

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian Indonesia saat ini telah memasuki fase persaingan yang semakin ketat di berbagai sektor usaha, termasuk sektor kuliner dan jasa. Kondisi tersebut menuntut para pelaku usaha untuk mampu meningkatkan efisiensi, kualitas produk, serta mutu pelayanan dan lingkungan usaha guna mempertahankan daya saing di pasar. Kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat turut mendorong munculnya berbagai produk dan jasa yang menawarkan keunikan serta nilai tambah yang beragam. Situasi ini memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih produk dan layanan yang sesuai dengan preferensi serta kebutuhannya. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi secara dinamis terhadap perubahan tuntutan konsumen dengan berorientasi pada penciptaan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2020:95), kepuasan pelanggan merupakan hasil yang muncul dari pengalaman konsumsi tertentu, yang mencakup aspek kognitif ketika konsumen merasa bahwa manfaat yang diperoleh sebanding dengan pengorbanan yang telah dilakukan, respons emosional terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi, serta kondisi psikologis sebelum dan setelah menggunakan produk atau layanan tersebut. Apabila kinerja yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi, maka akan timbul ketidakpuasan

yang berpotensi menurunkan loyalitas pelanggan serta berdampak negatif terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memastikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen.

Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern, kebutuhan akan tempat bersantai dan rekreasi semakin meningkat. Aktivitas rutinitas yang padat mendorong masyarakat untuk mencari sarana relaksasi guna mengurangi tingkat kejenuhan. Salah satu alternatif yang banyak diminati adalah mengunjungi restoran atau tempat makan atau kuliner yang menawarkan konsep santai dan nyaman. Restoran dengan fasilitas pendukung seperti area terbuka, pemandangan alam, serta konsep hiburan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, khususnya bagi keluarga dan komunitas. Kabupaten Pasuruan sebagai salah satu daerah berkembang di Jawa Timur turut mengalami pertumbuhan signifikan pada sektor kuliner dan wisata. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya usaha restoran dan tempat makan dengan konsep unik dan inovatif.

Salah satu destinasi kuliner yang cukup dikenal di Kabupaten Pasuruan adalah Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto. Restoran ini mengusung konsep wisata kuliner keluarga yang dipadukan dengan fasilitas kolam pancing, area makan terbuka, serta suasana alam yang asri. Konsep tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung, khususnya keluarga dan komunitas yang menginginkan suasana santai sekaligus rekreatif. Variasi

menu makanan khas nusantara serta fasilitas pendukung lainnya menjadikan restoran ini sebagai salah satu pilihan utama masyarakat.

Gambar 1
Tampak dari Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto



Sumber : Instagram @mr.blek_fishing, 2026

Keberadaan konsep kuliner yang dipadukan dengan fasilitas rekreasi seperti kolam pancing memberikan pengalaman yang berbeda bagi konsumen dibandingkan dengan restoran pada umumnya. Pengunjung tidak hanya datang untuk menikmati makanan, tetapi juga untuk bersantai, berkumpul bersama keluarga, serta melakukan aktivitas rekreasi. Kondisi ini menjadikan

restoran tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai tempat hiburan dan relaksasi bagi masyarakat.

Selain itu, lokasi restoran yang berada pada lingkungan yang relatif tenang serta didukung dengan area yang cukup luas memungkinkan terciptanya suasana yang nyaman bagi para pengunjung. Suasana alam yang asri serta konsep tempat makan semi terbuka menjadi salah satu nilai tambah yang mampu menarik minat konsumen untuk berkunjung. Oleh karena itu, pengelolaan suasana tempat (*store atmosphere*) serta kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan yang berkunjung ke Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto.

