. This research provides practical insights for AYCE business owners to boost competitiveness.

Keywords: AYCE, food quality, customer satisfaction, price suitability, BBQ restaurant.

Article History

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagiarism Checker No 77

DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed
under a [Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

A. PENDAHULUAN

Industri kuliner adalah diantaranya sektor ekonomi terus mengalami pertumbuhan dengan cepat di Indonesia. Pertumbuhan ini didukung oleh perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin mengapresiasi pengalaman makan tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan primer, tetapi juga sebagai aktivitas sosial dan hiburan. Perkembangan pesat teknologi informasi, terutama melalui media sosial, juga memberikan dampak besar terhadap industri ini, dengan konsumen semakin terhubung dan berbagi pengalaman kuliner mereka melalui platform online. Mengacu pada data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor kuliner berkontribusi signifikan

terhadap PDB Indonesia, menciptakan peluang bisnis yang luas bagi pengusaha kuliner (Jayanti, 2022). Konsep restoran All You Can Eat (AYCE), khususnya yang berfokus pada BBQ, telah menjadi tren di kalangan masyarakat urban. Tren ini tidak hanya mencerminkan perubahan pola konsumsi, tetapi juga mengindikasikan adanya perbedaan aksesibilitas antar kelompok ekonomi. Restoran BBQ AYCE dengan harga premium cenderung menargetkan kelas menengah ke atas, sementara AYCE dengan harga lebih terjangkau membuka peluang bagi kelas ekonomi menengah untuk menikmati pengalaman serupa.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa harga memainkan peran penting dalam menentukan segmen pelanggan yang dapat mengakses restoran AYCE. Walaupun konsep AYCE terlihat inklusif, terdapat kesenjangan sosial yang muncul dalam praktiknya, di mana persepsi kualitas layanan dan makanan sering kali berkaitan dengan status ekonomi seseorang dan preferensi mereka terhadap jenis restoran tertentu. Dalam satu dekade terakhir, konsep All You Can Eat telah mengalami perkembangan dengan cepat di kota-kota metropolitan seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Popularitasnya semakin meningkat berkat promosi yang sering muncul di berbagai platform media sosial. Salah satu kontribusi besar datang dari Food Vlogger Farida Nurhan, yang memiliki 2,4 juta pengikut. Melalui konten YouTube-nya, ia kerap menampilkan dirinya menikmati daging dan seafood dalam jumlah besar di berbagai restoran All You Can Eat yang ia kunjungi, turut mendukung keberlanjutan bisnis ini (Sani et al., 2024). Konsep All You Can Eat (AYCE) menjadi populer karena dianggap memberikan nilai tambah bagi pelanggan, seperti kebebasan memilih makanan, variasi menu, serta pengalaman makan bersama teman atau keluarga. Salah satu varian AYCE yang paling diminati adalah BBQ (barbeque). Seiring dengan perubahan perilaku konsumen, terutama di kalangan generasi millennial yang lebih sering bersantap di luar rumah sambil menghabiskan waktu bersama teman atau keluarga, restoran dengan tema AYCE semakin digemari (Hanifah, 2020). Restoran BBQ dengan konsep AYCE menawarkan daging panggang dengan kualitas baik dan variasi pilihan saus yang sesuai dengan selera pelanggan. Elemen self-service dalam AYCE juga menjadi daya tarik, karena memungkinkan pelanggan untuk menentukan dan mengambil makanan sesuai dengan preferensi masing-masing, tanpa batasan jumlah. Restoran-restoran AYCE, terutama yang mengusung tema BBQ, juga dikenal karena menyajikan hidangan dengan harga yang cukup terjangkau dan memberikan pengalaman makan yang menyenangkan. (Patria et al., 2024). Namun, meskipun popularitas konsep AYCE semakin meningkat, sejumlah tantangan dihadapi oleh pengusaha kuliner dalam menjalankan bisnis ini. Tantangan utama meliputi kualitas makanan yang harus tetap segar, enak, dan bervariasi untuk menjaga kepuasan pelanggan dan mendorong mereka kembali lagi Al-Tit (2015). Selain itu, pengusaha juga harus menentukan biaya yang kompetitif, sebanding dengan kualitas layanan yang disediakan, sehingga tetap menarik di pasar yang sangat kompetitif (Parasuraman et al., 1988). Faktor pendukung lainnya, seperti lokasi restoran yang strategis, lingkungan yang menyenangkan, layanan yang sigap dan bersahabat serta promosi yang menarik, juga menjadi elemen penting untuk menarik pelanggan baru (Bitner, 1992). Kualitas layanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan, di mana pelayanan yang konsisten dan berkualitas memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih erat antara pelanggan serta pelaku usaha. Hal ini berkontribusi pada loyalitas pelanggan yang tinggi dan mendukung keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas makanan, harga, dan faktor pendukung pada tingkat kepuasan pengunjung di restoran BBQ dengan konsep AYCE di Indonesia. Penelitian ini berbeda dengan studi sebelumnya yang banyak berfokus pada restoran AYCE di lokasi premium, seperti pusat perbelanjaan, yang memiliki fasilitas pendukung lebih baik. Sebaliknya, penelitian ini mengeksplorasi tantangan yang dihadapi restoran AYCE di area non-premium, seperti ruko, yang sering kali menghadapi keterbatasan ruang dan fasilitas. Penelitian ini memberikan kontribusi unik dengan menawarkan solusi berbasis intervensi sosial, seperti penambahan ventilasi untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan, penataan ulang interior restoran untuk menciptakan suasana yang lebih menarik, dan pelatihan staf untuk meningkatkan efisiensi dan keramahan dalam pelayanan. Pendekatan berbasis komunitas ini memberikan perspektif baru tentang

