

Evaluasi Kepuasan Pelanggan terhadap Pengalaman Kuliner di Restoran MoonTaste Surabaya

Eddy Roesdiono*, Arvel Luis Sanjaya

Akademi Kuliner Monas Pasifik Surabaya, Indonesia

Email: eddyroesdiono@monaskuliner.ac.id*, arvel.tjondro@gmail.com

Keywords:

customer satisfaction, culinary experience, restaurant, service, MoonTaste.

Abstract

This study aims to evaluate the level of customer satisfaction with the culinary experience at MoonTaste Restaurant. The research method used was descriptive quantitative, with questionnaires distributed to 30 respondents. Data collected included demographic characteristics, frequency of visits, and assessments of various culinary experience indicators, including food quality, service, cleanliness, ambiance, facilities, and overall satisfaction. The results showed that the majority of respondents were aged 19–33, with an average age of 23, and a male predominance (21). Most visited once or twice a month. In general, respondents expressed satisfaction with the quality of service, particularly the delicious taste of the food, restaurant cleanliness, pleasant dining atmosphere, and friendly and professional staff. However, several aspects were deemed less than optimal, including menu variety, food presentation, and restaurant facilities, which require improvement. Therefore, it can be concluded that MoonTaste Restaurant has succeeded in creating a satisfying culinary experience, but still needs innovation and improvement in certain aspects to increase customer loyalty.

Kata Kunci:

kepuasan pelanggan, pengalaman kuliner, restoran, layanan, MoonTaste.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pengalaman kuliner di Restoran MoonTaste. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan penyebaran kuesioner kepada 30 responden. Data yang dikumpulkan meliputi karakteristik demografis, frekuensi kunjungan, serta penilaian terhadap berbagai indikator pengalaman kuliner yang mencakup kualitas makanan, pelayanan, kebersihan, suasana, fasilitas, hingga kepuasan secara keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 19–33 tahun dengan rata-rata usia 23 tahun dan didominasi laki-laki sebanyak 21 orang. Frekuensi kunjungan sebagian besar berada pada kategori 1–2 kali sebulan. Secara umum, responden menyatakan puas dengan kualitas layanan, khususnya pada aspek rasa makanan yang enak, kebersihan restoran, suasana makan yang menyenangkan, serta pelayanan staf yang ramah dan profesional. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang dinilai belum maksimal, yaitu variasi menu, presentasi makanan, dan fasilitas restoran yang perlu ditingkatkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Restoran MoonTaste telah berhasil menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan, namun tetap perlu melakukan inovasi dan perbaikan pada aspek tertentu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Industri restoran di Asia Tenggara mengalami pertumbuhan signifikan dengan nilai pasar yang mencapai USD 213 miliar pada tahun 2023 dan diprediksi tumbuh 8,5% per tahun hingga 2028 (Statista, 2024). Di Indonesia, sektor food and beverage menyumbang 35% dari total ekonomi kreatif nasional dengan pertumbuhan 12% per tahun (Badan Ekonomi Kreatif, 2023). Khususnya di kota-kota besar seperti Surabaya, industri restoran berkembang pesat

seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin memperhatikan kualitas dan pengalaman kuliner. Salah satu restoran yang menarik perhatian di Surabaya adalah MoonTaste, yang menawarkan berbagai hidangan inovatif dengan memadukan cita rasa lokal dan internasional (Ali et al., 2016).

Kepuasan pelanggan menjadi indikator utama untuk menilai keberhasilan sebuah restoran, karena tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, merekomendasikan restoran kepada orang lain, serta mendukung keberlanjutan usaha (Kotler & Keller, 2016). Pengalaman kuliner yang menyeluruh melibatkan lebih dari sekadar kualitas rasa makanan, tetapi juga mencakup faktor-faktor seperti kualitas layanan, atmosfer restoran, serta harga yang sebanding dengan nilai yang diterima oleh pelanggan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2013). Restoran MoonTaste Surabaya, dengan konsep unik dan menu yang bervariasi, perlu melakukan evaluasi terhadap kepuasan pelanggan untuk memastikan bahwa pengalaman yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan serta tetap relevan di pasar yang kompetitif.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri restoran. Salah satu teori yang sering digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988), yang mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang semuanya berkontribusi pada persepsi kepuasan pelanggan. (Ryu et al., 2012) dalam penelitiannya terhadap 350 pelanggan restoran di Korea Selatan menemukan bahwa kualitas lingkungan fisik, makanan, dan layanan secara signifikan mempengaruhi citra restoran dan kepuasan pelanggan ($R^2 = 0.68$, $p < 0.001$). Studi ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dan menemukan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh terbesar ($\beta = 0.45$) dibandingkan dimensi lainnya.

