

Analisis Faktor-Faktor Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Restoran Sambal Bakar Indonesia Cabang Duren Sawit di Jakarta

Putri Azzahra¹, Joko Ariawan²
Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}

Email 64210406@bsi.ac.id; joko.jaw@bsi.ac.id

Sejarah Artikel:

Diterima 08-08-2026
Disetujui 13-08-2026
Diterbitkan 15-08-2028

ABSTRACT

Customer satisfaction is a crucial factor in maintaining customer loyalty and enhancing the competitiveness of restaurant businesses. This study aims to analyze the level of customer satisfaction, identify the factors influencing customer satisfaction, and explore customers' experiences while consuming products at Sambal Bakar Indonesia Restaurant, Duren Sawit Branch, Jakarta. The study employed an exploratory qualitative approach using observation, interviews, and documentation. The data analyzed included sales revenue, customer transaction volume, and customer complaints during the period of January 2025 to April 2026. The findings indicate that the overall level of customer satisfaction is considered good, as reflected in increased sales revenue, stable customer transaction numbers, and a low complaint rate. The factors influencing customer satisfaction include product quality, service quality, price, restaurant atmosphere, and customer experience, with product quality identified as the most dominant factor. Nevertheless, several aspects still require improvement, including service speed, dining area comfort, and queue management during peak hours. Therefore, the restaurant is recommended to maintain its product quality, improve service quality, ensure that pricing remains consistent with the quality provided, enhance the restaurant atmosphere, and create a more positive customer experience in order to increase customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *Customer Satisfaction, Product Quality, Service Quality, Customer Experience, Restaurant.*

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha restoran. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, serta menggali pengalaman pelanggan selama mengonsumsi produk di Restoran Sambal Bakar Indonesia Cabang Duren Sawit, Jakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang dianalisis meliputi omzet penjualan, jumlah transaksi pelanggan, dan keluhan pelanggan periode Januari 2025–April 2026. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan tergolong baik, yang tercermin dari peningkatan omzet, stabilitas jumlah transaksi, dan rendahnya tingkat komplain. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, suasana restoran, dan pengalaman pelanggan, dengan kualitas produk sebagai faktor yang paling dominan. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kecepatan pelayanan, kenyamanan ruang makan, dan penanganan antrean pada jam sibuk. Oleh karena itu, restoran disarankan mempertahankan

kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan, memperbaiki suasana restoran, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih positif guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Katakunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Restoran.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Azzahra, P., & Ariawan, J. . (2026). Analisis Faktor-Faktor Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Restoran Sambal Bakar Indonesia Cabang Duren Sawit di Jakarta. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(5), 9698-9707. <https://doi.org/10.63822/93g3g298>

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner di Indonesia semakin pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan dan minuman sebagai kebutuhan sekaligus bagian dari gaya hidup. Kondisi tersebut mendorong persaingan restoran semakin kompetitif sehingga kepuasan pelanggan menjadi faktor penting bagi keberlangsungan usaha. Kepuasan pelanggan terbentuk dari penilaian terhadap keseluruhan pengalaman selama berkunjung, meliputi kualitas produk, pelayanan, harga, suasana restoran, dan pengalaman setelah mengonsumsi produk. Oleh karena itu, pemahaman mengenai kepuasan pelanggan perlu dilakukan dengan memperhatikan pengalaman dan tanggapan pelanggan secara langsung.