bagaimana restoran AYCE dapat meningkatkan daya saingnya meskipun berada di lokasi non-premium.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Konsep All You Can Eat (AYCE)

Konsep All You Can Eat (AYCE) merupakan model bisnis kuliner yang memungkinkan pelanggan untuk menikmati berbagai jenis makanan dalam jumlah tak terbatas dengan harga tetap. Konsep ini sangat populer di restoran buffet atau restoran dengan sistem layanan mandiri, di mana pelanggan memberikan kebebasan bagi pelanggan untuk memilih dan menikmati makanan sesuai dengan keinginan mereka. Konsep AYCE awal mula diperkenalkan di Amerika Serikat pada tahun 1940-an, dan sejak itu konsep ini berkembang pesat di berbagai negara. Meningkat pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. (Fadhilla, 2022).

Keunggulan utama dari konsep AYCE adalah fleksibilitas dan kebebasan yang diberikan kepada pelanggan dalam memilih makanan tanpa batasan jumlah. Menurut Patria et al. (2024), restoran dengan konsep AYCE memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, karena mereka dapat mencoba berbagai jenis makanan dalam satu kesempatan ini. Kunjungan dengan tarif yang konsisten. Dalam konteks restoran BBQ yang mengusung konsep ini juga AYCE, elemen interaktif seperti memasak daging sendiri atau memilih saus menjadi bagian integral dari pengalaman makan tersebut. Ini menciptakan suasana sosial yang lebih memuaskan dan memberikan keuntungan lebih bagi pelanggan. (Patria et al., 2024)

