



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 1731-1737

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Onado Cafe Ciledug

Firda Aulia Nisa¹, Rohilah²

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang^{1,2,3}

Firdaaulianisa1706@gmail.com, rhilah897@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p> <p>Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen</p>	<p>Perubahan gaya hidup masyarakat dan peningkatan pendapatan, terutama di kota-kota, mendorong munculnya banyak usaha kuliner. Para bisnis harus membuat rencana yang menyenangkan dan membuat pelanggan terkesan dengan menggunakan barang dan jasa mereka. dengan menciptakan suasana yang nyaman yang didukung oleh desain interior yang unik, ketersediaan wifi, dan pilihan untuk fasilitas tambahan untuk menikmati musik pada hari tertentu. Akan memberi pelanggan daya tarik khusus, yang pada gilirannya akan memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Paradigma positivism digunakan untuk penentuan ini. Survey yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini berfokus pada konsumen Onado Cafe. Seratus peserta dalam penelitian ini adalah konsumen Onado Cafe. Kuesioner dikirim untuk mengumpulkan data penelitian ini. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan, seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian: kepuasan konsumen yang lebih tinggi, layanan yang lebih baik. Kualitas layanan yang rendah juga berkorelasi dengan kepuasan konsumen yang rendah.</p>
<p>Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>Changes in people's lifestyles and increased income, especially in cities, encourage the emergence of many culinary businesses. The businesses should make plans that are fun and impress customers by using their goods and services. By creating a cozy atmosphere supported by unique interior design, wifi availability, and the option for additional facilities to enjoy music on any given day. Will give customers a special appeal, which in turn will affect their level of satisfaction. The paradigm of positivism is used for this determination. The survey was conducted using a descriptive quantitative approach. This study focused on customers of Onado Cafe. One hundred participants in the research were Onado Cafe patrons. Questionnaires were sent in order to gather the data for this investigation. Customer satisfaction is influenced by service quality, as demonstrated by the findings: higher customer satisfaction, better service. Low service quality is also correlated with low customer satisfaction.</i></p>

PENDAHULUAN

Banyak usaha kuliner muncul sebagai akibat dari perubahan gaya hidup masyarakat dan peningkatan pendapatan, terutama di kawasan perkotaan. Industri ini mencakup semua jenis makanan dan minuman, dimulai dari warung-warung, rumah makan, dan cafe, hingga restoran di hotel berbintang. Perusahaan perlu merancang rencana yang akan mengesankan pelanggan dan menarik minat mereka dalam menggunakan produk dan layanan mereka. Dengan menciptakan suasana nyaman yang diperkuat oleh desain interior yang khas, selain memiliki fasilitas ekstra seperti pertunjukan musik live pada hari-hari tertentu dan aksesibilitas wifi. akan memberikan produk daya tarik tersendiri bagi konsumen, yang pada akhirnya akan berdampak pada seberapa puas mereka. "Onado Cafe" adalah kafe dengan konsep yang mengingatkan pada kafe Bali, yang merupakan tempat nongkrong favorit bagi anak muda masa kini. "Onado Cafe" menyajikan ide baru kepada pelanggannya. Profil jejaring sosial dapat ditingkatkan dengan berbagai lokasi foto yang menarik dan menarik secara visual. Pelanggan memiliki pilihan untuk menyeruput kopi di dalam ruangan atau semi-outdoor, atau di area outdoor yang benar-benar di atap.

Tujuan dari kualitas pelayanan "Onado Cafe" ini adalah faktor utama kepuasan terhadap konsumen. Selain itu, cafe ini harus melakukan perbaikan, terutama dalam hal kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan bergantung pada hubungan yang kuat dengan konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen bertujuan untuk mencapai keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat. Kepuasan pelanggan di "Onado Cafe" dapat memiliki sejumlah manfaat, termasuk memperkuat ikatan antara perusahaan dan pelanggannya, lalu adanya pembelian di masa depan dan terjadinya loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Onado Cafe Ciledug

KAJIAN LITELATUR

Kualitas Pelayanan

Menurut Manengal (2021), lingkungan, proses, sumber daya manusia, serta barang dan jasa yang dapat menyamai atau melampaui tingkat kualitas layanan yang diperlukan semuanya sangat terkait dengan keadaan dinamis kualitas layanan.

