

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Warteg Kharisma Bahari Cicadas Gunung Putri

Ronatama Ferditya¹, Yudi Wibowo²

^{1,2}Universitas Teknologi Digital

Jl. Buah Batu No.26 Bandung

ronatamaferditya11211439@digitechuniversity.ac.id¹,

yudiwibowo@digitechuniversity.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction. The method used is descriptive quantitative method. The data collection instrument used a questionnaire. The independent variables are service quality and price, while customer satisfaction is the dependent variable. All statements are valid, reliable, and normal. The effect of service quality and price on customer satisfaction, based on the tests carried out, the results of this study indicate that the reliability value can be seen that the service quality variable (X1) is 0.939, the price variable (X2) is 0.912. Service quality (X1) and price (X2) have a very strong relationship with customer satisfaction, it can be seen from the R Square value of 0.849, which shows that the independent variable consisting of service quality and price can be explained by customer satisfaction 84.9% is able to explain the independent variable, namely customer satisfaction (Y) while the remaining 15.1% is influenced by other variables not examined in this study. Service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction at Warteg Kharisma Bahari Cicadas Gunung Putri.

Keywords: service, facilities, customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Adapun metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Pada variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga, sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Semua pernyataan valid, reliabel, dan normal. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan dengan nilai reliabilitas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) 0,939, variabel harga (X2) 0,912. Kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari nilai R Square 0,849, yang menunjukkan variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan harga dapat dijelaskan dengan kepuasan pelanggan 84,9% mampu menjelaskan variabel independen yaitu kepuasan pelanggan (Y) sedangkan sisanya 15,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warteg Kharisma Bahari, Cicadas Gunung Putri.

Kata kunci: Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Di zaman era globalisasi dan perdagangan bebas ini, ditambah dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, serta teknologi dan informasi yang dapat memudahkan segala macam aktivitas masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesatnya sehingga gerak arus transaksi barang dan jasa mengalami pergerakan luas. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Pada dasarnya pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi konsumen dan juga meningkatkan kepuasan konsumen agar menjaga kelangsungan bisnis dan loyalitas konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Pada dasarnya pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi konsumen dan juga meningkatkan kepuasan konsumen agar menjaga kelangsungan bisnis dan loyalitas konsumen. Selain daripada itu fasilitas yang disediakan oleh perusahaan juga memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Dengan fasilitas yang baik dan lengkap dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Warteg Kharisma Bahari (WKB) memiliki pelayanan yang sangat memuaskan, dengan adanya kepuasan itu maka konsumen akan berkunjung setiap hari dengan didukung fasilitas seperti televisi, hidangan yang lengkap dan harga yang terjangkau. Meskipun Warteg Kharisma Bahari adalah warung makan yang relatif sederhana, ada beberapa fasilitas yang dapat membedakannya dari industri sejenis, antara lain ruang makan yang nyaman bagi para pelanggan, menjaga standar kebersihan, menggunakan sistem prasmanan serta perhatian pada penyajian yang estetika yang menarik bagi pelanggan.

TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Kualitas menjadi salah satu faktor indikator penting bagi perusahaan agar dapat bersaing dengan kompetitor dalam industri bisnis. Menurut Bahrani (2022, hal. 25) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Ananda (2019, hal. 21) menjelaskan kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen sebagai hasil dari kinerja pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Fasilitas

Menurut Tjiptono dalam Alfisyahri, Fadli dan Sihombing (2023, hal. 28) menjelaskan fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Wi-Ad'ha (2020, hal. 12) menjelaskan

bahwa fasilitas merupakan hal yang sangat penting sebelum perusahaan menawarkan jasa, perusahaan terlebih dahulu harus menyediakan fasilitas yang mendukung jasa yang ditawarkan. Terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik Nirwana dalam Rhosyada (2021, hal. 7) antara lain: 1) Desain fasilitas; 2) nilai; 3) estetika; 4) kondisi yang mendukung 5) peralatan penunjang; 6) seragam pegawai; 7) laporan-laporan; 8) garansi.

Kepuasan Konsumen

Memuaskan konsumen menjadi keharusan dan keinginan setiap pengusaha. Selain menjadi faktor penting untuk kelangsungan hidup perusahaan, kepuasan konsumen juga menjadi perbedaan keunggulan dengan para kompetitor. Menurut Wi-Ad'ha (2020, hal. 14) menjelaskan kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul baik perasaan puas maupun tidak puas setelah mendapatkan suatu produk yang diharapkan.

