Kepuasan Pelanggan di Kedai Torang Galaxy Bekasi

Hamad Hazmi^{1✉}, Arif Hidayat², Rina Ekawati³

^{1,2,3} *Fakultas Pariwisata dan Bahasa, Universitas Pertiwi, Bekasi, Indonesia*

Abstrak

Dibuatnya penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan? dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kedai Torang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran (*mix method*). Dengan subjek penelitiannya pelanggan di Kedai Torang. Pengumpulan data didapat melalui kuesioner untuk pelanggan dan wawancara mendalam kepada pemilik dari Kedai Torang. Data yang didapat studi kepustakaan dan dokumentasi dari foto-foto yang diambil oleh penulis. Hasil penelitian dari indikator *tangible* (kongkret) nilai rata-rata pelanggan setuju dalam aspek fasilitas hingga karyawan, *reliability* (harapan) nilai rata-rata pelanggan setuju dalam aspek ketepatan waktu dan keramahan karyawan, *responsiveness* (ketanggapan) nilai rata-rata pelanggan setuju dalam aspek layanan yang responsive, *assurance* (jaminan). Kesimpulan penelitian adalah tentang aspek-aspek tertentu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, telah memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana pelanggan menilai berbagai aspek pelayanan. Rata-rata skor yang diperoleh dari masing-masing indikator mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan pelayanan dan kualitas yang diberikan oleh Kedai Torang,

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Metode Campuran, Dimensi Servqual

Abstract

This research aims to understand how factors can affect customer satisfaction and find out what factors can affect customer satisfaction at Kedai Torang. The method used in this research is mixed method. With the research subject being customers at Kedai Torang. Data collection is obtained through questionnaires for customers and in-depth interviews with the owner of Kedai Torang. Data obtained from literature studies and documentation from photographs taken by the author. The results of research from tangible indicators (concrete) the average value of customers agrees in the aspect of facilities to employees, reliability (hope) the average value of customers agrees in the aspect of timeliness and friendliness of employees, responsiveness (responsiveness) the average value of customers agrees in the aspect of responsive service, assurance (guarantee). The conclusion of the study is about certain aspects that affect customer satisfaction. which consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, has provided deep insight into how customers assess various aspects of service. The average score obtained from each indicator indicates that most respondents are satisfied with the service and quality provided by Kedai Torang.

Keywords: Customer Satisfaction, Mixed Method, Servqual Dimensions

Copyright (c) 2024 Hamad Hazmi

✉ Corresponding author : 23330009@pertiwi.ac.id

Email Address : 23330009@pertiwi.ac.id; arif.hidayat@pertiwi.ac.id; rina.ekawati@pertiwi.ac.id

PENDAHULUAN

Industri kuliner telah lama menjadi salah satu sektor yang menarik perhatian masyarakat Indonesia. Daya tarik ini tidak hanya disebabkan oleh keuntungan ekonomi yang bisa diperoleh, tetapi juga oleh kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia sebagai negara agraris. Dengan wilayah yang subur, berbagai hasil pertanian seperti nasi, kentang, sagu, dan singkong melimpah dan dapat diolah menjadi berbagai macam makanan yang menjadi dasar dari banyak bisnis kuliner di Indonesia. Kondisi ini telah memfasilitasi pertumbuhan pesat dalam industri kuliner, menjadikannya salah satu sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia.

Namun, kemajuan pesat ini tidak lepas dari tantangan. Pada tahun 2020, pandemi Covid-19 melanda dunia, termasuk Indonesia. Sektor kuliner adalah salah satu yang paling terdampak oleh pandemi ini. Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diterapkan oleh pemerintah sebagai upaya untuk menekan penyebaran virus Covid-19, mengharuskan penutupan tempat-tempat wisata, restoran, dan tempat berkumpul lainnya. Kebijakan ini menyebabkan penurunan drastis dalam aktivitas masyarakat di luar rumah, yang secara langsung berdampak pada pendapatan para pelaku usaha kuliner. Banyak bisnis yang terpaksa tutup sementara atau bahkan permanen karena tidak mampu bertahan di tengah tekanan ekonomi yang begitu besar.