Menurut Dzakra (2020), untuk memenuhi harapan konsumen, kualitas layanan adalah sistem strategis yang mengintegrasikan semua unit kerja atau unit organisasi, dari pimpinan hingga karyawan.

Menurut Putri (2020), menawarkan layanan kepada konsumen sesuai dengan standar layanan yang ditetapkan berfungsi sebagai petunjuk untuk memberikan layanan berkualitas tinggi.

Menurut Tjiptono (2019b), kualitas layanan adalah standar keunggulan yang diantisipasi dan kemampuan untuk mengelola standar keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Ketika tingkat layanan melebihi harapan konsumen, itu dianggap memiliki kualitas tertinggi. Di sisi lain, jika tingkat layanan turun di bawah apa yang diantisipasi, itu dianggap berkualitas rendah.

Kepuasan Konsumen

Menurut Park dalam (Irawan 2021: 54), mengekspresikan kebahagiaan konsumen adalah reaksi klien terhadap produk atau jasa yang telah mereka gunakan.

Menurut Tjiptono et al. (2020), ialah kepuasan atau ketidakpuasan konsumen ditentukan dengan membandingkan harapan konsumen dengan persepsi interaksi layanan nyata.

Kotler et al. (2021) mengusulkan bahwa kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai respons emosional individu, baik positif maupun negatif, terhadap kinerja produk relatif terhadap harapan. Jika bisnis memenuhi harapan pelanggan dan memenuhi keinginan mereka, maka konsumen akan merasa puas. Konsumen lebih puas dan cenderung bertahan dengan produk untuk jangka waktu

yang lama ketika menawarkan nilai tambah akan sangat besar. Banyak elemen, seperti kualitas produk dan layanan, inisiatif pemasaran, dan prinsip-prinsip perusahaan, dapat berdampak pada kebahagiaan konsumen.

Tjiptono (2019a) menegaskan bahwa metrik berikut dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen: 1) kualitas produk; 2) kualitas layanan; 3) biaya; 4) waktu pengiriman; dan 5) keamanan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metodologi penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif memerlukan analisis populasi atau sampel., mengumpulkan data dengan bantuan instrumen, menganalisis data, dan menguji teori. Untuk mengumpulkan data primer untuk penelitian ini, Google Formulir digunakan untuk mendistribusikan survei di platform media sosial seperti Instagram, Line, dan WhatsApp. Variabel X (kualitas pelayanan) dan Y (kepuasan konsumen) adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Validitas

Tes validitas adalah tes yang digunakan untuk mengevaluasi apakah kuesioner valid atau tidak. Jika peluang korelasi kurang dari 0,05, kuesioner dianggap valid. Setiap pertanyaan pada kuesioner dianggap sah apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 dan r hitungannya lebih besar dari r tabel, sebagaimana ditunjukkan oleh tabel uji validitas untuk ukuran kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan (X)	R hitung	R tabel	Kepuasan konsumen (Y)	R hitung	R tabel
KP1	0.775	0.196	KK1	0.872	0.196
KP2	0.881	0.196	KK2	0.851	0.196
KP3	0.872	0.196	KK3	0.906	0.196
KP4	0.869	0.196	KK4	0.820	0.196
KP5	0.890	0.196	KK5	0.905	0.196
KP6	0.903	0.196	KK6	0.784	0.196
KP7	0.894	0.196	KK7	0.934	0.196
KP8	0.842	0.196	KK8	0.867	0.196
KP9	0.842	0.196	KK9	0.906	0.196
KP10	0.863	0.196	KK10	0.861	0.196

