

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFÉ MAN'A GARUT

Muhammad Galih Maulana¹, Reza Suprimansyah², Tedi Rahmat Jaelani³

¹UniversitasGarut, Garut, Indonesia

²UniversitasGarut, Garut, Indonesia

³UniversitasGarut, Garut, Indonesia

Email: ¹24023120065@fekon.uniga.ac.id ²24023120208@fekon.uniga.ac.id,
³24023120049@fekon.uniga.ac.id

Abstrak

Kebutuhan dan gaya hidup orang Indonesia semakin beragam seiring dengan kemajuan yang terjadi di era globalisasi saat ini. Masyarakat Indonesia sangat membutuhkan makanan dan minuman, yang dapat diperoleh dengan memasak atau membuatnya sendiri. Di masa lalu, orang lebih suka makan di luar, baik di restoran maupun kafe, tetapi sekarang mereka lebih suka menyelesaikan tugas, berkumpul dengan kolega, dan melakukan hal-hal lainnya. Cafe sekarang telah menjadi produk yang dibawa oleh modernitas dan telah menjadi pilihan sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat. Pada awal munculnya, budaya cafe dianggap sebagai gaya hidup aktivitas masyarakat yang eksklusif, dengan hanya kelompok orang kaya yang dapat melakukan kegiatan di sana. yang benar-benar lebih murah. Walau bagaimanapun, dan ini adalah sesuatu yang disukai oleh sebagian masyarakat, banyak kafe menawarkan pelayanan berkualitas tinggi untuk menarik pelanggan. Kualitas layanan terkait erat dengan kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan dihitung sebagai fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan kinerja yang diharapkan. Faktor-faktor yang berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan juga harus diperhatikan. Ini termasuk meningkatkan keterampilan karyawan teknis, berbicara dengan petugas operasional langsung tentang kebutuhan pelanggan, atau belajar tentang perspektif manajemen untuk mengurangi ketidaksesuaian. Agar perusahaan dapat bertahan, kualitas pelayanan harus diperhatikan dan dimaksimalkan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

The needs and lifestyles of Indonesians are increasingly diverse along with the progress that occurs in the current era of globalization. Indonesians crave food and beverages, which can be obtained by cooking or making them themselves. In the past, people preferred to eat out, either at restaurants or cafes, but now they prefer to complete tasks, gather with colleagues, and do other things. Cafes have now become a product brought about by modernity and have become an option as part of people's lifestyle. At the beginning of its emergence, cafe culture was considered to be an exclusive lifestyle of community activities, with only the wealthy group of people being able to do activities there. which is really cheaper. However, and this is something that some people prefer, many cafes offer high quality services to attract customers. Service quality is closely related to customer satisfaction. The level of satisfaction is calculated as a function of the difference between perceived performance and expected performance. Factors that contribute to improving service quality should also be considered. These include improving the skills of technical employees, talking to operational personnel directly about customer needs, or learning about management perspectives to reduce discrepancies. For the company to survive, service quality must be considered and maximized.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Sesuai dengan kemajuan yang terjadi pada saat ini, orang Indonesia mempunyai kebutuhan dan style yang semakin beragam. Dengan perkembangan budaya, orang lebih suka makan diluar, baik di restoran maupun kafe, dan image makanan yang dibuat di kafe lebih enak daripada makanan yang diolah sendiri. Sekarang, orang Indonesia banyak menghabiskan waktu mereka di kafe untuk bertemu sapa dengan teman, mengerjakan tugas, berkumpul dengan kolega, dan melakukan banyak hal lainnya. (Nanincova, 2019)

Kafe telah menjadi pilihan dalam aktivitas gaya hidup masyarakat dan merupakan produk kontribusi komunitas. Pada mulanya budaya ngopi dianggap sebagai cara hidup eksklusif dengan aktivitas yang diperuntukkan bagi masyarakat golongan atas. Masyarakat kelas bawah tidak menghabiskan waktu di kafe, karena lebih murah di warung kopi biasa. Namun budaya ngopi telah jadi kebiasaan yang diterima kalangan masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya, dan sebagian masyarakat menikmatinya. Banyak cafe menawarkan kualitas pelayanan yang baik untuk menarik pelanggan. (Fahtoni, 2022). Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kualitas pembeli. Kualitas pelayanan mendorong pembeli dalam menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan (Sasongko, 2003)

Pernyataan Kotler yang dikutip (Prasastono & Pradapa, 2012) Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan yang dimiliki seseorang setelah mengetahui kinerja yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan. Oleh karena itu, tingkat kepuasan adalah fungsi dari hubungan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Kepuasan pelanggan dalam penentuan dan pengiriman produk juga tergantung pada kualitas produk juga layanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelaku usaha harus selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas produknya dan pelayanan demi kepuasan konsumen dan cermat dalam menentukan kebutuhan, memenuhi keinginan, dan meningkatkan kepuasannya. (Lilik Trianah, Diah Pranitasari, 2021)

Dalam riset yang dilakukan oleh (Firatmadi, 2017). Studi memperlihatkan bahwa kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Sebab-sebab yang berkontribusi pada kenaikan kualitas juga harus diperhitungkan. Sebab-sebab tersebut diantaranya peningkatan kemampuan karyawan teknis, sikap dan perilaku karyawan dalam melayani konsumen dengan memberikan pelatihan dan kursus singkat yang mensimulasikan pelayanan prima Sesuai SOP perusahaan, bersosialisasi dengan pelanggan baru meningkatkan hubungan mereka dengan pelanggan.