Menyadari dampak serius dari pandemi ini, pemerintah, khususnya melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, bergerak cepat untuk mengeluarkan langkah-langkah adaptasi. Salah satu langkah tersebut adalah penerbitan Peraturan Nomor 13 Tahun 2020 tentang Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability (CHSE). Peraturan ini dibuat sebagai panduan bagi para pelaku bisnis kuliner untuk memastikan bahwa mereka dapat terus beroperasi dengan memenuhi standar kesehatan dan kebersihan yang ketat. Melalui penerapan protokol kesehatan yang ketat, seperti menjaga kebersihan produk dan lingkungan usaha, pemerintah berharap dapat memulihkan kepercayaan masyarakat terhadap industri kuliner yang sempat tergerus akibat pandemi.

Setelah pandemi Covid-19 mulai mereda, yang ditandai dengan dikeluarkannya Instruksi Mendagri Nomor 50 dan 51 Tahun 2022, pembatasan kerumunan dan pergerakan masyarakat secara bertahap dihapuskan. Hal ini memberikan angin segar bagi sektor kuliner yang perlahan-lahan mulai bangkit kembali. Indikasi kebangkitan ini terlihat dari data yang dirilis oleh Kementerian Perindustrian, yang mencatat peningkatan jumlah usaha kuliner sebesar 3,86 persen sepanjang tahun 2022, naik dari 2,95 persen pada tahun 2021. Meskipun demikian, pemulihan ini juga menghadirkan tantangan baru, yaitu meningkatnya persaingan di antara para pelaku bisnis kuliner. Untuk dapat bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif, kreativitas dan inovasi menjadi kunci utama untuk menarik kembali pelanggan.

Selain itu, pandemi juga memicu perubahan besar dalam perilaku konsumen. Peningkatan penggunaan teknologi, serta perubahan budaya dan ekonomi, mendorong masyarakat untuk lebih memilih berbelanja secara online. Sistem pembayaran non-tunai atau cashless juga semakin populer karena dianggap lebih aman dan efisien, terutama sebagai respons terhadap kekhawatiran penyebaran virus melalui uang tunai. Di sisi lain, dampak finansial dari pandemi membuat masyarakat

lebih berhati-hati dalam pengeluaran, dengan memprioritaskan kebutuhan dasar seperti makanan, kesehatan, dan tabungan, sambil mengurangi pembelian barang-barang sekunder. Namun, bagi sebagian orang, makan tetap menjadi bagian dari gaya hidup, bukan sekadar kebutuhan dasar, yang membuka peluang bagi bisnis kuliner untuk berinovasi dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

Perubahan ini memaksa para pelaku bisnis kuliner untuk beradaptasi dengan cepat. Mereka berlomba-lomba menciptakan produk kuliner yang unik dan berbeda, agar konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan tetap tertarik untuk berkunjung. Namun, tidak semua pelaku usaha mampu bertahan. Meskipun banyak yang berhasil, tidak sedikit yang harus menghadapi kegagalan atau bahkan kebangkrutan. Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan adalah mutu makanan, yang sangat erat kaitannya dengan konsistensi rasa. Ketika konsumen telah menyukai rasa makanan tertentu, perubahan kecil dalam kualitas dapat berdampak besar, mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan yang signifikan.

