

Analisis Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantin Sutomo 2

Fredric Fredric, Lisa Lisa, Wili Chandra

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

²Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: ¹fredricbelieve2@gmail.com, ²lisazhang185@gmail.com, ³wilichandra@politeknikcendana.ac.id

Abstrak

Dalam industri makanan dan minuman, kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap kepuasan pelanggan di Kantin Sutomo 2. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain pelayanan yang tidak konsisten, kebersihan area yang kurang memadai, serta kualitas makanan yang kurang memenuhi harapan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kebersihan, kecepatan pelayanan, serta kualitas makanan, diharapkan kepuasan pelanggan dapat meningkat. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengelola kantin dalam mengembangkan strategi peningkatan layanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Loyalitas Pelanggan; Kepuasan Pelanggan; Kantin Sekolah

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek yang sangat penting menentukan keberhasilan suatu usaha, termasuk dalam industri makanan dan minuman. Kantin merupakan salah satu unit pelayanan makanan yang banyak dijumpai di berbagai institusi, termasuk lingkungan pendidikan seperti sekolah. Kantin berperan penting dalam menyediakan makanan dan minuman bagi siswa dan staff. Oleh karena itu, kualitas pelayanan di kantin dapat berdampak signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumennya.

Kantin Sutomo 2, sebagai salah satu kantin yang beroperasi di lingkungan sekolah Sutomo 2, dihadapkan pada tantangan untuk memenuhi harapan dan ekspektasi konsumennya. Penilaian terhadap kualitas pelayanan di kantin ini menjadi krusial karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan pada akhirnya berhimpas pada kepuasan siswa. Kepuasan pelanggan adalah hasil dari pengalaman mereka yang meliputi berbagai aspek seperti kecepatan pelayanan, kebersihan, kualitas makanan, dan sikap pelayanan staf. Kualitas sebuah lembaga pendidikan umum pada awalnya akan dinilai baik jika layanan yang diberikan oleh seluruh bagian yang bersangkutan dilakukan dengan cepat, akurat, dan terstruktur dengan baik. Tenaga administrasi perlu mempunyai keahlian agar sistem pembelajaran di kampus dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan.

Menurut Oliver dalam Tjiptono, (2022) "Kualitas pelayanan merupakan anteseden bagi kepuasan pelanggan, terlepas dari apakah kedua konsep itu diukur pada pengalaman spesifik maupun sepanjang waktu. Menurut Sheth & Mittal dalam Tjiptono, (2022) "Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang dan konsisten." Menurut (Tjiptono,2022;115) "Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli gerai atau ritel atau pola perilaku berbelanja dan perilaku pembeli, serta pasar secara keseluruhan".

2. TINJAUAN TEORITIS

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu (x1) Kualitas Pelayanan, variabel (x2) Loyalitas pelanggan dan variabel (y). pada penelitian Oliver dalam Tjiptono (2022) Kualitas pelayanan merupakan anteseden bagi kepuasan pelanggan, terlepas dari apakah kedua konsep itu diukur pada pengalaman spesifik maupun sepanjang waktu. Penelitian Manegal (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Mulyapradana et al, (2020) kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik. Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan. Menurut (Tjipto dan candra, 2019) indikator kualitas pelayanan adalah 1.Keandalan (reliability), 2. Daya tanggap (Responsiveness), 3.Jaminan (assurance), 4.Empati

(emphaty), 5. Bukti fisik (tangible). Penelitian Sheth & Mittal dalam Tjiptono, (2022) “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang dan konsisten.” Penelitian Kotler dan Keller (dalam Zusrony, 2021: 95) Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Pengertian tersebut diperkuat oleh Tjiptono (dalam Pramudita dkk., 2022: 427) loyalitas pelanggan artinya kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek, serta pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif pada pembelian jangka panjang. Penelitian (Tjiptono, 2022; 115) “Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli gerai atau ritel atau pola perilaku berbelanja dan perilaku pembeli, serta pasar secara keseluruhan”. Penelitian (Tjiptono, 2022; 115) “Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli yang merasa dihargai setara atau tidak setara dengan pengorbanan yang telah dilakukannya.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019: 16) Penelitian kuantitatif adalah suatu proses investigasi sistematis yang bertujuan untuk mengetahui fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dan dianalisis menggunakan statistik. Menurut (Sugiyono, 2019: 16) mengemukakan bahwa rumusan masalah asosiatif adalah pernyataan yang jelas dan sistematis tentang apa yang ingin diinvestigasi. Biasanya berbentuk kalimat tanya atau pernyataan yang mengandung pertanyaan, serta tujuan utama rumusan masalah asosiatif menurut Aldesg, 2019 adalah untuk memberikan alur pemikiran awal bagi peneliti untuk membentuk kerangka berpikir yang jelas dan sistematis.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018: 117) Populasi adalah wilayah generalisasi (suatu kelompok) yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Sugiyono 2019 : 128) teknik sampling dibagi menjadi dua yaitu 1. Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. a. Simple random Sampling Dikaitkan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starta yang ada dalam populasi itu b. Proportionate Stratified Random Sampling Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. c. Disproportionate Stratified Random Sampling Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional. d. Cluster Sampling (Area Sampling) Teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas. 2. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang / kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. a. Sampling Sistematis Sampling sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut. b. Sampling Kuota Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. c. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data d. Sampling Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. e. Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel. f. Snowball Sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan sampling Insidental.

3.3 Karakteristik Responden

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 orang, yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	28	58%
2	Laki-laki	22	42%
	Total	50	100%

3.4 Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Kolmogrov-Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal, jika signifikansi > 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,001 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji Linieritas digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear yang signifikan kurang dari 0,05.