Fenomena tersebut ditemukan pada Restoran Sambal Bakar Indonesia cabang Duren Sawit di Jakarta yang menawarkan makanan khas Indonesia dengan berbagai pilihan sambal yang disajikan menggunakan cobek panas. Restoran ini mulai beroperasi pada 20 Januari 2023 dengan mengandalkan konsep restoran, variasi menu, dan cita rasa sebagai daya tarik pelanggan. Namun, berdasarkan observasi awal masih ditemukan beberapa kondisi yang perlu diperhatikan, seperti waktu penyajian yang relatif lama, ketidaksesuaian rasa, pelayanan yang kurang responsif, serta fasilitas yang belum optimal pada kondisi tertentu. Data internal juga menunjukkan perubahan omzet dan jumlah transaksi selama 2025–2026 serta adanya keluhan pelanggan terkait kualitas produk, pelayanan, harga, suasana restoran, dan pengalaman berkunjung. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pemahaman lebih mendalam mengenai kepuasan dan pengalaman pelanggan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan restoran banyak dikaji melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan, seperti penelitian Alda Chairani dkk. (2022), Sri Wanti Nasution (2024), Malvin Raffy Oscar dan Rully Arifiansyah (2023), Ananta Ilham Ramadhan dan Djawoto (2023), serta Azra Meidiana Fahluzi dan Keisha Dinya Solihati (2024). Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang sebagian besar menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif untuk memahami pengalaman dan tanggapan pelanggan secara lebih mendalam. Penelitian tidak hanya mengeksplorasi kualitas produk, pelayanan, dan harga, tetapi juga suasana restoran serta pengalaman pelanggan dengan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan data internal berupa omzet, transaksi, serta keluhan pelanggan periode 2025–2026.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan memahami dan menggambarkan kondisi kepuasan pelanggan pada Restoran Sambal Bakar Indonesia cabang Duren Sawit di Jakarta, mengidentifikasi aspek-aspek yang muncul dalam pengalaman pelanggan selama berkunjung, serta menggali pengalaman pelanggan dalam mengonsumsi produk dan menggunakan pelayanan restoran. Rumusan masalah penelitian meliputi: (1) bagaimana gambaran kepuasan pelanggan; (2) aspek-aspek apa saja yang ditemukan dalam pengalaman pelanggan berkaitan dengan kepuasan; dan (3) bagaimana pengalaman pelanggan selama mengonsumsi produk dan menggunakan pelayanan restoran. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran menyeluruh mengenai kepuasan pelanggan serta menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam meningkatkan kualitas produk, pelayanan, harga, suasana restoran, dan pengalaman pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aktivitas pemasaran untuk memahami kebutuhan konsumen, menciptakan nilai, serta membangun hubungan jangka

panjang dengan pelanggan. Pemasaran tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga mencakup harga, promosi, distribusi, kualitas produk, pelayanan, dan pengalaman pelanggan (Suyanto, 2022; Assauri, 2023; Tjiptono & Chandra, 2024). Kotler, Armstrong, dan Opresnik (2022) serta Kotler, Keller, dan Chernev (2022) menegaskan bahwa manajemen pemasaran berorientasi pada penciptaan nilai dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, manajemen pemasaran menjadi landasan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses individu atau kelompok dalam mengenali kebutuhan, memilih, memperoleh, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Griffin, 2022; Sangadji & Sopiah, 2023). Proses tersebut dipengaruhi karakteristik individu, lingkungan sosial, dan strategi pemasaran serta berlangsung sebelum, saat, dan setelah pembelian (Fitri & Basri, 2022; Suciyanti et al., 2023; Tari & Hartini, 2023). Pemahaman perilaku konsumen membantu perusahaan mengenali kebutuhan, persepsi, preferensi, dan pengalaman pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan kondisi emosional yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Kepuasan terjadi apabila kinerja sesuai atau melebihi harapan, sedangkan ketidaksesuaian dapat menimbulkan ketidakpuasan (Kotler & Keller, 2022; Tjiptono, 2024). Kepuasan juga tercermin dari pengalaman positif, keinginan berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain (Lupiyoadi, 2023; Sunyoto, 2022). Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan dilihat melalui kesesuaian harapan, pengalaman setelah menerima produk dan pelayanan, minat berkunjung kembali, serta kesediaan merekomendasikan.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsi dan memberikan manfaat sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas mencakup kinerja, daya tahan, keandalan, kesesuaian, fitur, estetika, dan kesan kualitas (Kotler & Keller, 2022; Tjiptono, 2024; Assauri, 2023). Pada produk makanan, kualitas dapat terlihat dari rasa, tampilan, aroma, kebersihan, dan konsistensi. Dalam penelitian ini, kualitas produk dipahami sebagai kemampuan makanan dalam memberikan manfaat dan pengalaman yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan melalui pelayanan yang efektif, konsisten, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2024; Lupiyoadi, 2023). Dalam konteks restoran, kualitas pelayanan tercermin melalui fasilitas dan penampilan karyawan, keandalan, daya tanggap, jaminan, serta perhatian terhadap pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