Kedai Torang didirikan pada Mei 2015 oleh Bapak Gilang dan Bapak Dimas dengan modal awal sekitar 8 juta rupiah dan hanya satu karyawan. Nama "Kedai Torang" diambil dari usulan orang tua Bapak Gilang yang awalnya mengusulkan nama "Kedai Singga Patorang," yang artinya mampir ke kedai kita. Kedai ini awalnya berlokasi di Pusat Jajanan Serba Ada (PUJASERA) di Pondok Kelapa, Jakarta Timur, namun pada September 2015, Kedai Torang pindah ke Ruko Grand Galaxy City, Bekasi Selatan, untuk memanfaatkan potensi pasar yang lebih besar. Langkah ini terbukti berhasil dengan peningkatan penjualan dan jumlah karyawan yang bertambah. Kedai Torang kini memiliki tiga lantai dengan berbagai fasilitas seperti tempat makan indoor dan outdoor, dapur, kasir, serta area istirahat karyawan di lantai ketiga. Struktur organisasi Kedai Torang sederhana, terdiri dari pemilik yang bertindak sebagai pimpinan, pelayan yang bertanggung jawab mengantar pesanan dan menjaga kebersihan, kasir yang menangani pembayaran, dan juru masak yang menyiapkan makanan dan minuman sesuai pesanan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah kunci penting dalam menjaga hubungan pelanggan dan mempengaruhi loyalitas mereka untuk membeli kembali produk atau jasa. Kotler dan Keller (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa yang muncul dari perbandingan antara harapan dan kinerja produk atau jasa. Menurut Cengiz, kepuasan pelanggan merupakan konsep abstrak yang bervariasi, meningkat ketika pelanggan merasa transaksi yang adil telah terjadi. Sangadji menambahkan bahwa kepuasan ini berasal dari perbandingan antara kinerja produk dan jasa yang nyata dengan harapan konsumen. Parasuraman dalam SR Sasongko (2021) mengidentifikasi lima dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: *Tangible* (penampilan fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Selain itu, Kotler dan Armstrong (2017) menambahkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan nilai pelanggan juga memainkan peran penting dalam kepuasan. Namun, kendala-kendala seperti kebersihan, konsistensi rasa, dan manajemen keuangan sering kali menghambat upaya dalam memberikan kepuasan pelanggan di bidang kuliner. Untuk mengatasi hal ini, langkah-langkah seperti memberikan produk berkualitas, pelayanan ramah, menyesuaikan harga, menawarkan garansi, dan memanfaatkan media sosial dapat diambil untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, indikator kepuasan pelanggan diukur berdasarkan lima dimensi dari Parasuraman, yakni *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

Inovasi dan kreativitas menjadi elemen penting dalam menjaga kesegaran menu yang ditawarkan. Restoran perlu secara berkala menyajikan menu baru untuk mencegah kebosanan konsumen. Namun, menu yang lezat saja tidak cukup. Pelayanan yang tidak memuaskan dapat membuat pelanggan enggan kembali, bahkan jika makanan yang disajikan sangat enak. Oleh karena itu, selain inovasi dalam menu, pelayanan juga harus menjadi fokus utama. Pelaku bisnis kuliner perlu memastikan bahwa pelayanan yang diberikan cepat, ramah, dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Kebersihan dan lokasi restoran juga memainkan peran krusial dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Restoran yang memiliki menu unik dan pelayanan prima, namun gagal dalam menjaga kebersihan atau berlokasi di tempat yang tidak nyaman, seperti dekat sungai yang kotor, dapat membuat pelanggan merasa tidak betah. Kebersihan lingkungan restoran dan kenyamanan lokasi sangat mempengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan, sehingga perlu diperhatikan dengan serius oleh para pelaku usaha.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, jelas bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri kuliner. Memahami faktor-faktor ini menjadi kunci bagi pelaku bisnis untuk menghindari kebangkrutan, yang pada gilirannya dapat berdampak pada perekonomian secara keseluruhan, termasuk peningkatan angka pengangguran. Oleh karena itu, penulis merasa penting untuk meneliti lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kedai Torang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pelaku bisnis kuliner di Indonesia, sehingga mereka dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan di masa depan.

METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran (mixed method), yang menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara berurutan. Pertama, data kuantitatif dikumpulkan dan dianalisis, kemudian diikuti dengan analisis data kualitatif untuk memperkuat hasil penelitian. Model sequential ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan fokus adalah pelanggan Kedai Torang, dengan sampel yang terdiri dari seluruh pelanggan dalam tiga hari penelitian, berjumlah 58 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup wawancara terstruktur, kuesioner, studi dokumentasi, dan studi pustaka. Wawancara terstruktur dilakukan untuk mendapatkan informasi yang spesifik dari responden, sedangkan kuesioner dengan skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi pelanggan terhadap layanan di Kedai Torang. Studi dokumentasi digunakan untuk meneliti dokumen-dokumen yang relevan, baik primer maupun sekunder, yang dapat mendukung analisis. Studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan topik penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di Kedai Torang yang berlokasi di Ruko Grand Galaxy City, Bekasi Selatan, Jawa Barat. Pengumpulan data dilakukan selama bulan Juli 2023 untuk mendapatkan gambaran yang akurat tentang kondisi dan kepuasan pelanggan selama periode tersebut. Lokasi Kedai Torang yang strategis dan fasilitas

