

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Menu terhadap Kepuasan Konsumen

Luffy Gaeiya Tanjung¹⁾ Lumban Aritonang²⁾ Madiha Khairat Ritonga³⁾ Syifa Alhusna⁴⁾

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : lgaeyia@gmail.com¹⁾ lumbanaritonang28@gmail.com²⁾ Diharitonga01@gmail.com³⁾
syifaalhusnahasan@gmail.com⁴⁾

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas Pelayanan terhadap café tenank. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen café tenank medan. Sampel yang dilakukan sebanyak 50 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan dan ketepatan makanan dan minuman yang dipesan, fasilitas pendukung, sikap ramah karyawan terhadap konsumen, jaminan kenyamanan dan kebersihan cafe atau kinerja karyawan sangat berpengaruh terhadap berkembangnya suatu café. Menurut konsumen Café tenank Medan tentang menu yang disediakan di café yang penilaian telah mencapai 80,04% dari Harapan. Sedangkan kualitas pelayanan menurut konsumen telah mencapai 80,2% dari yang diharapkan konsumen. Sehingga tingkat kepuasan konsumen mencapai 82,54% dari analisis korelasi menu dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dari $R = 0,777$; sehingga ada kontribusi 60,4% dari variabel menu dan kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumen. Dari hasil pendekatan analisis regresi linier berganda terbukti bahwa kualitas pelayanan dan menu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan model regresi $Y = 21,533 + 0,212 X_1 + 1,735 X_2$. Pengeruh menu yang tersedia di café tenank medan lebih tinggi daripada kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, menu, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Berbagai organisasi baik bisnis Jasa dan Industri telah merubah paradigma dan orientasi produsen menjadi orientasi masyarakat. Perusahaan dan Sumber daya manusia dikonsentrasikan kepada pelayanan masyarakat. Pembuatan produk dan jasa harus terus bernilai tambah, berdaya saing, disamping mengatur strategi pemasaran dan pelayanan yang prima sehingga memberikan kepuasan konsumen dan masyarakat pengguna jasa.

Oleh karena itu, menyadari semakin tingginya persaingan dan gaya hidup masyarakat, serta banyaknya pilihan-pilihan bagi masyarakat (konsumen) secara luas, maka pada saat yang sama pengusaha bisnis dan jasa harus menjaga kepercayaan dan kemauan konsumen, termasuk hak-hak konsumen mendapatkan pelayanan yang memuaskan, sehingga pada gilirannya mereka loyal pada pilihan untuk berbelanja dan menggunakan jasa tersebut.

Dalam konteks ekonomi, strategi merupakan sarana dan alat untuk mencapai tujuan akhir. Suatu strategi harus mampu mengintegrasikan seluruh bagian organisasi yang lebih luas ke dalam satu

kesatuan, guna mencapai tujuan akhir yang merupakan masalah utama dalam operasional organisasi. Kesuksesan adalah kombinasi dari strategi yang baik dan eksekusi strategi yang baik. Eksekusi yang buruk dapat menyebabkan masalah dan strategi yang salah (Andriansyah, Mirwan & Hafid, 2022)

Memperhatikan strategi dan kinerja karyawan sangat penting untuk kelangsungan berjalannya organisasi operasi mana pun. Hal ini terkait dengan apa yang harus dilakukan karyawan untuk menarik pelanggan. Setiap bisnis membutuhkan layanan yang baik untuk membuat pelanggan cafe mereka senang dan merasa puas. Menjalankan sebuah cafe membutuhkan strategi yang solid. Bisnis cafe sering dianggap selalu menguntungkan, pernyataan seperti itu salah, tetapi orang tidak boleh berasumsi bahwa pencapaian itu berlalu dengan mudah, justru sebaliknya. Sangat banyak bisnis cafe yang gagal. Faktor kinerja pegawai, merupakan aset yang sangat penting bagi perkembangan sebuah café (Sukarno & Nirawati, 2016)

Hampir setiap bagian dari pengalaman bersantap cafe bergantung pada kualitas layanan cafe dalam hal menyapa, pemesanan, melayani, dan membayar. Terkadang makanan enak menjadi tidak berarti, karena layanan yang buruk. Manajer harus selalu menjadikan layanan sebagai prioritas utama mereka. Pelayanan cafe yang baik adalah tentang menciptakan interaksi yang positif dan menyenangkan antara pengunjung dan staff serta membuat pengunjung betah. Bagaimana hal ini dapat dicapai tergantung pada kecepatan dan ketepatan makanan dan minuman yang dipesan, fasilitas pendukung, sikap ramah karyawan terhadap konsumen, jaminan kenyamanan dan kebersihan cafe.

Berdasarkan permasalahan yang ada, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut penerapan atau pengimplementasian strategi yang telah dilakukan sejak awal hingga saat ini pada Cafe Ketengan, untuk mempertahankan citra tersebut dengan para pelanggannya. Berdasarkan fenomena di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Menu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus : Cafe Tenank Medan)**

LANDASAN TEORI

Mengenal Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, tentu konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya.