Harga

Harga merupakan sejumlah nilai atau pengorbanan yang dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh

manfaat suatu produk atau jasa. Harga menjadi pertimbangan dalam menilai kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan kualitas dan manfaat yang diterima (Kotler & Armstrong, 2022; Tjiptono, 2024; Assauri, 2023). Dalam penelitian ini, harga dipahami melalui keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh pelanggan.

Suasana Restoran

Suasana restoran merupakan keseluruhan kondisi lingkungan fisik yang dirancang untuk menciptakan kenyamanan, daya tarik, dan pengalaman positif bagi pelanggan. Aspek tersebut meliputi tampilan luar, interior, pencahayaan, suhu, kebersihan, aroma, musik, tata letak, serta penataan produk dan informasi (Berman & Evans, 2021; Kotler, 2018). Dalam penelitian ini, suasana restoran dilihat melalui exterior, general interior, store layout, dan interior displays sebagai gambaran kondisi lingkungan fisik yang diasakan pelanggan selama berkunjung.

Pengalaman Pelanggan

Pengalaman pelanggan merupakan keseluruhan respons dan kesan yang dirasakan pelanggan melalui berbagai interaksi dengan perusahaan selama proses konsumsi, baik melalui produk, pelayanan, lingkungan fisik, maupun interaksi sosial dan emosional (Lemon & Verhoef, 2020; Schmitt, 2022). Pengalaman pelanggan dapat mencakup aspek kognitif, emosional, sensorik, fisik, dan sosial yang terbentuk sejak interaksi awal hingga setelah penggunaan produk atau jasa. Dalam penelitian ini, pengalaman pelanggan dipahami sebagai keseluruhan pengalaman selama berinteraksi dengan Restoran Sambal Bakar Indonesia melalui produk, pelayanan, lingkungan restoran, dan interaksi selama kunjungan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif untuk memahami kepuasan pelanggan pada Restoran Sambal Bakar Indonesia cabang Duren Sawit, Jakarta. Fokus penelitian meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, suasana restoran, dan pengalaman pelanggan. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta data omzet, transaksi, dan komplain periode Januari 2025–April 2026 (Sugiyono, 2023).

Informan dipilih melalui purposive sampling, dengan enam pelanggan yang pernah melakukan pembelian dan bersedia memberikan pengalaman serta tanggapan mengenai pelayanan dan kepuasan. Eksplorasi mencakup kesesuaian harapan, kualitas produk dan pelayanan, keterjangkauan serta kesesuaian harga, kondisi suasana restoran, dan pengalaman pelanggan. Data dianalisis secara deskriptif dan induktif untuk menemukan tema serta gambaran kepuasan berdasarkan pengalaman informan.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan pelanggan Restoran Sambal Bakar Indonesia cabang Duren Sawit di Jakarta untuk memperoleh informasi mengenai kondisi operasional restoran, kualitas pelayanan, suasana restoran, interaksi karyawan dengan pelanggan, serta pengalaman dan tanggapan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diterima. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi berupa data internal restoran yang meliputi omzet penjualan, jumlah transaksi pelanggan, dan data komplain selama periode Januari 2025 sampai April 2026. Ketiga teknik tersebut