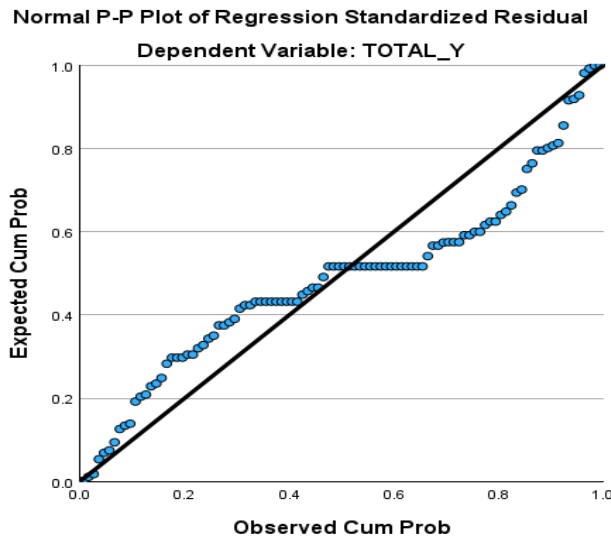
Tabel 2. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha
Kualitas pelayanan	0.971
Kepuasan konsumen	0.972

Jika Cronbach alpha dalam uji reliabilitas lebih dari 0,60 itu dianggap reliabel. Ketika semua nilai variabel ini lebih dari 0,60 kuesioner dianggap reliabel.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



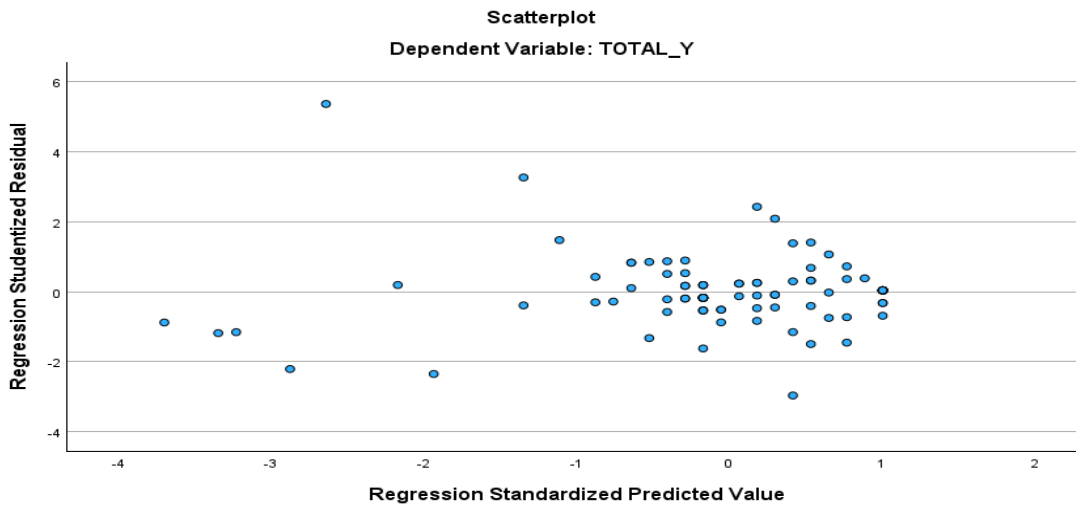
Jelas dari gambar di atas bahwa titik-titik didistribusikan di sekitar garis diagonal, menunjukkan kecenderungan normal untuk data dalam model regresi penelitian ini

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.894	.893	2.77514	2.164
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X					
b. Dependent Variable: TOTAL_Y					

Peneliti menggunakan teknik Durbin Watson. Sebuah model disebut bebas autokorelasi jika nilai uji Durbin Watson lebih besar dari dU tetapi kurang dari 4-dU. Diurutkan sebagai berikut: $dU < DW < 4-dU$. Diketahui bahwa nilai dU dalam tabel Durbin Watson adalah 1,694 ketika variabel independen $K = 1$ dan ukuran sampel $N = 100$. $4-dU$ memiliki nilai 2,306. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi ini karena: $1,694 < 2,164 < 2,306 = dU < DW < 4-DU$.