Namkung & Jang, (2007) melakukan penelitian pada 283 responden di restoran Amerika dan mengungkapkan bahwa kualitas makanan yang mencakup kesegaran, presentasi, dan rasa memiliki dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan ($\beta = 0.52$, $p < 0.001$) dan niat perilaku ($\beta = 0.38$, $p < 0.001$). Penelitian ini menggunakan confirmatory factor analysis dan menemukan bahwa persepsi kualitas makanan lebih penting daripada harga dalam membentuk kepuasan pelanggan di segmen restoran casual dining.

Ha & Jang, (2010) meneliti 412 pelanggan restoran Korea di Amerika Serikat dan menemukan bahwa nilai yang dipersepsikan (perceived value) berperan sebagai mediator antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi hierarkis menunjukkan bahwa familiaritas dengan jenis masakan memoderasi hubungan tersebut ($\Delta R^2 = 0.12$, $p < 0.01$). Penelitian ini menekankan pentingnya menciptakan nilai yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Bhandari & Sharma, (2020) melakukan studi pada 384 pelanggan di restoran Kathmandu, Nepal, dan mengidentifikasi bahwa atmosfer restoran yang mencakup pencahayaan, musik, dan tata letak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($r = 0.61$, $p < 0.001$). Penelitian menggunakan skala Likert 5 poin dan analisis korelasi Pearson untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel.

Meskipun berbagai penelitian telah dilakukan pada industri restoran, terdapat kesenjangan riset (research gap) khususnya dalam konteks restoran fusion cuisine di Indonesia yang menargetkan segmen pasar generasi muda. Penelitian-penelitian sebelumnya

lebih banyak fokus pada restoran tradisional atau fast food, sementara karakteristik restoran fusion dengan perpaduan budaya kuliner memiliki dinamika kepuasan pelanggan yang berbeda. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi pengalaman kuliner restoran di Surabaya dengan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan dimensi kualitas makanan, layanan, dan atmosfer secara simultan.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada tiga hal: pertama, tingginya persaingan industri restoran di Surabaya dengan lebih dari 500 restoran sejenis yang beroperasi (Dinas Pariwisata Kota Surabaya, 2024); kedua, perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi yang lebih selektif dalam memilih tempat makan; dan ketiga, kebutuhan Restoran MoonTaste untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar melalui pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur tentang kepuasan pelanggan di industri restoran fusion cuisine, serta memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi strategis bagi manajemen Restoran MoonTaste untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman kuliner.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai dimensi yang membentuk pengalaman kuliner pelanggan di Restoran MoonTaste, menganalisis tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan berdasarkan dimensi kualitas makanan, pelayanan, atmosfer, dan fasilitas, serta merumuskan rekomendasi strategis untuk peningkatan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna bagi manajemen restoran dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk, serta menciptakan pengalaman kuliner yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Manfaat penelitian ini secara teoretis adalah memperkaya literatur tentang manajemen restoran dan pemasaran jasa khususnya dalam konteks fusion cuisine di Indonesia, sedangkan manfaat praktis adalah memberikan dasar empiris bagi pengambilan keputusan strategis manajemen restoran untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Definisi Jenis Penelitian merujuk pada pendekatan yang digunakan dalam penelitian untuk memahami atau menguji fenomena yang ada. Penelitian ini bisa menggunakan pendekatan kualitatif atau kuantitatif.

- a) Penelitian Kuantitatif : Penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik yang bisa diukur secara statistik untuk menguji hipotesis atau hubungan antar variabel.
- b) Penelitian Kualitatif : Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman, perasaan, atau persepsi responden yang lebih bersifat deskriptif dan naratif.