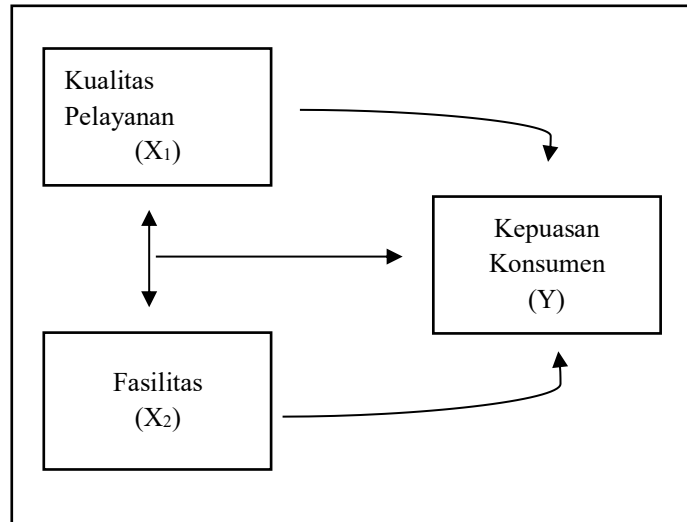
Menurut Ananda (2019, hal. 22) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Terdapat pula dalam kepuasan konsumen beberapa indikator yang mengukur kepuasan konsumen seperti yang dijelaskan oleh Indrasari (2019, hal. 92) antara lain: 1) kesesuaian harapan; 2) minat berkunjung kembali; 3) kesediaan merekomendasikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisa deskriptif. Menurut Sugiyono (2022, hal. 16-17) menjelaskan bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berikut ini tabel rumusan penelitian beserta hipotesis.

Tabel 1. Kerangka Teori Antar Variabel



Berdasarkan kerangka teori di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis penelitian secara parsial
 - a. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen.
2. Hipotesis penelitian secara simultan
Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Data merupakan unsur yang sangat penting dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 2 jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2018, hal. 456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, Menurut Sugiyono, (2022, hal. 194) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Teknik Pengumpulan Data menggunakan kuesioner dan observasi. Dengan subjek penelitian ini adalah pelanggan yang membeli makanan di Warteg Kharisma Bahari, Cicadas, Gunung putri. Objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan, fasilitas serta kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini pelanggan yang pernah berkunjung dan pernah membeli makanan di Warteg Kharisma Bahari, Cicadas, Gunung putri. Pengujian instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Sedangkan untuk analisis data yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda, analisis uji t dan analisis uji f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

		Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.593**	.471*	.429	.206	.378	.644**
	Sig. (2-tailed)		.007	.042	.067	.398	.111	.003
	N	19	19	19	19	19	19	19
X1_2	Pearson Correlation	.593**	1	.728**	.578**	.329	.550*	.819**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.010	.170	.015	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
X1_3	Pearson Correlation	.471*	.728**	1	.710**	.361	.680**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.042	.000		.001	.129	.001	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
X1_4	Pearson Correlation	.429	.578**	.710**	1	.299	.531*	.763**
	Sig. (2-tailed)	.067	.010	.001		.214	.019	.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
X1_5	Pearson Correlation	.206	.329	.361	.299	1	.483*	.631**
	Sig. (2-tailed)	.398	.170	.129	.214		.036	.004
	N	19	19	19	19	19	19	19
X1_6	Pearson Correlation	.378	.550*	.680**	.531*	.483*	1	.805**
	Sig. (2-tailed)	.111	.015	.001	.019	.036		.000
	N	19	19	19	19	19	19	19
X1	Pearson Correlation	.644**	.819**	.873**	.763**	.631**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.004	.000	
	N	19	19	19	19	19	19	19

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel 2 di atas dapat terlihat bahwa perhitungan Sig. pada kualitas pelayanan adalah di bawah 0,05 yang menyatakan data pada kuesioner valid sehingga kuesioner dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Fasilitas

		Correlations				
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.669**	.835**	.492*	.876**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.032	.000
	N	19	19	19	19	19
X2_2	Pearson Correlation	.669**	1	.804**	.492*	.857**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.032	.000
	N	19	19	19	19	19
X2_3	Pearson Correlation	.835**	.804**	1	.732**	.973**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	19	19	19	19	19
X2_4	Pearson Correlation	.492*	.492*	.732**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.032	.032	.000		.000
	N	19	19	19	19	19
X2	Pearson Correlation	.876**	.857**	.973**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	19	19	19	19	19
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel 3 di atas terlihat bahwa kuesioner dinyatakan valid karena sig pada data tersebut di bawah 0,05 sehingga dapat dilanjutkan pada analisis selanjutnya.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

		Correlations					
		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y
Y1_1	Pearson Correlation	1	.689**	.568*	.657**	.503*	.817**
	Sig. (2-tailed)		.001	.011	.002	.028	.000
	N	19	19	19	19	19	19
Y1_2	Pearson Correlation	.689**	1	.617**	.695**	.501*	.806**
	Sig. (2-tailed)	.001		.005	.001	.029	.000
	N	19	19	19	19	19	19
Y1_3	Pearson Correlation	.568*	.617**	1	.765**	.723**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.011	.005		.000	.000	.000
	N	19	19	19	19	19	19