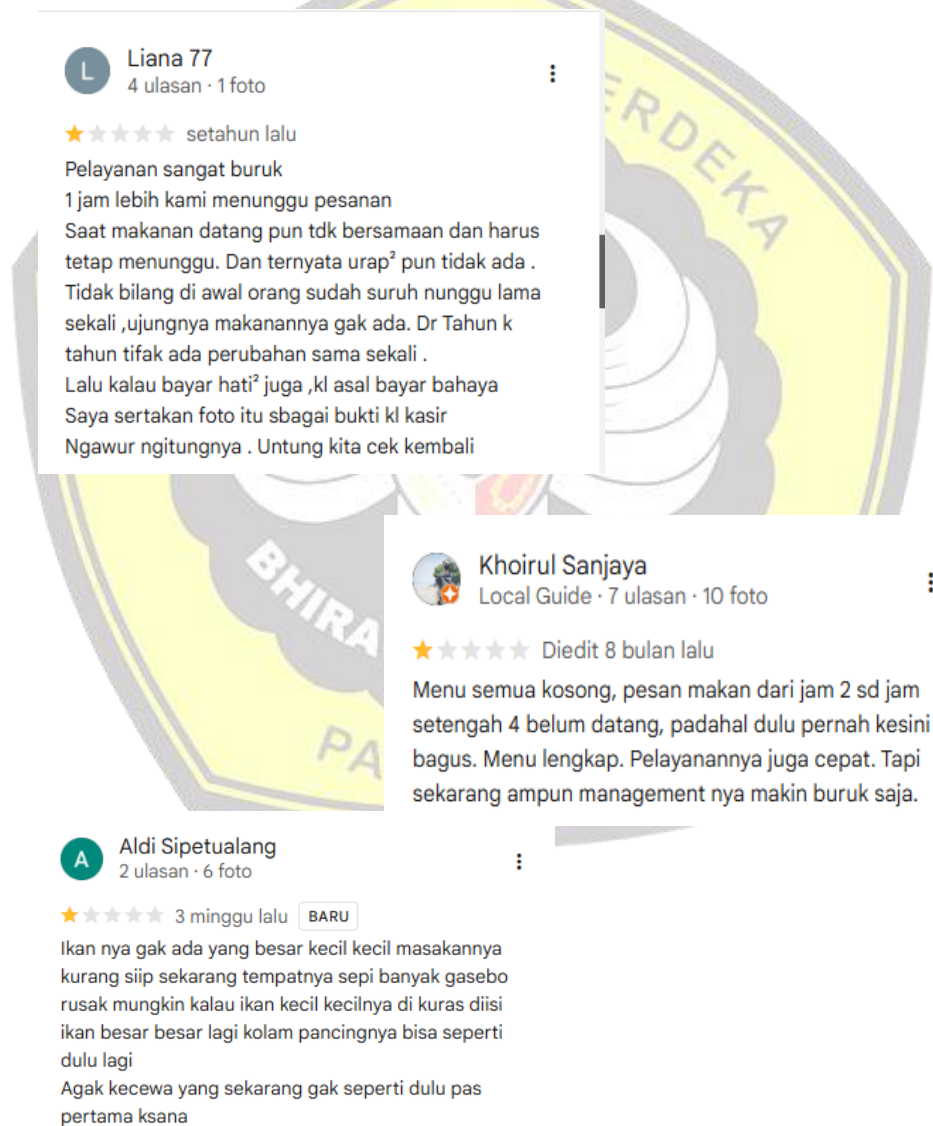
Selain memberikan kenyamanan bagi pengunjung, suasana tempat yang tertata dengan baik juga dapat meningkatkan daya tarik suatu usaha kuliner di tengah persaingan yang semakin ketat. Konsumen pada umumnya tidak hanya mempertimbangkan kualitas makanan, tetapi juga pengalaman yang dirasakan selama berada di tempat tersebut. Oleh karena itu, penciptaan *store atmosphere* yang menarik serta didukung oleh kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu strategi penting bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks bisnis kuliner, *store atmosphere* menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi minat berkunjung dan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016:561), *store atmosphere* mencakup desain interior, tata ruang, pencahayaan, kebersihan, musik, serta kenyamanan lingkungan yang secara keseluruhan mampu menciptakan suasana tertentu di

dalam benak konsumen. Atmosfer yang nyaman dan menarik tidak hanya meningkatkan pengalaman bersantap, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah terhadap produk yang ditawarkan. Lingkungan yang tertata dengan baik akan membentuk kesan positif sehingga mendorong konsumen untuk berlama-lama dan melakukan kunjungan ulang.

Gambar 2

Ulasan dan Review Online Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto



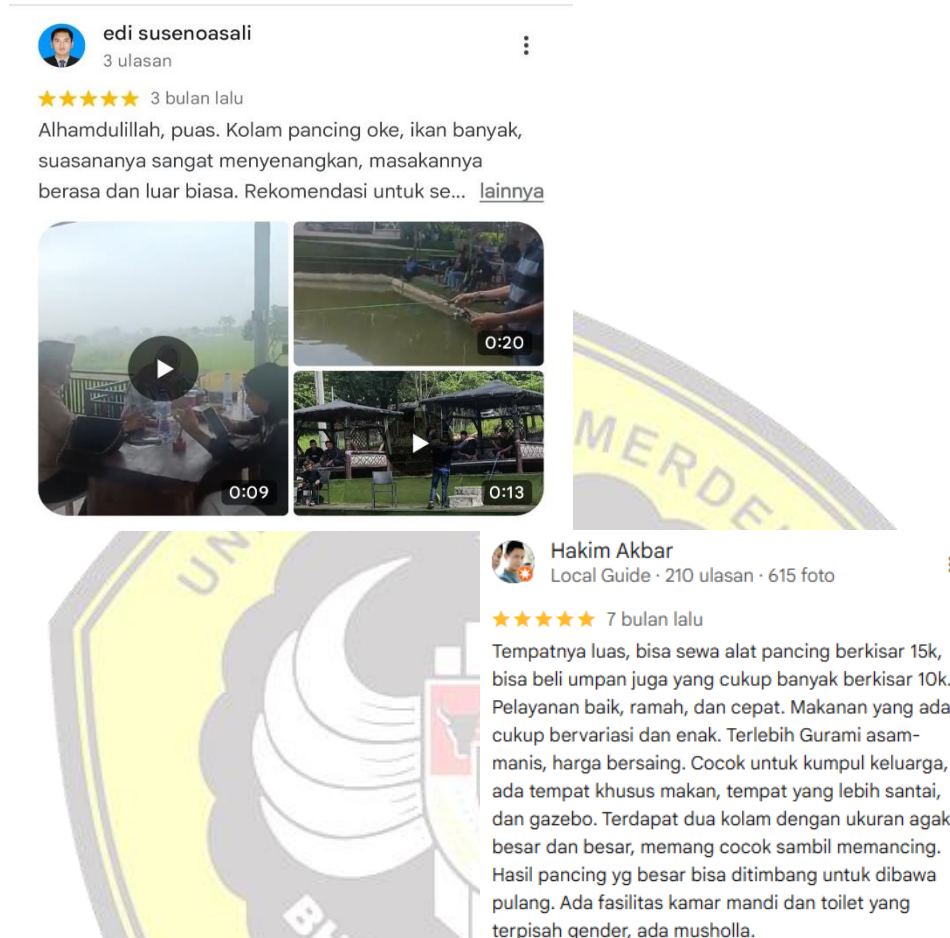
Sumber : *Google Maps Review*, Mr Blek Kolam Pancing dan Resto, 2026