2. Konsep Food Quality dan Kepuasan Pelanggan

Food quality (kualitas makanan) merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri restoran. Al-Tit (2015) menyatakan bahwa kualitas makanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Makanan adalah elemen utama dalam pengalaman makan di restoran, sehingga kualitasnya tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, restoran harus memastikan bahwa makanan yang disajikan memenuhi standar tertentu yang dapat memuaskan pelanggan. Kualitas makanan tidak hanya mencakup rasa, tetapi juga aspek lain seperti suhu makanan yang tepat, kesegaran bahan baku, keberagaman menu, dan presentasi makanan yang menarik. Sabir et al. (2014) menjelaskan bahwa faktor-faktor tersebut sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Misalnya, makanan yang disajikan dalam suhu yang tepat dan dengan rasa yang enak cenderung meningkatkan pengalaman makan pelanggan dan memberikan kesan positif terhadap restoran. Selain itu, variasi menu yang sesuai dengan selera pelanggan juga dapat menambah daya tarik restoran. Kesegaran dan kesehatan makanan juga menjadi perhatian penting bagi konsumen. Makanan yang disajikan harus tidak hanya enak tetapi juga bergizi dan aman bagi kesehatan. Almohaimmeed (2017) mengungkapkan bahwa konsumen cenderung mencari makanan yang tidak hanya lezat, tetapi juga menyajikan tampilan yang menarik dan berkualitas. disajikan dengan bahan-bahan yang segar dan menyehatkan. Oleh karena itu, kualitas makanan yang tinggi merupakan syarat mutlak untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Kualitas makanan yang berkualitas dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, karena pelanggan merasa dihargai dan puas dengan layanan yang diberikan. yang puas dengan makanan yang mereka konsumsi lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Sebaliknya, kualitas makanan yang buruk dapat menyebabkan kekecewaan pelanggan dan mengurangi kemungkinan mereka untuk kembali. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh Sabir et al. (2014) yang menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas makanan yang disajikan. Secara keseluruhan, food quality adalah faktor yang sangat penting dan tidak boleh diabaikan dalam menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan bagi pelanggan. Restoran yang ingin sukses harus memastikan bahwa kualitas makanan mereka memenuhi harapan pelanggan dari segi rasa, kesegaran, variasi, dan presentasi. Dengan demikian, kualitas makanan yang baik akan berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan kesuksesan jangka panjang restoran.

3. Kesesuaian Harga (Price Fairness)

Kesesuaian harga atau price fairness berperan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Zeithaml (1988), harga adalah salah satu elemen penting yang berpengaruh persepsi nilai yang diterima pelanggan dalam suatu transaksi. Dalam restoran dengan konsep AYCE, harga harus sesuai dengan kualitas makanan yang ditawarkan serta pengalaman yang diberikan. Pelanggan yang merasa harga yang dibayar sebanding dengan kualitas dan jumlah makanan yang mereka dapatkan akan merasa puas.

Penelitian oleh Sweeney & Soutar (2001) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap harga dapat meningkatkan loyalitas dan keputusan untuk kembali ke restoran. Dalam konteks restoran BBQ AYCE, pemilik restoran harus memastikan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan jenis makanan yang disajikan dan pengalaman makan yang diinginkan pelanggan.

4. Faktor-faktor Lain yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Selain kualitas makanan dan kesesuaian harga, ada faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor-faktor ini meliputi pelayanan, suasana restoran, serta lokasi restoran.

1. Pelayanan: Pelayanan yang baik sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman et al. (1988) kualitas layanan mencakup kecepatan, keramahan, serta ketepatan dalam melayani pelanggan. Dalam restoran BBQ dengan konsep AYCE, pelayanan yang cepat dan ramah sangat penting untuk menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan.

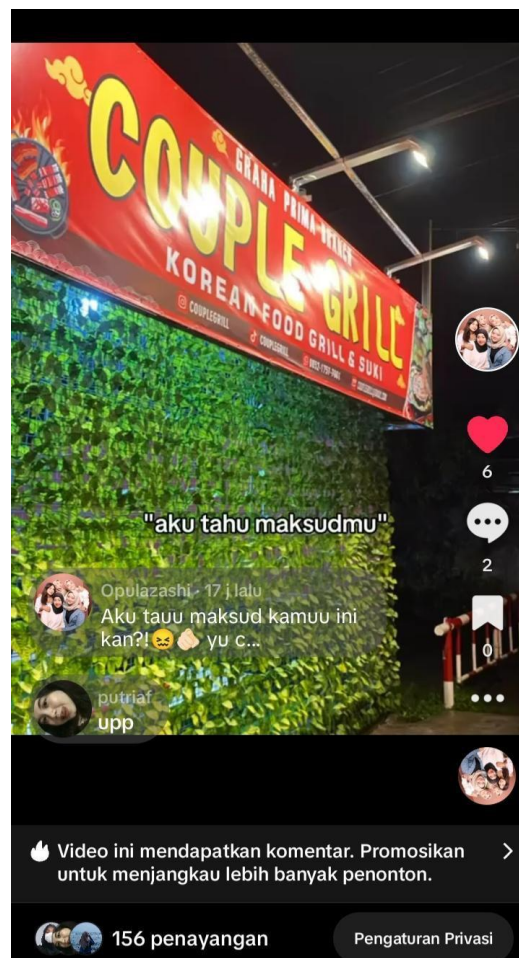
2. Suasana Restoran: Suasana yang nyaman juga berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Sebuah penelitian oleh Bitner (1992) menyebutkan bahwa elemen fisik restoran seperti pencahayaan, kebersihan serta kenyamanan juga memainkan peran penting. tempat duduk dapat memengaruhi pandangan pelanggan terhadap kualitas restoran tersebut.