Menurut Kotler dalam penelitian (Inka Janita Sembiring, Suharyono, 2014). Kualitas pelayanan harus diperhatikan dan dimaksimalkan agar perusahaan dapat tumbuh dengan baik. Kualitas pelayanan diartikan sebagai kesempurnaan layanan yang dilakukan oleh pemilik layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam tujuan menciptakan kepuasan konsumen.

Layanan yang baik, produk olahan yang lezat, harga minimalis, dan kemudahan dalam memuaskan pelanggan adalah prioritas utama di ManA Cafe. ManA Cafe memiliki interior yang indah dan area di luar yang memungkinkan pelanggan menyatap makanan mereka sambil melihat bintang. Hidangan pembuka, hidangan utama, dan hidangan penutup ada di menunya. Selain kopi, ada minuman lainnya, seperti chocoberry, milkshake, dan sebagainya. Situs ManA Cafe terletak di sukagalih, Kecamatan Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Lokasinya sangat penting secara strategis. Alun-Alun Tarogong dan pemandian air panas dekat. Hal ini menjadikan Man A Cafe lebih menarik baik untuk pelanggan dalam maupun luar kota Garut.

METODE PENELITIAN

pada penelitian ini menggunakan penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan penyebaran kusioner. Jumlah yang diambil dari masyarakat Garut sebagai populasi terdapat 100 orang yang diambil sebagai sampel. Sampel dalam penelitian didapatkan dengan memakai rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.450	.445	1.780
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Dari tabel ringkasan diatas diperoleh nilai R sebesar 0,671, mempunyai arti variabel tersebut bisa dijelaskan oleh variabel terikat sejumlah 67,1 dengan sisanya sejumlah 32,9% dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak muncul di model.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297.668	1	297.668	93.958	.000 ^b
	Residual	364.332	115	3.168		
	Total	662.000	116			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelavanan						

Berdasarkan tabel diatas bahwa F hitung 93,958 mempunyai nilai signifikansi 0,000 artinya nilai signifikansi kurang dari (<) probabilitas sehingga dapat diambil kesimpulannya, variable Kualitas Pelayan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.509	1.504		1.003	.318
	Kualitas Pelayanan	.401	.041	.671	9.693	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa t hitung sebesar 9,693, nilai sig sebesar 0,000 artinya nilai sig kurang dari nilai probabilitas (0,000<0,05) sehingga dapat diambil kesimpulannya, H0 ditolak dengan artian Hubungan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.671**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	117	117
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	117	117

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil data di atas, r hitung untuk hubungan kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan konsumen (X2) adalah 0,671 (Sangat Kuat), yang menunjukkan nilai positif dalam analisis ini. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin baik pula kepuasan konsumen.

No. Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,347	0,1946	Valid
2	0,417		Valid
3	0,194		Valid
4	0,355		Valid
5	0,251		Valid
6	0,253		Valid
7	0,331		Valid
8	0,332		Valid
9	0,526		Valid
10	0,393		Valid
11	0,661		Valid
12	0,683		Valid
13	1		Valid

Karena r hitung (nilai koefisien korelasi) pada komponen penilaian item 1-13 > r tabel, maka keputusannya dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% kuesioner yang ada adalah VALID.

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	13

Karena r hitung secara menyeluruh sebesar 0,847 > r tabel (0,194) yang diperjelas dengan nilai cronbach alpha maka keputusannya dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% kuesioner yang ada adalah reliabel atau konsisten

KESIMPULAN

Terdapat bukti, kualitas layanan mempunyai korelasi positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen. Dengan bahasa lainnya, semakin efisien layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, semakin puas pula pelanggannya. Penelitian sebelumnya, termasuk penelitian yang dilakukan di ManA Cafe di Garut, mendukung kesimpulan ini. Penelitian menemukan bahwa pelayanan yang baik, makan dan minuman yang lezat, harga yang minimalis dan kenyamanan membuat pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang dilakukan ManA Cafe.

Referensi

- Fahtoni, H. (2022). Pemaknaan Aktivitas Nongkrong di Kafe sebagai Budaya Milenial (Studi Fenomenologi Terhadap Pengunjung Kafe di Kota Pematangsiantar). *Communication & Social Media*, 2(1), 14–21. <https://doi.org/10.57251/csm.v2i1.466>
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT Pelita Air Service). *Journal of Business Studies*, 2(2), 80–105.
- Inka Janita Sembiring, Suharyono, A. K. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Lilik Triana, Diah Pranitasari, S. Z. M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 230–239. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.79>
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken. *Dinamika Kepariwisata*, 11(2), 13–23.
- Sasongko, F. (2003). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN AYAM PENYET RIA. *Revista de Administração Contemporânea*, 7(2), 215–218. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552003000200015>