Gambar 2. Uji Heterokedastisitas



Peneliti menggunakan pendekatan observasi ScatterPlot, seperti yang terlihat pada gambar 2. Bagan ScatterPlot di atas menunjukkan bahwa plot data tersebar dan tidak memiliki pola yang dapat dilihat. Hasilnya, kedua model regresi lulus uji heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.842	1.387		2.048	.043
	TOTAL_X	.941	.033	.945	28.689	<,001

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

UJI HIPOTESIS

Uji T: Nilai tanda < 0,05

Jumlah nilai T >. Tabel nilai-T

Tabel T sama dengan t (a/2; n-k-1).

a = 5% = t (0,05/2; 100-1-1) = 0,025; 98 = 1.984

Nilai Tanda Variabel X ke Y. 0,001 < 0,05

T menghitung tabel > t = 28.689 > 1.984.

Tabel 4 menunjukkan hubungan substansial (p-value < 0,05) antara kualitas layanan (X) dan kepuasan konsumen (Y). Nilai estimasi t adalah 28,689, yang lebih besar dari nilai t tabel, menunjukkan bahwa Ho1 ditolak dan Ha1 diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Onado Cafe sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang ditawarkan.

Tabel 5. Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	6338.702	1	6338.702	823.058	<,001 ^b
	Residual	754.738	98	7.701		
	Total	7093.440	99			
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						
b. Predictors: (Constant), TOTAL_X						

Uji F

Variabel x ke y. Nilai tanda. $< 0,05$ Perhitungan nilai-F > tabel nilai-F

Tabel nilai f = 3,94. Signifikansi: $0,001 < 0,05$. Jumlah nilai f 823,058 > tabel nilai f 3,94.

Tabel 5 Uji f menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan konsumen (Y) dan kualitas layanan (X) memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan f hitung 823,058 > nilai f tabel 3,94. Ini menunjukkan bahwa sementara H_0 diterima, H_1 ditolak. Menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Onado Cafe secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan.

KESIMPULAN

Kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas pelayanan, seperti yang dapat ditunjukkan dari temuan pengolahan data. Di sini, karakteristik yang menentukan kualitas pelayanan adalah: nyata, empatik, responsif, percaya diri, dan dapat diandalkan. Fasilitas yang ditawarkan oleh Onado Café tidak menjadi perhatian konsumen yang berkunjung karena tidak ada banyak fasilitas tambahan di bar, restoran, atau toilet. Namun, mayoritas konsumen hanya datang untuk menikmati masakan dan suasana di Onado Cafe. Karyawan Onado Cafe terampil dan cepat melayani konsumen.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh komponen ketergantungan kualitas pelayanan. Dependability dan kepuasan konsumen berkorelasi positif, artinya dependability mempengaruhi kepuasan konsumen. Responsivitas karyawan adalah kebijakan yang bertujuan untuk membantu konsumen dengan mengkomunikasikan informasi terkait secara tepat waktu dan cepat. Kepuasan konsumen yang lebih tinggi berkorelasi dengan peningkatan persepsi konsumen tentang daya tanggap perusahaan, termasuk ketepatan dan kecepatan tanggapan staf terhadap masalah yang dihadapi oleh pengguna pelayanan. Penelitian ini konsisten dengan gagasan bahwa kepuasan konsumen dan responsivitas / daya tanggap terkait.

Uji t parsial menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikan $0,001 < 0,05$ antara kualitas layanan (X) dan kepuasan konsumen (Y). Nilai t hitung adalah 28,689 > nilai t tabel, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Onado Cafe secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan.

Uji f menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan konsumen (Y) dan kualitas pelayanan (X) memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan f hitung 823,058 > nilai f tabel 3,94. Ini menunjukkan bahwa sementara H_0 diterima, H_1 ditolak. Menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Onado Cafe secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Zain, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47-54.
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261-270.
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2).

- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. *Agora*, 7(2).
- Ibrahim, M.; Thawil, S. M. (2019). Dampak kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Penelitian Bisnis (JRMB), Fakultas Ekonomi, UNIAT*, 4(1): 175-182.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.