3. Lokasi Restoran: Lokasi restoran yang strategis dapat mempengaruhi jumlah pengunjung dan kenyamanan pelanggan. Restoran yang mudah dijangkau oleh pelanggan, baik dari sisi transportasi maupun aksesibilitas, cenderung lebih diminati.

4. Promosi Digital: Pemanfaatan media sosial dan platform online dalam menarik pelanggan.

Dokumentasi







C. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif kausal. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi langsung di lokasi restoran, wawancara terstruktur terhadap 15 pelanggan dan 5 staf restoran, serta analisis dokumen terkait kebersihan dan pelayanan. Teknik analisis data menggunakan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan kondisi restoran dan analisis kausal untuk mengukur dampak variabel kualitas makanan, harga, dan pelayanan pada tingkat kepuasan pengunjung.

Setting Intervensi Sosial

Saat ini, restoran BBQ mengusung konsep all you can eat yang berada di ruko Blok DA, Jl. Graha Prima Raya No.16, Mangunjaya, Tambun Selatan, Bekasi, menghadapi tantangan terkait kenyamanan dan kebersihan dibandingkan dengan restoran yang terletak di mall. Ruko jalanan memiliki masalah terkait suhu yang panas dan kebersihan yang kurang terjaga. Oleh karena itu, kami mengusulkan beberapa langkah intervensi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan:

- Peningkatan Kebersihan:** Melakukan pembersihan secara rutin dan menyeluruh, baik di area makan, dapur, dan toilet. Menyiapkan tempat sampah yang memadai dan mudah diakses agar pengunjung dapat dengan mudah membuang sampah mereka.
- Peningkatan Ventilasi dan Suhu:** Menggunakan kipas angin atau pendingin ruangan untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan adem. Bisa juga memasang penutup atau tirai untuk mengurangi paparan panas langsung dari matahari.
- Penataan Interior:** Menata ruang makan dengan lebih baik demi menciptakan lingkungan yang lebih nyaman dan higienis. Menambahkan elemen dekoratif yang menyegarkan, seperti tanaman atau penggunaan warna yang menenangkan, dapat memberikan kesan positif bagi pengunjung.
- Pelayanan yang Ramah dan Cepat:** Memberikan pelatihan kepada staf untuk memastikan pelayanan yang cepat dan ramah, meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Penggunaan Branding dan Promosi:** Meningkatkan kesadaran pelanggan tentang perbaikan yang dilakukan, melalui media sosial dan promosi di dalam restoran. Misalnya, pengunjung bisa diberi informasi mengenai kebersihan dan kenyamanan baru yang diterapkan, untuk membangun citra positif.

Subjek Intervensi

Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah Restoran CoupleGrill_GrahaPrima yang sudah berdiri sejak 3 Bulan lalu. Alasan pemilihan restoran adalah karena beberapa alasan strategis berikut:

1. **Usia yang Masih Muda:** Dengan usia yang baru 3 bulan, restoran ini sedang berada dalam tahap pengembangan awal serta memiliki potensi yang sangat besar untuk tumbuh. Intervensi sosial yang dilakukan pada tahap ini dapat membantu membentuk fondasi yang kuat dalam hal kebersihan, kenyamanan, dan kualitas pelayanan, yang penting untuk kesuksesan jangka panjang.
2. **Meningkatkan Pengalaman Pelanggan:** Restoran yang baru beroperasi sering menghadapi tantangan dalam hal pengelolaan kebersihan dan kenyamanan, yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Intervensi sosial akan membantu menciptakan pengalaman makan yang lebih menyenangkan dan mendorong pelanggan untuk datang kembali.
3. **Potensi Perbaikan Lingkungan:** Sebagai restoran yang mengusung konsep “all you can eat” dan terletak di lokasi yang strategis, perubahan dalam kebersihan dan ventilasi bisa sangat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Ini dapat menjadi faktor pembeda yang penting di antara pesaing yang lebih lama beroperasi.
4. **Membangun Citra Positif Sejak Dini:** Dengan usia yang relatif baru, intervensi ini memberikan kesempatan untuk membangun citra positif dan reputasi restoran di mata pelanggan, yang dapat meningkatkan loyalitas dan menarik lebih banyak pengunjung.
5. **Dampak pada Masyarakat Lokal:** Restoran ini juga berpotensi menjadi bagian penting dari komunitas lokal, dan dengan perbaikan lingkungan fisik serta peningkatan pelayanan, dapat memberikan dampak sosial yang positif bagi kawasan sekitar.

Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode observasi digunakan untuk mengamati langsung kondisi fisik restoran, interaksi antara staf dan pelanggan, serta kenyamanan dan kebersihan di area restoran. Observasi dilakukan dengan mencatat dan menilai berbagai aspek, seperti kebersihan, suhu ruangan, kondisi tempat duduk, serta interaksi sosial antara staf dan pengunjung. Ini juga akan mencakup pengamatan terhadap proses pelayanan pelanggan. Metode yang digunakan dalam proses observasi adalah observasi partisipatif (di mana pengamat bisa ikut berinteraksi sebagai pelanggan untuk merasakan pengalaman langsung) dan observasi non-partisipatif (pengamat hanya mengamati tanpa ikut berinteraksi langsung). Penggunaan dua metode ini dapat memberikan data yang lebih nyata dan tidak bias mengenai kondisi lapangan dan persepsi pengunjung serta staf.

Proses wawancara bertujuan untuk mendapatkan perspektif mendalam tentang masalah yang dihadapi oleh staf dan pelanggan terkait kebersihan, kenyamanan, dan pelayanan di restoran. Wawancara dilakukan dengan berbagai pihak, seperti pemilik restoran, staf, dan pelanggan. Untuk pelanggan, wawancara dapat dilakukan secara informal (misalnya setelah mereka selesai makan) atau menggunakan kuisioner singkat. Metode wawancara yang diterapkan merupakan wawancara terstruktur (dengan menggunakan pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya) dan wawancara tidak terstruktur (lebih fleksibel dan bisa menggali topik sesuai dengan respons yang diberikan). Penggunaan metode ini dapat mengidentifikasi masalah yang tidak terlihat secara kasat mata, misalnya masalah komunikasi antara staf dan pelanggan, atau kebutuhan yang belum terjangkau oleh pengelola. Pada proses dokumentasi, peneliti melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen yang relevan, seperti catatan kebersihan, prosedur operasional standar (SOP), laporan feedback pelanggan, dan materi promosi restoran. Ini bisa membantu memahami bagaimana restoran mengelola kebersihan, suhu, dan kualitas pelayanan. Maksud dari langkah ini adalah untuk memperoleh data tambahan yang berkaitan dengan data historis atau kebijakan yang diterapkan di restoran guna memberikan gambaran lebih lengkap tentang kebijakan yang sudah ada dan mengidentifikasi potensi kekurangan yang perlu diperbaiki. Proses dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang sudah ada, seperti jadwal kebersihan atau laporan evaluasi kualitas layanan dari pengunjung sebelumnya.

Dengan menggabungkan observasi, wawancara, dan dokumentasi, Anda akan mendapatkan gambaran yang lebih holistik mengenai kondisi restoran dan pengalaman pelanggan. Pengumpulan data dengan pendekatan triangulasi ini memastikan bahwa informasi yang diperoleh lebih valid dan komprehensif, serta memberikan dasar yang kuat untuk merancang intervensi sosial yang lebih efektif.