Pada Gambar 2, berdasarkan hasil observasi awal dan penelusuran ulasan konsumen melalui Google Maps Review, ditemukan beberapa keluhan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, seperti waktu penyajian makanan yang relatif lama, responsivitas karyawan yang kurang optimal pada jam ramai, serta keterbatasan koordinasi antar staf. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan memengaruhi minat kunjungan ulang. Selain itu, beberapa konsumen juga menyoroti aspek kenyamanan tempat, ditemukan bahwa gazebo yang digunakan untuk memancing sudah rusak atau tidak layak untuk dipakai.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun restoran ini memiliki konsep yang menarik dan fasilitas yang cukup lengkap, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam pengelolaannya. Keluhan konsumen yang muncul melalui ulasan online dapat menjadi indikator adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diterima. Apabila kondisi tersebut tidak segera ditangani dengan baik, maka dapat berdampak pada penurunan kepuasan pelanggan serta memengaruhi citra usaha di mata konsumen.

Gambar 3

Contoh Ulasan Positif dari Konsumen Mr. Blek



Sumber : *Google Maps Review*, Mr Blek Kolam Pancing dan Resto, 2026

Namun demikian, sebagian besar konsumen juga memberikan penilaian positif terhadap *store atmosphere* yang ditawarkan, khususnya terkait suasana alam, desain tempat yang luas, serta kenyamanan area kolam pancing. Lingkungan yang asri, pemandangan hijau, dan konsep semi-outdoor dinilai mampu menciptakan suasana santai dan menyenangkan bagi pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* menjadi salah

satu keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan suasana tempat yang baik mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen ketika berkunjung. *Store atmosphere* yang nyaman tidak hanya mendukung aktivitas bersantap, tetapi juga menciptakan kesan positif yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan suasana yang menarik dan lingkungan yang mendukung kegiatan rekreasi, restoran ini memiliki potensi untuk menarik lebih banyak pengunjung serta mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat.

Selain *store atmosphere*, kualitas pelayanan juga merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional mampu memberikan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang. Konsumen cenderung mengevaluasi kepuasan mereka dengan membandingkan kualitas layanan yang diterima dengan harapan serta pengalaman di tempat lain. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Penelitian yang dilakukan oleh Hanif *et al.* (2024) menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Carita Kopi Tamansari Kota Bandung. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa suasana tempat yang nyaman, desain interior yang menarik, serta pelayanan yang ramah dan responsif mampu memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Kondisi tersebut tidak hanya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga mendorong konsumen untuk melakukan kunjungan ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan *store atmosphere* yang baik serta peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada usaha kuliner.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis secara empiris pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto di Pasuruan.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada berbagai usaha kuliner, namun penelitian yang secara khusus mengkaji kedua variabel tersebut pada konsep restoran yang dipadukan dengan fasilitas rekreasi seperti kolam pancing masih relatif terbatas, khususnya di wilayah Kabupaten Pasuruan. Selain itu, karakteristik konsumen serta kondisi lingkungan usaha yang berbeda memungkinkan terjadinya perbedaan hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan

gambaran empiris mengenai pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penulis mengambil penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah yang diuraikan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Mr Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan?
2. Apakah *Store Atmosphere* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Di Mr Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan?
3. Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Mr Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mr Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan
2. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan di Mr Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mr Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka didapatkan manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner, serta dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori dan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pengelola Mr. Blek Kolam Pancing dan Resto Pasuruan dalam meningkatkan kualitas *store atmosphere* dan pelayanan, guna menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan

loyalitas, serta memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif.