Dalam penelitian, penelitian kuantitatif akan lebih relevan, untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman kuliner mereka di restoran, yang dapat diukur menggunakan kuesioner dan data numerik.

Penelitian kualitatif digunakan untuk menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pengalaman kuliner di restoran tersebut dengan mengumpulkan data melalui kuesioner atau survei dan menganalisisnya secara statistik.

Teknik Sampling

Definisi Teknik Sampling adalah cara untuk memilih sampel dari populasi untuk mengumpulkan data yang representatif. Teknik ini menentukan bagaimana responden atau unit analisis dipilih dari keseluruhan populasi.

Ada beberapa teknik sampling yang bisa digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- a) Sampling Acak (Random Sampling): Setiap pelanggan yang berkunjung ke restoran memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.
- b) Sampling Sistematis (Systematic Sampling): Memilih sampel dengan cara tertentu, misalnya setiap pelanggan ketiga yang datang akan dipilih sebagai responden.
- c) Sampling Stratifikasi (Stratified Sampling): Jika Anda ingin memastikan representasi dari kelompok pelanggan yang berbeda (misalnya, berdasarkan usia, jenis kelamin, atau frekuensi kunjungan), maka dapat membagi populasi menjadi beberapa strata dan kemudian mengambil sampel secara acak dari setiap strata.

Untuk penelitian ini, teknik sampling acak akan efektif jika ingin memilih sampel yang lebih representatif tanpa memerlukan strata khusus. Namun, jika ingin mengkaji variasi dalam kepuasan berdasarkan faktor-faktor tertentu, teknik sampling stratifikasi bisa digunakan.

Jumlah Populasi dan Sampel

- a) Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke restoran dalam rentang waktu tertentu (misalnya, selama sebulan atau tiga bulan terakhir).
- b) Sampel dapat dihitung berdasarkan ukuran populasi dan tingkat kepercayaan yang diinginkan.

Misalnya, jika populasi restoran tersebut adalah 500 pelanggan dalam sebulan, maka dapat diambil sampel sekitar 100-150 responden (bergantung pada batasan waktu dan sumber daya). Sampel ini bisa dihitung dengan menggunakan rumus Sample Size Formula atau referensi buku metode penelitian untuk menghitung ukuran sampel yang sesuai berdasarkan margin of error yang diinginkan.

Teknik Analisis Data

Definisi: Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul agar dapat menjawab tujuan penelitian.

Beberapa teknik analisis yang dapat digunakan untuk penelitian kuantitatif ini adalah:

- a) Analisis Deskriptif: Digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Misalnya, untuk menggambarkan persepsi umum pelanggan terhadap berbagai dimensi pengalaman kuliner, seperti rasa, pelayanan, kebersihan, dll.
- b) Uji Validitas dan Reliabilitas: Untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan valid dan dapat diandalkan.
- c) Uji Statistik (seperti Uji t atau ANOVA): Jika Anda ingin melihat perbedaan signifikan dalam kepuasan berdasarkan variabel tertentu (misalnya, perbedaan kepuasan antara pelanggan laki-laki dan perempuan atau antara pelanggan yang datang secara teratur dan yang hanya sesekali), uji statistik ini bisa digunakan.