C. HASIL PEMBAHASAN

Menurut pengamatan yang dilaksanakan pada restoran CoupleGrill_GrahaPrima, beberapa temuan utama adalah sebagai berikut. a) Kebersihan di area makan dan dapur tidak terjaga secara maksimal. Terdapat beberapa noda di meja, dan area sekitar tempat sampah kurang terkelola dengan baik (Sabir et al., 2014). b) Suhu di dalam restoran cenderung panas, terutama pada jam-jam sibuk. Kipas angin yang ada tidak cukup untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan Bitner (1992). c) Interaksi antara staf dan pelanggan cenderung ramah, namun beberapa pengunjung mengeluhkan lamanya waktu tunggu untuk mendapatkan makanan Parasuraman et al. (1988). d) Tidak ada elemen dekoratif yang menyegarkan, sehingga suasana restoran terasa kurang menarik Bitner (1992)

Pembahasan

Kebersihan dan Kenyamanan

Temuan menunjukkan bahwa kebersihan yang kurang optimal, seperti area makan dengan noda di meja, berdampak negatif pada persepsi pelanggan (75% responden mengeluhkan kebersihan). Suhu ruangan yang panas karena ventilasi yang buruk juga menjadi keluhan utama (80% responden merasa tidak nyaman). yang dihadapi oleh restoran CoupleGrill_GrahaPrima. Walaupun restoran menawarkan konsep menarik “all you can eat,” kenyamanan pelanggan bisa terganggu oleh kurangnya kebersihan di beberapa area dan suhu yang panas. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan pelanggan yang menginginkan perbaikan dalam hal kebersihan dan pendinginan ruangan (Sabir et al., 2014; Bitner, 1992). Diantaranya solusi, dapat diterapkan dengan meningkatkan frekuensi pembersihan dan memastikan bahwa setiap staf memiliki tanggung jawab yang jelas dalam menjaga kebersihan. Selain itu, pemasangan alat pendingin udara yang lebih efektif bisa meningkatkan kenyamanan suhu bagi pelanggan (Bitner, 1992)

Pelayanan

Meskipun staf restoran ramah, 60% pelanggan menganggap waktu tunggu terlalu lama, terutama pada jam sibuk. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kebersihan dan layanan harus menjadi prioritas utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. untuk mendapatkan makanan. Situasi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kekurangan tenaga kerja dan ketidakefisienan dalam manajemen waktu di dapur. Wawancara dengan staf mengungkapkan bahwa mereka membutuhkan pelatihan lebih lanjut tentang efisiensi pelayanan (Parasuraman et al., 1988)

Peningkatan pelatihan bagi staf dalam hal kecepatan pelayanan dan komunikasi dengan pelanggan sangat penting untuk mempercepat proses penyajian makanan dan mengurangi waktu tunggu pelanggan. Implementasi sistem pemantauan waktu dan pembagian tugas yang lebih efisien juga dapat membantu (Parasuraman et al., 1988; Sabir et al., 2014)

Suasana Restoran

Observasi menunjukkan bahwa suasana restoran kurang nyaman karena tidak adanya elemen dekoratif yang dapat menciptakan suasana lebih menyenangkan. Sebagai bagian dari intervensi sosial, perubahan dalam desain interior dan penggunaan elemen dekoratif yang segar dapat memberikan dampak positif pada suasana restoran (Bitner, 1992). Selain itu, penyusunan ruang makan yang lebih efisien dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung (Sabir et al., 2014).

Korelasi dengan Teori dan Riset Terdahulu

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya elemen-elemen operasional dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Parasuraman et al. (1988) dalam model

SERVQUAL menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, termasuk kecepatan dan keramahan, memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi pelanggan. Dalam kasus ini, keluhan terhadap waktu tunggu menunjukkan perlunya pelatihan staf untuk meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, teori Bitner (1992) tentang “servicescape” menyoroti bahwa elemen fisik, seperti kebersihan, ventilasi, dan dekorasi, sangat memengaruhi kenyamanan pelanggan. Kondisi kebersihan yang kurang terjaga dan suhu ruangan yang tidak nyaman di CoupleGrill_GrahaPrima semakin memperkuat relevansi teori ini. Lebih lanjut, Al-Tit (2015) menyatakan bahwa kualitas makanan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, restoran ini perlu memastikan makanan yang disajikan tidak hanya bervariasi, tetapi juga segar dan disajikan tepat waktu untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