Y1_4	Pearson Correlation	.657**	.695**	.765**	1	.586**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000		.008	.000
	N	19	19	19	19	19	19
Y1_5	Pearson Correlation	.503*	.501*	.723**	.586**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.028	.029	.000	.008		.000
	N	19	19	19	19	19	19
Y	Pearson Correlation	.817**	.806**	.887**	.879**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	19	19	19	19	19	19

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel 4 di atas memperlihatkan kuesioner pada variabel kepuasan konsumen valid karena *Sig* berada di bawah 0,05 sehingga dapat melanjutkan analisis pada variabel kepuasan konsumen.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil *Cronbach-Alpha* Untuk Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	6

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan dengan tabel di atas terlihat nilai *Cronbach-alpha* 0,842 dengan nilai >0,7 sehingga pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dapat dikatakan *reliability* atau layak menjadi dasar analisis.

Tabel 6. Hasil *Cronbach-Alpha* Untuk Fasilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	4

Sumber: Ouput SPSS

Berdasarkan dengan tabel di atas terlihat nilai *Cronbach-alpha* 0,892 dengan nilai >0,7 sehingga pertanyaan pada variabel fasilitas sehingga dapat dikatakan *reliability* atau layak menjadi dasar analisis.

Tabel 7. Cronbach-Alpha Untuk Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	5

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan dengan tabel diatas terlihat nilai *Cronbach-alpha* 0,880 dengan nilai >0,7 sehingga pertanyaan pada variabel Kepuasan Konsumen sehingga dapat dikatakan *reliability* atau layak menjadi dasar analisis.

Analisis Data Statistik

1. Regresi Berganda

Tabel 8. Regresi Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.997	1.019	
	X1	.454	.063	.473
	X2	.505	.076	.436

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Hasil dari koefisien regresi pengaruh kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y) tersebut, maka estimasi model persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = 0,997 + 0,454 X_1 + 0,505 X_2$$

2. Koefisien Determinasi

Tabel 9. Model Summary

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.729	.726	1.79739
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil dari perhitungan tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai korelasi (R) diperoleh sebesar = 0,854 sehingga hubungan atau tingkat asosiasi variabel bebas yaitu pelayanan dan fasilitas dengan variabel terkait yaitu kepuasan pelanggan adalah sedang.

Uji F

Tabel 10. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1323.423	2	661.711	204.825	.000 ^b
	Residual	491.055	152	3.231		
	Total	1814.477	154			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan dengan hasil pengolahan data di atas dapat dilihat bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , dan diperkuat dengan nilai signifikan sebesar 0,00 atau yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, artinya H_0 ditolak, H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji t

Tabel 11. Uji t (Simultan)

Model		t	Sig.
1	(constant)	,978	,329
	X ₁	7,211	,000
	X ₂	6,658	,000

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2023

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan tabel di atas dapat diinterpretasikan bahwa:

- a. kualitas pelayanan (X₁) mempunyai hubungan positif atau searah, sehingga bila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai T_{hitung} untuk variabel X₁ sebesar 7,211, hal ini juga dapat dibuktikan dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Harga (X₂) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai T_{hitung} untuk variabel X₂ sebesar 6,658, hal ini dibuktikan juga dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$), maka dapat

disimpulkan maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- c. Pengujian secara simultan dapat disimpulkan terbukti signifikan karena dengan nilai signifikan sebesar 0,00 atau yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, artinya H_0 ditolak, H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SARAN

Saran untuk Warteg Kharisma Bahari, Cicadas, Gunung putri untuk meningkatkan kembali kualitas pelayanan yang lebih baik dan fasilitas yang diberikan menjadi lebih lengkap dan tepat sasaran konsumen serta berfungsi dengan baik. Dan, untuk penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumber referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan fenomena warteg yang berada di Indonesia terlebih khusus daerah Gunung putri. Serta dapat menjadi bahan wawasan kita dalam meningkatkan ilmu pengetahuan terlebih khusus pada pelayanan, fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahri, F., Fadli, A. dan Sihombing, E.H. (2023). Relevansi Antara Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Produk Dengan Tarif (Biaya Tol) Sebagai Alternatif Pendukung Untuk Kepuasan Pengguna Jalan Tol. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Ananda, N. (2019). Pengaruh Harga, Fasilitas, dan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dua Coffe Fatmawati. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Bahrani. (2022). Kualitas Layanan Perguruan Tinggi: Komponen dan Metode. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Rhosyada, V.I. (2021). Pengaruh Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kenyamanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Banyuwangi. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wi-Ad'ha, K.Q. (2020). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Jakabaring Bowling Center. Politeknik Negeri Sriwijaya.