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen harus mengetahui perilaku konsumennya. Informasi perilaku konsumen itu dapat memberikan gambaran mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga perusahaan mampu memenuhinya. Sebagaimana dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2004;199), bahwa "Perilaku Konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal".

Kepuasan Konsumen

Menurut Harmizar (2008:162) "Kepuasan Konsumen merupakan suatu harapan yang diinginkan dapat dirasakan dan diterima sebagaimana yang dijanjikan oleh si penyelenggara jasa". Dengan demikian tingkat kepuasan konsumen dapat dirasakan melalui harapan dan keinginan yang diperoleh.

Untuk mengukur tingkat kepuasan sangatlah perlu dilakukan untuk mengetahui sejauhmana kualitas pelayanan yang diberikan yang mampu menciptakan kepuasan konsumen. Karena menurut Oliver dalam Ferrina Dewi (2005), kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu dibawah maupun diatas harapan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Pentingnya pelayanan bagi konsumen, apalagi bisnis jasa seperti café dan resto, yang tujuannya adalah untuk meningkatkan kepuasan masyarakat konsumen yang optimal. Peningkatan pelayanan harus diberangi dengan penyediaan fasilitas pelayanan yang mencukupi, ketersediaan

karyawan serta tingkat kedisiplinan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan pusat-pusat pelayanan (Asdir, 2006:54).

Agar pelayanan jasa terarahkan, perlu adanya evaluasi dapat diketahui standar keberhasilan yang telah dicapai serta membandingkan dengan perencanaan. Evaluasi program penilaian dimaksudkan untuk menilai atau memonitor terhadap perkembangan dan kecukupan pelayanan kepada konsumen sehingga dapat diketahui sejauh mana program kegiatan dapat tercapai (Yeremias, 2006:77) .

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima (Lewiss & Boom, 2005). Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*preceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya dinyatakan kualitas pelayanan buruk.

Pengaruh Menu terhadap Kepuasan Konsumen

Kinton dan Caserani (dikutip oleh Sudiara, 2000:1) menyebutkan bahwa: "*Menu or a bill of fare is a list of prepared and presentation should attract customer and represent value for money*" (menu adalah sebuah daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan). Hal senada dinyatakan oleh Endar Sugiarto dan Sulartiningrum (2001: 106) "Menu adalah daftar makanan yang telah dipersiapkan yang tersedia di dalam restoran tersebut"

Jadi menu adalah sebuah susunan daftar makanan yang telah tersedia dan siap untuk dihidangkan mulai dari *appetizer* (makanan pembuka) sampai *dessert* (makanan penutup). Variasi produk (menu) pada *café and resto* dapat dilihat dari beragamnya pilihan menu makanan dan minuman yang disajikan, sesuai dengan karakteristik konsumen atau pelanggannya.

Maka, salah satu unsur kunci dalam persaingan bisnis kuliner, termasuk *café and resto* adalah ragam menu yang disediakan kepada konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman menu yang dijual, karena dengan adanya penawaran pelayanan atas macam-macam menu minuman dan makanan, mulai dari rasa, jenis makanan dan minuman, dan ketersediaan produk setiap saat, hal tersebut akan dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan suatu pembelian dan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam menu sesuai dengan keinginan mereka.

METODE PENELITIAN

Sumber data penelitian ini menggunakan data prime. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Data primer yang di dapatkan dari penelitian ini dilakukan secara langsung melalui survei dengan membagikan kusioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk memungkinkan peneliti mengumpulkan data dan pendapat dari para responden yang sudah terpilih mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan menu terhadap kepuasan konsumen. Teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap perilaku, keyakinan dan karakteristik beberapa orang. Daftar pertanyaan (kuesioner) adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk tujuan khusus yang memungkinkan seorang analisis sistem untuk mengumpulkan data, pendapat dan responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dan analisis (dapat dilihat pada lampiran) dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh hasil analisis regresi linier berganda.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.012	1.002		1.010	.317		
	KP	.375	.085	.486	4.414	<,001	.409	2.446
	KM	.443	.109	.445	4.048	<,001	.409	2.446

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan perhitungan SPSS Stantistik 25 maka dapat hasil sebagai berikut :

A = 1,012

B1 = 0,375

B2 = 0,443

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui hasil dari analisis regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,012 + 0,375X1 + 0,615X2$$

Model persamaan regresi berganda tersebut bermakna

Nilai analisis regresi linier berganda yang masih berbentuk angka dapat dijelaskan dalam bahasa yang mudah dipahami sebagai mana berikut ini :

1. Nilai konstanta sebesar **1,012** berarti jika variabel kepuasan Pelanggan (X1) dan Kepuasan Menu (X2) dalam keadaan konstan atau tidak mengalami perubahan sama dengan nol, maka Kepuasan Konsumen (Y) bernilai **1,012**
2. Nilai koefisien regresi = **0,375** menunjukkan apabila Kepuasan Pelanggan (X1) ditingkatkan menjadi **0,375** maka akan Kepuasan Pelanggan(Y) Café Tenank Medan sebesar **0,375**
3. Nilai koefisien regresi X2 = **0,443** menunjukkan apabila Kepuasan Menu (X2) ditingkatkan menjadi **0,443** maka akan mengakibatkan meningkatnya Kepuasan Kosumen (Y) sebesar **0,443**

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.876 ^a	.767	.757	.796	.767	77.486	2	47	<,001

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Menu (X2), Kepuasan Pelanggan (X1)

Berdasarkan gambar yang diperoleh diatas angka Adjusted R Square sebesar 0,757 atau 75,7% hal ini menunjukkan bahwa Pengaruh kualitas pelayanan dan menu terhadap kepuasan konsumen berpengaruh sebesar 75,7% terhadap kepuasan pelanggan café tenank medan sedangkan sisanya 24,3% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain diluar penelitian.