3. Uji Kolerasi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan korelasi Pearson Product Moment (PPM), Menurut Arikunto (dalam Haudi,2021:50) Korelasi Product Moment berguna untuk menentukan keeratan hubungan antara dua variabel. Dari hasil uji korelasi dapat diketahui nilai korelasi pearson antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,242 Tanpa bintang berjumlah dua artinya tidak korelasi signifikansi sedangkan pada level 0,01 dengan uji 2 sisi. Sedangkan keeratan hubungannya termasuk rendah karena nilai lebih dari 0,242.

4. Linear Berganda

Regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), analisis ini dilakukan untuk mengukur arah dan besarnya pengaruh tersebut, serta sering digunakan dalam penelitian sosial dan ekonomi.

Tabel 2. Uji Linear Berganda

Koefisien	
Model	
(Constant)	5,708
Kualitas Pelayanan	0,049
Loyalitas	0,82

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai a) sebesar 5,708 dan untuk kualitas pelayanan (x1) sebesar 0,049 sementara Loyalitas pelanggan (x2) sebesar 0,820. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,706 + 0,049X1 + 0,820x2$$

- Koefisien x1 sebesar 0,049 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel x1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 1% maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,049 (4,9%) atau sebaliknya setiap terjadinya penurunan variabel x1 sebesar 1% maka kepuasan pelanggan menurun sebesar 0,049 (4,9%).
- Koefisien x2 sebesar 0,820 berarti setiap terjadi peningkatan variabel x2 (loyalitas) sebesar 1% maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,820 (82%) atau sebaliknya setiap terjadinya penurunan variabel x2 sebesar 1% maka kepuasan pelanggan menurun sebesar 0,820 (82%)

5. Uji Hipotesis (Z)

Menurut Setiawan et al (2017:70) uji Z digunakan untuk pengujian hipotesis satu rata-rata dengan sampel besar (n > 30). Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji hipotesis dengan formula uji Z two tailed mengingat jumlah sampel penelitian > 30 responden.

$$Zhitung = \frac{r}{\frac{1}{\sqrt{n-1}}}$$

$$Zhitung = \frac{0,242}{\frac{1}{\sqrt{50-1}}}$$

$$Zhitung = \frac{0,242}{\frac{1}{\sqrt{49}}}$$

$$Zhitung = \frac{0,242}{\frac{1}{7}}$$

$$Zhitung = 0,242 * 7$$

$$Zhitung = 1,694$$

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa nilai Zhitung sebesar 1,694 lebih kecil daripada Ztabel 1,96 (1,694 < 1,96). Ini menunjukkan bahwa Ha tidak diterima yang berarti kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kantin Sutomo2 Medan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan

4.1 Pengaruh kualitas terhadap Kualitas pelayanan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dari Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Kantin Sutomo 2. Pelayanan yang baik, termasuk kecepatan, keramahan, dan ketepatan pesanan, berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa dilayani dengan baik cenderung lebih puas dan loyal terhadap kantin.

4.2 Pengaruh Loyalitas terhadap Kepuasan Pealanggan

Pengaruh Loyalitas terhadap Kepuasan Pelanggan dari hasil Analisis juga mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang loyal biasanya memiliki pengalaman positif sebelumnya, sehingga mereka lebih cenderung merasa puas dengan layanan yang diberikan. Loyalitas ini mencerminkan kepercayaan dan hubungan yang baik antara pelanggan dan penyedia layanan.

4.3 Pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas Kepuasan Pelanggan

Ketika kualitas pelayanan dan loyalitas dianalisis secara bersamaan, keduanya menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, baik kualitas pelayanan maupun loyalitas harus diperhatikan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan, bahwa terdapat pengaruh positif signifikan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Kantin Sutomo 2. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelanggan dan loyalitas pelanggan maka kepuasan pelanggan makin tinggi. Terdapat pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kantin Sutomo 2. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelanggan dan loyalitas pelanggan maka kepuasan pelanggan makin tinggi.

REFERENCES

- [1] Al Idrus, Salim, (2019). Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Malang.
- [2] H. & R. (2020), "Bab III Metode Penelitian," Suparyanto dan Rosad (2019), vol. 5, no. 3.
- [3] M. Purba, A. P. Nasution, and A. Harahap, (2023), "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi,".
- [4] M. Sugiyono, (2019) "Pengaruh penerapan Mind Mapping Terhadap Hasil Belajar Siswa kelas IV sd,".
- [5] R. Ramdani, (2019) "Kualitas produk dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada produk cabang Bandung Indah Plaza (BIP).
- [6] Setiawan, Santi, M. Sienly Veronica, Christine Dwi Karya Susilawati, Nur dan Kartika Imasari Tjiptodjojo, 2020. Statistika II. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- [7] Silaen, Sofar, (2018). Metode penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis. Jakarta.
- [8] Sugiyono, 2019. Metode penelitian pendidikan. Bandung.
- [9] Oliver & Tjiptono, (2022) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Bandung.
- [10] Manegal, (2021) Manajemen kualitas pelayanan produk. Banten.
- [11] Mulyapradana et al, 2020 Manajemen kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen. Jakarta.
- [12] Sheth & Mittal, (2022) Kualitas produk dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen toko. Yogyakarta.
- [13] Tjipto & Candra, (2019) Menjaga kualitas produk dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen. Jakarta.
- [14] Pramudita dkk, (2022) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen. Bandung.
- [15] Zusrony (2021) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan Customer Swalayan, Jakarta.