d) Skala Likert: Data yang dikumpulkan menggunakan skala Likert (misalnya, sangat puas, puas, netral, tidak puas, sangat tidak puas) dapat dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Dalam konteks ini, analisis deskriptif dan uji statistik inferensial (seperti ANOVA atau uji t) adalah teknik yang tepat untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap berbagai faktor pengalaman kuliner di restoran.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Uraian	Responden								Rata - rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Bagian I : Data Demografis										
1	Usia	L	..	19	20	20	22	26	30	23
2	Jenis Kelamin	L	..	P	P	L	L	L	L	L:21 P:9 Orang
3	Frekuensi kunjungan	Sering / perming-gu	..	1-2x sebulan	1-2x sebulan	Sering / perming-gu	Sering / perming-gu	Sering / perming-gu	1-2x sebulan	1-2x sebulan
Bagian II : Penilaian Pelanggan Restoran										
4	Rasa makanan	4	..	3	4	5	5	4	4	4
	Aroma terhadap Kualitas bahan makanan	4	..	4	4	5	5	4	4	4
5	Variasi menu	4	..	4	4	5	5	5	3	4
6	Presentasi makanan	4	..	4	5	5	5	5	3	4
	Harga makanan	4	..	4	4	5	5	5	4	4
7	Waktu pelayanan	5	..	4	4	5	5	4	4	4
	Keramahan dan profesionalisme	5	..	5	4	5	5	5	5	4
8	Pengalaman kuliner	4	..	3	4	5	5	4	4	4
9	Kebersihan restoran	4	..	3	4	5	5	5	3	4
10	Suasana restoran	4	..	4	4	5	5	5	4	4
11	Proses pembayaran	5	..	5	4	5	5	4	4	4
12	Fasilitas restoran	4	..	3	4	5	5	5	5	4

No	Uraian	Responde n								Rata - rata
13	Lokasi dan kenyamanan	4	..	4	4	5	5	5	5	4
14	Rekomendasi	4	..	3	4	5	5	4	4	4
15	Kepuasan makanan	5	..	4	4	5	5	4	4	4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden mengenai evaluasi kepuasan pelanggan terhadap pengalaman kuliner di Restoran MoonTaste, dapat diperoleh gambaran umum bahwa mayoritas responden merasa puas terhadap kualitas layanan dan pengalaman makan yang ditawarkan. Dari aspek demografis, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 21 orang dan perempuan sebanyak 9 orang, dengan rentang usia 19–33 tahun serta rata-rata usia 23 tahun. Frekuensi kunjungan sebagian besar berada pada kategori 1–2 kali sebulan, meskipun terdapat beberapa responden yang lebih sering datang, yakni 3–4 kali seminggu maupun lebih dari 2 kali seminggu. Hal ini menunjukkan bahwa Restoran MoonTaste cukup menarik minat konsumen untuk melakukan kunjungan berulang.

Dari segi evaluasi pengalaman kuliner, rata-rata skor yang diperoleh setiap indikator berada pada kategori “Setuju”. Hal ini menandakan bahwa pelanggan menganggap pengalaman mereka di restoran sudah memuaskan. Beberapa aspek yang mendapatkan skor tinggi antara lain pelayanan staf yang ramah dan profesional, waktu pelayanan yang relatif cepat, serta suasana restoran yang mendukung pengalaman makan yang menyenangkan. Selain itu, kemudahan proses pembayaran dan kebersihan restoran yang terjaga juga menjadi faktor penting yang diapresiasi pelanggan.

Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian lebih. Hasil kuesioner memperlihatkan bahwa pada beberapa indikator seperti presentasi makanan, variasi menu, serta kualitas fasilitas restoran, terdapat variasi jawaban yang cenderung lebih rendah dibandingkan indikator lain. Beberapa responden memberikan skor 3 (netral), terutama terkait variasi menu dan estetika penyajian makanan. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan bagi restoran untuk terus meningkatkan kreativitas dalam penyajian serta memperbanyak pilihan menu agar tidak menimbulkan kejenuhan pada pelanggan.

Secara keseluruhan, skor rata-rata akhir menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan pengalaman kuliner di Restoran MoonTaste. Tingkat kepuasan ini tercermin pula dari indikator kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan restoran kepada teman atau keluarga, yang berarti MoonTaste memiliki peluang untuk mendapatkan promosi positif dari mulut ke mulut. Akan tetapi, untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, manajemen restoran perlu memperhatikan aspek-aspek yang dinilai masih kurang maksimal seperti variasi menu dan inovasi penyajian makanan.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden mengenai evaluasi kepuasan pelanggan terhadap pengalaman kuliner di Restoran MoonTaste, dapat diperoleh gambaran umum bahwa mayoritas responden merasa puas terhadap kualitas layanan dan pengalaman makan yang ditawarkan. Dari aspek demografis, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 21 orang (70%) dan perempuan sebanyak 9 orang (30%), dengan rentang usia

19-33 tahun serta rata-rata usia 23 tahun dan standar deviasi 3,2 tahun. Komposisi demografis ini menunjukkan bahwa Restoran MoonTaste berhasil menarik segmen pasar generasi milenial dan Z yang menjadi target pasar utama restoran dengan konsep fusion cuisine.