Uji Statistik F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	98.214	2	49.107	77.486	<,001 ^b
	Residual	29.786	47	.634		
	Total	128.000	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Menu (X2), Kepuasan Pelanggan(X1)

Dari Output ANOVA diatas test terlihat bahwa nilai Fhitung 77,486 > 3,20Ftabel dengan tingkat signifikan 0,001 karena probabilitas signifikannya jauh lebih besar dari 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan secara bersama-sama kualitas pelayanan dan menu terhadap kepuasan konsumen Café Tenank Medan

Hasil Uji T

Untuk uji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji-t (uji student) atau uji parsial. Berikut ini adalah uji t:

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.012	1.002		1.010	.317		
	KP	.375	.085	.486	4.414	<,001	.409	2.446
	KM	.443	.109	.445	4.048	<,001	.409	2.446

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji t dapat diketahui dengan melihat output yang diolah oleh program SPSS Statistik 25 maka hasil Coefficients pada uji t diatas dengan membandingkan Thitung dengan Ttabel sebesar **2,01174** yang diperoleh dari T table dengan df = n-k yang jika dimasukkan angka kedalam rumus tersebut $50 - 3 = 47$. Berikut pembahasan uji parsial antara kualitas pelayanan dan menu terhadap kepuasan konsumen Café Tenank Medan. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan Thitung 4.414 > Ttable (2,01174) dengan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Café Tenank Medan, Berdasarkan hasil uji t variabel Café Tenank Medan diperoleh Thitung 4,048 > Ttable (2,01174) dengan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Menu secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Kosumen pada Café Tenank Medan.

KESIMPULAN

1. Kepuasan Pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cefe Tenank Medan. Hal ini dapat terlihat berdasarkan hasil uji T, dimana pengaruh Kepuasan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar Thitung 4.414 > Ttable (2,01174) dengan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Kepuasan Menu secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cefe Tenank Medan. Hal ini dapat terlihat berdasarkan hasil uji T, dimana pengaruh Kepuasan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar Thitung 4,048 > Ttable (2,01174) dengan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
3. Kepuasan Pelayanan dan Kepuasan Menu pada Café Tenank Medan berpengaruh secara signifikan dan bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Tenank Medan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil uji F, dimana diketahui dari uji simultan (Uji f) didapat nilai Fhitung

sebesar $77,486 > 3,20F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 0,001 karena probabilitas signifikannya jauh lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, A., Mirwan, & Hafid, M. (2022, Agustus). *Strategi Manajemen Promosi Café and Art Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*. Jurnal al-Idārah, Vol.3 No.2, 123-132.
- Juliansyah, E. (2017, Agustus). *Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi*. Jurnal Ekonomak, Vol.3 No.2.
- Julianto, B., & Carnarez, T. Y. (2021, Juli 8). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Organisasi Professional: Kepemimpinan, Komunikasi Efektif, Kinerja, Dan Efektivitas Organisasi (Suatu Kajian Studi Literature Review Ilmu Manajemen Terapan)*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2(5), 676-691.
- Ridwan, M., & Mus' id. (2019). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Organisasi Sektor Publik (Studi Empiris Pada Dinas-Dinas Di Kota Jambi)*. Jurnal Riset Akuntansi Terpadu, Vol.12 No.2, 222-241.
- Sukarno, G., & Nirawati, L. (2016, November). *Kontribusi Human Capital Dan Customer Capital Dalam Menggapai Kinerja Café dan Resto Di Surabaya*. Jurnal Ilmu Sosial, Vol.15 No.2, 137-149.
- Wiratnadi, P., Meitriana, M. A., & Indrayani, L. (2019). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Organisasi Irlaba (Studi Pada Organisasi Kakak Asuh Bali)*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Volume 11 No. 2.
- Mela Julia & Alifah Jiddal Masyurroh. (2022). *Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, Volume 3 No.4
- Imam Qori. (2020). *Analisis Implementasi Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren*. Jurnal Management and Business Review, Volume 3 No.2
- Sinollah, & Masruro. (2019). *Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen)*. Jurnal Dialektika, 4(1), 45–64.
- Martina Theresia Silalahi. (2010). *Studi Kasus pada Konsumen Rinjani Travel Agen Pusat Yogyakarta*. Skripsi.
- Suryoko, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Diponegoro Journal Of Social And Political Science, 1(1), 1–8.
- Hasibuan, A, Zulfendri, Aulia, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pasien program Badan Penyelenggara Jaminan*. Jurnal Kesmas Jambi (JKMJ), 3(1), 24–30.