digunakan secara saling melengkapi untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kondisi kepuasan pelanggan dan aspek-aspek yang ditemukan selama penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif berdasarkan Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) melalui tahapan reduksi data, penyajian data, verifikasi keabsahan data, dan penarikan kesimpulan. Data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi direduksi serta dikelompokkan berdasarkan tema penelitian, kemudian disajikan secara deskriptif. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi metode, dan member check, sedangkan kesimpulan ditarik berdasarkan hasil interpretasi data yang telah diverifikasi untuk memperoleh pemahaman mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, suasana restoran, pengalaman pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Restoran Sambal Bakar Indonesia cabang Duren Sawit, Jakarta Timur, yang menyediakan menu khas Nusantara dengan sambal bakar sebagai menu unggulan. Data penelitian didukung oleh data internal berupa omzet, jumlah transaksi, dan komplain pelanggan periode Januari 2025–April 2026. Omzet tertinggi tercatat Rp1.105.536.895 pada Maret 2026, sementara komplain pelanggan terutama berkaitan dengan keterlambatan penyajian, ketidaksesuaian pesanan, respons karyawan, dan antrean pada jam ramai. Data tersebut menjadi gambaran awal untuk memahami kondisi dan pengalaman pelanggan terhadap restoran.

Hasil Wawancara

A. Hasil Wawancara Informan 1

Informan 1 menilai kualitas makanan, harga, dan pelayanan sudah baik. Namun, waktu tunggu dan kebisingan ketika restoran ramai masih menjadi perhatian. Secara umum, informan merasa puas dengan pengalaman berkunjung.

B. Hasil Wawancara Informan 2

Informan 2 memberikan penilaian positif terhadap makanan, variasi menu, harga, dan keramahan karyawan. Kendala yang dirasakan adalah antrean, waktu pelayanan, dan kebisingan saat restoran ramai.

C. Hasil Wawancara Informan 3

Informan 3 menilai makanan, variasi menu, harga, dan pelayanan cukup baik. Namun, masih terdapat kendala pada waktu tunggu, ketersediaan menu, dan kondisi restoran ketika ramai.

D. Hasil Wawancara Informan 4

Informan 4 menilai makanan, harga, dan suasana restoran secara positif. Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah konsistensi pelayanan, antrean, penyajian makanan, dan kebisingan saat restoran penuh.

E. Hasil Wawancara Informan 5

Informan 5 menilai makanan, variasi menu, harga, dan suasana restoran cukup baik. Namun, terdapat kendala terkait ketersediaan menu, area tunggu, informasi promosi, dan beberapa bagian kebersihan restoran.

F. Hasil Wawancara Informan 6

Informan 6 memberikan penilaian positif terhadap makanan, harga, dan suasana restoran. Pengalaman berkunjung secara umum baik, tetapi kecepatan pelayanan dan kenyamanan saat restoran ramai masih menjadi perhatian.

Berdasarkan perbandingan keenam informan, terdapat kesamaan penilaian positif terhadap kualitas makanan, harga, keramahan pelayanan, dan suasana restoran. Sementara itu, temuan yang berulang meliputi waktu tunggu, antrean, kecepatan pelayanan, kebisingan, dan kenyamanan saat restoran ramai. Secara keseluruhan, pelanggan memiliki pengalaman yang cenderung positif, dengan beberapa aspek pelayanan dan kenyamanan yang masih perlu diperhatikan.

Pembahasan

1. Tingkat Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap Informan 1 sampai Informan 6, secara umum pelanggan menunjukkan kepuasan yang cukup baik terhadap Restoran Sambal Bakar Indonesia cabang Duren Sawit. Informan 1 dan 2 menilai makanan memiliki rasa yang sesuai dengan harapan serta pelayanan yang cukup baik, sedangkan Informan 3 dan 4 menyampaikan bahwa kebersihan, kenyamanan tempat, dan keramahan karyawan memberikan pengalaman yang positif. Informan 5 menilai harga yang ditawarkan masih sesuai dengan kualitas makanan yang diterima, sementara Informan 6 menilai restoran memiliki suasana yang nyaman meskipun pada waktu ramai terdapat antrean dan waktu tunggu yang lebih lama. Hasil triangulasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara umum terlihat dari kesesuaian harapan, keinginan untuk berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan restoran, meskipun masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu diperhatikan.