Distribusi frekuensi kunjungan menunjukkan bahwa 18 responden (60%) mengunjungi restoran 1-2 kali sebulan, 7 responden (23,3%) mengunjungi 3-4 kali sebulan, 3 responden (10%) mengunjungi lebih dari 2 kali seminggu, dan 2 responden (6,7%) mengunjungi 3-4 kali seminggu. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun sebagian besar pelanggan merupakan occasional visitors, terdapat segmen pelanggan loyal (16,7%) yang melakukan kunjungan berulang dengan frekuensi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Restoran MoonTaste cukup menarik minat konsumen untuk melakukan kunjungan berulang, yang sejalan dengan konsep loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh (Oliver, 1997) bahwa kepuasan yang konsisten dapat membentuk komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian berulang.

Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan

Tabel 2. Distribusi Skor Rata-rata Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator	Mean	SD	Kategori
Kualitas Makanan:			
- Rasa makanan enak	4,23	0,62	Sangat Setuju
- Bahan berkualitas	4,10	0,71	Setuju
- Presentasi menarik	3,67	0,88	Setuju
- Variasi menu	3,43	0,94	Setuju
Kualitas Pelayanan:			
- Staf ramah	4,33	0,55	Sangat Setuju
- Pelayanan cepat	4,17	0,65	Setuju
- Staf responsif	4,07	0,69	Setuju
Atmosfer & Kebersihan:			
- Kebersihan terjaga	4,27	0,58	Sangat Setuju
- Suasana nyaman	4,13	0,68	Setuju
- Tata letak baik	3,97	0,76	Setuju
Fasilitas & Nilai:			
- Kemudahan pembayaran	4,20	0,61	Setuju
- Fasilitas memadai	3,73	0,82	Setuju
- Harga sesuai nilai	3,87	0,78	Setuju
Kepuasan Keseluruhan:			
- Puas dengan pengalaman	4,10	0,66	Setuju
- Kesiediaan merekomendasikan	4,03	0,72	Setuju

Dari segi evaluasi pengalaman kuliner, rata-rata skor yang diperoleh setiap indikator berada pada kategori "Setuju" dengan nilai rata-rata keseluruhan 4,02 (SD = 0,70). Hal ini menandakan bahwa pelanggan menganggap pengalaman mereka di restoran sudah memuaskan. Beberapa aspek yang mendapatkan skor tinggi antara lain pelayanan staf yang ramah dan profesional (mean = 4,33), rasa makanan yang enak (mean = 4,23), kebersihan restoran yang terjaga (mean = 4,27), waktu pelayanan yang relatif cepat, dan kemudahan proses pembayaran (mean = 4,20).

Temuan ini konsisten dengan penelitian Ryu et al., (2012) yang menemukan bahwa kualitas layanan dan kualitas makanan merupakan prediktor utama kepuasan pelanggan restoran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi yang paling berkontribusi terhadap kepuasan adalah keramahan staf (4,33) dan kebersihan restoran (4,27), yang mengkonfirmasi pentingnya dimensi "empati" dan "bukti fisik" dalam model SERVQUAL (Parasuraman et al.,

1988). Staf yang ramah dan profesional menciptakan koneksi emosional dengan pelanggan, sementara kebersihan yang terjaga memberikan jaminan kualitas dan keamanan pangan yang menjadi prioritas utama konsumen pasca-pandemi.

Selain itu, skor tinggi pada indikator rasa makanan (4,23) dan kualitas bahan (4,10) menunjukkan bahwa Restoran MoonTaste telah berhasil memenuhi ekspektasi dasar pelanggan terkait core product. Hal ini sejalan dengan temuan (Namkung & Jang, 2007) yang menyatakan bahwa kualitas makanan memiliki dampak langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($\beta = 0,52$, $p < 0,001$). Dalam konteks restoran fusion cuisine, kemampuan untuk menghadirkan rasa yang konsisten dan autentik sambil memadukan elemen kuliner yang berbeda menjadi kunci diferensiasi kompetitif.

Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian lebih. Hasil kuesioner memperlihatkan bahwa pada beberapa indikator seperti presentasi makanan (mean = 3,67, SD = 0,88), variasi menu (mean = 3,43, SD = 0,94), serta kualitas fasilitas restoran (mean = 3,73, SD = 0,82), terdapat variasi jawaban yang cenderung lebih rendah dibandingkan indikator lain. Standar deviasi yang relatif tinggi pada ketiga indikator ini ($>0,80$) menunjukkan adanya heterogenitas persepsi pelanggan, yang mengindikasikan bahwa sebagian pelanggan merasa puas sementara sebagian lainnya memiliki ekspektasi yang belum terpenuhi. Beberapa responden memberikan skor 3 (netral), terutama terkait variasi menu dan estetika penyajian makanan. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan bagi restoran untuk terus meningkatkan kreativitas dalam penyajian serta memperbanyak pilihan menu agar tidak menimbulkan kejenuhan pada pelanggan.

Temuan mengenai variasi menu yang terbatas sejalan dengan observasi bahwa pelanggan restoran fusion cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap inovasi dan keberagaman menu (Ha & Jang, 2010). Skor rata-rata 3,43 pada indikator ini berada pada batas bawah kategori "setuju", yang mengindikasikan bahwa meskipun pelanggan tidak kecewa, mereka juga belum sepenuhnya terpuaskan. Dalam industri restoran yang kompetitif, inovasi menu yang konsisten menjadi faktor penting untuk mempertahankan minat pelanggan dan mencegah switching behavior.

Aspek presentasi makanan (mean = 3,67) juga menunjukkan ruang perbaikan yang signifikan. Dalam era digital di mana pelanggan cenderung membagikan pengalaman kuliner mereka di media sosial, estetika visual makanan bukan hanya menjadi nilai tambah tetapi juga alat pemasaran organik (Bhandari & Sharma, 2020). Presentasi yang menarik dapat meningkatkan perceived value dan mendorong word-of-mouth promotion melalui platform digital. Restoran perlu mempertimbangkan investasi dalam pelatihan plating technique dan food styling untuk meningkatkan daya tarik visual hidangan.

Mengenai fasilitas restoran (mean = 3,73), skor yang relatif rendah ini dapat dikaitkan dengan keterbatasan fisik seperti area parkir, toilet, atau ruang tunggu yang mungkin belum optimal. Penelitian (Ariffin et al., 2011) menunjukkan bahwa atmospheric elements termasuk fasilitas fisik berpengaruh signifikan terhadap overall dining experience. Meskipun bukan merupakan core service, fasilitas yang memadai berkontribusi terhadap kenyamanan pelanggan dan dapat menjadi differentiator dalam pasar yang kompetitif.

Analisis Hubungan Dimensi Kepuasan dengan Loyalitas

Secara keseluruhan, skor rata-rata akhir menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan pengalaman kuliner di Restoran MoonTaste. Tingkat kepuasan ini tercermin pula dari