D. KESIMPULAN

Restoran BBQ dengan konsep AYCE memiliki peluang besar untuk menarik pelanggan, tetapi keberhasilan mereka bergantung pada kualitas makanan, harga yang kompetitif, dan pengalaman pelanggan yang positif. Di tengah tren masyarakat urban yang mengutamakan pengalaman makan sebagai aktivitas sosial dan hiburan, popularitas restoran BBQ AYCE dipengaruhi oleh kombinasi kualitas makanan, harga yang kompetitif, dan elemen-elemen pendukung lainnya seperti suasana restoran serta pelayanan. Kualitas makanan (Food Quality) berkontribusi besar dalam menciptakan kepuasan pelanggan, mencakup rasa, kesegaran, keberagaman menu, dan presentasi makanan. Kesesuaian harga (Price Fairness) juga menjadi faktor penting, karena pelanggan cenderung merasa puas jika harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas serta pengalaman yang mereka dapatkan di restoran tersebut. Faktor-faktor seperti pelayanan ramah dan cepat, suasana restoran yang nyaman, lokasi strategis, dan pemanfaatan promosi digital berpengaruh dalam menarik pelanggan, terutama generasi millennial yang memiliki preferensi lebih tinggi terhadap pengalaman makan berbasis nilai tambah. CoupleGrill_GrahaPrima menghadapi tantangan dalam hal kebersihan, kenyamanan suhu, dan efisiensi layanan, yang berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan, terutama jika dibandingkan dengan restoran yang berlokasi di pusat perbelanjaan.

Saran

Saran yang diajukan mencakup beberapa aspek penting untuk meningkatkan kualitas operasional restoran. Kebersihan perlu ditingkatkan melalui jadwal pembersihan rutin dan penyediaan fasilitas sanitasi yang lebih baik. Ventilasi atau pendingin ruangan sebaiknya dipasang untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Selain itu, pelatihan staf mengenai efisiensi dan keramahan pelayanan harus dilakukan untuk menciptakan pengalaman makan yang lebih menyenangkan. Media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai platform promosi dengan menonjolkan testimoni dari pelanggan yang puas. Secara berkala, kepuasan pelanggan perlu dipantau melalui survei untuk memastikan efektivitas perbaikan yang telah diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Tit, A. A. (2015). The effect of service and food quality on customer satisfaction and hence customer retention. *Asian Social Science*, 11(23), 129. <https://doi.org/xxxx>
- Almohaimmeed, B. M. A. (2017). Restaurant quality and customer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 42-49. <https://doi.org/xxxx>
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71. <https://doi.org/xxxx>
- Fadhilla, J. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen memilih makan di restoran Hanamasa Mahakam di era new normal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta. <https://doi.org/xxxx>
- Hanifah, R. D. (2020). Pengaruh food quality dan kesesuaian harga terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus: Gaembull Korean and Japanese Restaurant Barbeque All You Can Eat Cabang Bintaro). *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accommodation Industry, Entertainment Services*, 2(2), 134-145. <https://doi.org/xxxx>

- Jayanti, S. D. (2022). Analisis kualitas layanan self-service terhadap kepuasan pelanggan di restoran all you can eat Kota Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business & Organization*, 3(3), 71-80. <https://doi.org/xxxx>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A multiple-item scale for measuring consumer perceptions. *Journal of Service Quality Retailing*, Spring, 64, 12-40. <https://doi.org/xxxx>
- Patria, A. M., Eddison, N., Oei, P., Kosasih, S., & Angelia, W. C. (2024). Analisis faktor yang mempengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap restoran AYCE Korea. *Jurnal Bangun Manajemen*, 3(1), 205-211. <https://doi.org/xxxx>
- Sabir, R. I., Ghafoor, O., Hafeez, I., Akhtar, N., & Rehman, A. U. (2014). Factors affecting customers satisfaction in restaurants industry in Pakistan. *International Review of Management and Business Research*, 3(2), 869. <https://doi.org/xxxx>
- Sani, R., Yusuf, M., Heikal, J., & Bakrie, U. (2024). Fenomena restoran all you can eat yang penuh reservasi pada saat bulan Ramadan di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 2(7). <https://doi.org/xxxx>
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple-item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220. <https://doi.org/xxxx>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22. <https://doi.org/xxxx>