2. Faktor-Faktor yang Berperan dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan

Hasil triangulasi wawancara Informan 1 sampai Informan 6 menunjukkan beberapa aspek yang menjadi bagian penting dalam terbentuknya kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, suasana restoran, dan pengalaman pelanggan. Informan 1 dan 2 menekankan rasa dan kualitas makanan, Informan 3 dan 4 lebih banyak menyampaikan pengalaman terhadap pelayanan, kebersihan, serta kenyamanan restoran, sedangkan Informan 5 dan 6 menyoroti kesesuaian harga dengan makanan serta kondisi restoran ketika ramai. Kesamaan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai kepuasan secara menyeluruh melalui kombinasi kualitas makanan, pelayanan yang responsif dan ramah, harga yang dianggap sesuai, suasana yang nyaman, serta pengalaman selama berada di restoran. Dengan demikian, kelima aspek tersebut menjadi temuan utama yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Pengalaman Pelanggan Selama Mengonsumsi Produk

Berdasarkan triangulasi hasil wawancara Informan 1 sampai Informan 6, pengalaman pelanggan selama mengonsumsi produk di Restoran Sambal Bakar Indonesia cabang Duren Sawit secara umum tergolong positif. Informan 1 dan 2 menyampaikan bahwa cita rasa makanan menjadi pengalaman yang paling berkesan, sedangkan Informan 3 dan 4 menilai kenyamanan tempat serta interaksi dengan karyawan turut mendukung pengalaman selama berkunjung. Informan 5 menyampaikan bahwa harga yang sesuai dengan makanan memberikan pengalaman konsumsi yang baik, sementara Informan 6 menilai suasana restoran cukup nyaman meskipun antrean pada waktu ramai menjadi salah satu kendala. Hasil triangulasi

menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan terbentuk dari rasa dan kualitas makanan, kenyamanan restoran, interaksi dengan karyawan, kesesuaian harga, serta kondisi pelayanan selama kunjungan, sehingga pengalaman yang diterima pelanggan secara umum memberikan kesan positif terhadap restoran.