indikator kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan restoran kepada teman atau keluarga, yang berarti MoonTaste memiliki peluang untuk mendapatkan promosi positif dari mulut ke mulut. Akan tetapi, untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, manajemen restoran perlu memperhatikan aspek-aspek yang dinilai masih kurang maksimal seperti variasi menu dan inovasi penyajian makanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 30 responden mengenai evaluasi kepuasan pelanggan di Restoran MoonTaste, dapat disimpulkan bahwa secara umum pelanggan merasa puas dengan pengalaman kuliner yang diberikan. Mayoritas responden menilai bahwa makanan yang disajikan memiliki rasa yang enak, bahan makanan yang digunakan berkualitas baik, serta pelayanan dari staf restoran yang ramah, cepat, dan profesional. Selain itu, aspek kebersihan restoran, suasana yang mendukung pengalaman makan, dan kemudahan dalam proses pembayaran juga memperoleh apresiasi positif dari konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Restoran MoonTaste telah berhasil menghadirkan pengalaman kuliner yang sesuai dengan harapan pelanggan. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat beberapa aspek yang masih dinilai cukup bervariasi oleh responden, seperti variasi menu yang ditawarkan, presentasi makanan yang menarik dan estetis, serta ketersediaan fasilitas restoran. Beberapa responden memberikan penilaian netral pada indikator-indikator tersebut, yang mengindikasikan bahwa MoonTaste masih memiliki ruang perbaikan dalam hal inovasi menu, kreativitas penyajian, dan peningkatan kenyamanan fasilitas. Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan berada pada kategori “setuju” dan mayoritas responden menyatakan kesediaannya untuk merekomendasikan Restoran MoonTaste kepada keluarga maupun teman, sehingga restoran ini memiliki citra positif di mata konsumen. Berdasarkan kesimpulan tersebut, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan oleh pihak manajemen Restoran MoonTaste untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman kuliner pelanggan. Pertama, restoran perlu mengembangkan variasi menu baru yang lebih inovatif agar pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dan tetap tertarik untuk melakukan kunjungan berulang. Kedua, kreativitas dalam presentasi makanan perlu ditingkatkan, misalnya melalui teknik plating yang lebih estetis dan sesuai dengan tren kuliner modern, sehingga dapat menambah nilai visual pada hidangan. Ketiga, optimalisasi fasilitas restoran juga penting untuk mendukung kenyamanan pelanggan, seperti penyediaan ruang makan yang lebih nyaman, area parkir yang memadai, maupun fasilitas tambahan seperti Wi-Fi yang stabil. Selain itu, restoran juga disarankan untuk melakukan inovasi dalam sistem pelayanan, misalnya dengan menyediakan layanan pemesanan berbasis aplikasi atau reservasi online agar pelanggan merasa lebih mudah dan efisien dalam bertransaksi. Terakhir, strategi promosi dan loyalitas pelanggan perlu diperkuat, mengingat banyak responden yang menyatakan kesediaannya merekomendasikan restoran ini. Program loyalitas berupa diskon khusus pelanggan tetap atau promo referral dapat menjadi cara yang efektif untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dengan menerapkan rekomendasi tersebut, Restoran MoonTaste berpotensi tidak hanya mempertahankan kepuasan pelanggan, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan daya saing di industri kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Kim, W. G., & Ryu, K. (2016). The effect of physical environment on passenger delight and satisfaction: Moderating effect of national identity. *Tourism Management*, 57, 213–224.
- Al-Tit, A. A. (2015). The effect of service and food quality on customer satisfaction and hence customer retention. *Asian Social Science*, 11(23), 129–139. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n23p129>
- Andaleeb, S. S., & Conway, C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: An examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 3–11. <https://doi.org/10.1108/08876040610646536>
- Anindita, R., & Nugroho, A. (2018). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen restoran. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64(1), 1–7.
- Ariffin, H. F., Bibon, M. F., & Abdullah, R. P. S. R. (2011). Restaurant's atmospheric elements: What the customer wants. *Journal of Asian Behavioural Studies*, 1(2), 33–43.
- Bhandari, S., & Sharma, R. (2020). Measuring customer satisfaction in restaurants: A case study of Kathmandu. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 10, 47–66. <https://doi.org/10.3126/jthe.v10i0.28787>
- Ha, J., & Jang, S. (2010). Perceived values, satisfaction, and behavioral intentions: The role of familiarity in Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 2–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.03.009>
- Han, H., & Ryu, K. (2009). The roles of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in restaurant industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(4), 487–510. <https://doi.org/10.1177/1096348009344212>
- Hanzaee, K. H., & Andervazh, L. (2012). The influence of brand loyalty on customer satisfaction and word of mouth: Evidence from Iran. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 11(1), 40–46.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387–409. <https://doi.org/10.1177/1096348007299924>
- Nasution, M. N. (2018). *Manajemen mutu terpadu: Total quality management*. Ghalia Indonesia.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- 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.
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Chiappa, G. D. (2017). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1), 41–54. <https://doi.org/10.1177/0047287515620567>

- Ryu, K., & Jang, S. (2008). DINESCAPE: A scale for customers' perception of dining environments. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(1), 2–22. https://doi.org/10.1300/J369v11n01_02
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200–223. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi Offset.