Secara keseluruhan, hasil triangulasi enam informan menunjukkan bahwa pelanggan Restoran Sambal Bakar Indonesia Cabang Duren Sawit memiliki kepuasan yang tergolong baik. Kepuasan tersebut tercermin dari kesesuaian kualitas makanan dengan harapan, harga yang dianggap wajar, pelayanan karyawan yang umumnya ramah, serta pengalaman makan yang menyenangkan. Adapun aspek yang masih menjadi perhatian adalah kecepatan dan konsistensi pelayanan, pengelolaan antrean, ketersediaan menu, kebisingan, suhu ruangan, serta fasilitas pendukung ketika restoran dalam kondisi ramai. Temuan ini memberikan gambaran bahwa peningkatan kepuasan pelanggan perlu dilakukan secara menyeluruh dengan mempertahankan aspek yang telah dinilai positif sekaligus memperbaiki pengalaman pelanggan pada titik-titik pelayanan yang masih dirasakan kurang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Faktor-Faktor Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Restoran Sambal Bakar Indonesia Cabang Duren Sawit di Jakarta, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Kepuasan pelanggan secara umum tergolong baik**, yang terlihat dari penilaian positif terhadap cita rasa dan variasi makanan, pilihan sambal, harga, serta pelayanan. Pelanggan juga menunjukkan keinginan untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan restoran, meskipun masih terdapat kendala pada waktu penyajian, kenyamanan, dan kebisingan saat jam ramai.
2. **Kepuasan pelanggan terbentuk melalui beberapa aspek utama**, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, suasana restoran, dan pengalaman pelanggan. Dari hasil wawancara, kualitas produk terutama cita rasa makanan dan konsep sambal bakar menjadi aspek yang paling banyak mendapat tanggapan positif dari pelanggan.
3. **Pengalaman pelanggan selama mengonsumsi produk secara umum positif**, ditandai dengan kenyamanan dalam menikmati makanan, interaksi yang cukup baik dengan karyawan, serta penilaian positif terhadap produk dan suasana restoran. Pengalaman tersebut terlihat dari adanya minat pelanggan untuk kembali berkunjung dan kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, Restoran Sambal Bakar Indonesia Cabang Duren Sawit disarankan untuk mempertahankan kualitas produk dan kesesuaian harga, serta meningkatkan kecepatan dan responsivitas pelayanan, terutama pada jam ramai. Kenyamanan restoran juga perlu diperhatikan melalui kebersihan, kerapian, dan pengelolaan suasana agar pengalaman pelanggan semakin positif. Selain itu, restoran dapat memperkuat pengalaman pelanggan melalui pelayanan yang ramah, penanganan keluhan yang cepat, serta inovasi menu dan program promosi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperluas objek dan informan serta mengkaji aspek lain yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2023). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2021). *Retail management: A strategic approach* (14th ed.). New York, NY: Pearson Education.
- Chairani, A., Simanihuruk, M., Aditya, M. K., Agung, A. A. G., & Amin, J. (2022). Peran kualitas pelayanan dalam memediasi pengaruh persepsi harga dan kualitas produk pada kepuasan pelanggan di restoran Byurger. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(6), 667–672. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i6.20775>
- Fahluzi, A. M., & Solihati, K. D. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Raa Cha Suki & BBQ. *Journal of Tourism and Service Management*, 9(1), 21–33. <https://doi.org/10.5678/jtsm.v9i1.2024>
- Fitri, A., & Basri, H. (2022). *Perilaku konsumen dan keputusan pembelian*. Jakarta: Kencana.
- Griffin, R. W. (2022). *Consumer behavior and marketing strategy*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Harjadi, D. (2021). *Manajemen pemasaran dan kualitas produk*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Klaus, P., & Maklan, S. (2013). Towards a better measure of customer experience. *International Journal of Market Research*, 55(2), 227–246.
- Kotler, P. (2018). *Marketing management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of marketing* (19th ed.). Harlow, England: Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2022). *Principles of marketing* (19th ed.). Harlow, England: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Harlow, England: Pearson Education.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2020). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2019). *Retailing management* (10th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Lupiyoadi, R. (2023). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi* (Edisi terbaru). Jakarta: Salemba Empat.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard Business Review*, 85(2), 116–126.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage Publications.
- Nasution, S. W. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di industri restoran. *Journal of Hospitality and Business Management*, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.5678/jhbm.v8i1.2024>
- Oscar, M. R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran Padang Sederhana Cakung. *International Journal of Culinary and Hospitality Research*, 5(2), 101–112. <https://doi.org/10.5678/ijchr.v5i2.2023>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Ramadhan, A. I., & Djawoto. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada restoran DK 26). *Journal of Marketing and Consumer Behavior*, 7(3),

- 88–99. <https://doi.org/10.5678/jmcb.v7i3.2023>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2023). *Perilaku konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian (Edisi revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Schmitt, B. (2022). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. New York, NY: Free Press.
- Stanton, W. J. (2022). *Fundamentals of marketing*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Suciyanti, N., Rahmawati, D., & Prasetyo, A. (2023). *Perilaku konsumen dalam era digital*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2022). *Dasar-dasar manajemen pemasaran: Konsep, strategi, dan kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suyanto, M. (2022). *Strategi pemasaran dan manajemen bisnis modern*. Yogyakarta: Andi.
- Tari, N. P., & Hartini, S. (2023). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Tjiptono, F. (2024). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian (Edisi terbaru)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2024). *Pemasaran strategik: Prinsip dan penerapan kontemporer (Edisi terbaru)*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2018). *Manajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia (4th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.