yang ada diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap hasil penelitian yang akan dianalisis secara mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data responden yang diperoleh tahun 2023, karakteristik responden di Kedai Torang menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia antara 26 hingga 35 tahun (51,7%), diikuti oleh responden berusia 18 hingga 25 tahun (39,7%), sementara sisanya berusia di bawah 18 tahun dan di atas 46 tahun masing-masing sebesar 1,7%, serta 5,2% berusia antara 36 hingga 45 tahun. Dari segi jenis kelamin, sebagian besar responden adalah laki-laki (62,1%), sementara 37,9% lainnya adalah perempuan. Berdasarkan profesi, mayoritas responden (67,2%) bekerja dalam kategori "lain-lain," yang meliputi mahasiswa/i dan karyawan swasta, diikuti oleh wirausaha (22,4%), PNS (8,6%), dan TNI/POLRI (1,7%). Dari segi domisili, mayoritas responden berdomisili di Bekasi (63,8%), diikuti oleh Jakarta (27,6%), sementara responden yang berdomisili di Bogor dan Depok masing-masing berjumlah 3,4%, dan sisanya berdomisili di daerah lain (1,7%).

Hasil observasi di Kedai Torang menunjukkan bahwa suasana di kedua lantai memiliki nuansa yang berbeda, dengan lantai 1 menonjolkan tema artistik yang kental dan lantai 2 menawarkan suasana santai dengan balkon yang nyaman. Dokumentasi foto ini menegaskan konsep yang diusung oleh Kedai Torang dalam menciptakan suasana yang menarik bagi pengunjung.

Penelitian melalui kuesioner yang mencakup lima indikator kepuasan—Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy—menghasilkan skor rata-rata keseluruhan sebesar 3,12, yang termasuk dalam kategori "Setuju." Dari hasil ini, terlihat bahwa pelanggan umumnya merasa puas dengan layanan dan fasilitas yang diberikan, terutama dalam hal responsivitas staf dan jaminan kualitas kebersihan serta kesesuaian harga dengan kualitas makanan. Skor tertinggi terdapat pada indikator Assurance, dengan rata-rata 3,22, menunjukkan bahwa kebersihan dan nilai yang diberikan oleh Kedai Torang telah memenuhi ekspektasi pelanggan.

Hasil wawancara dengan pemilik Kedai Torang mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan diukur melalui repeat order dan frekuensi kunjungan kembali dalam jangka waktu yang singkat. Pemilik restoran berupaya memastikan kepuasan pelanggan dengan menerapkan SOP yang mencakup kebersihan, terutama toilet, serta menjaga konsistensi rasa makanan, meskipun itu merupakan tantangan. Kecepatan pelayanan juga menjadi prioritas untuk memenuhi harapan konsumen. Umpan balik dari pelanggan, terutama melalui Google Review, dianggap penting untuk perbaikan berkelanjutan. Keluhan tentang rasa makanan yang tidak konsisten ditangani dengan meminta maaf dan melakukan evaluasi untuk mencegah masalah serupa di masa depan. Selain itu, Kedai Torang memiliki program loyalitas berupa pemberian suvenir seperti stainless straw dan diskon khusus bagi pelanggan yang sering datang.

Dalam pengelolaan staf, Kedai Torang melibatkan seluruh karyawan dari buka hingga tutup, dengan rutin melakukan briefing untuk memastikan kesesuaian dengan SOP. Meskipun tidak ada pelatihan khusus, edukasi awal tentang SOP diberikan kepada karyawan baru. Ketika menghadapi pelanggan yang tidak puas, pemilik restoran selalu mendahulukan permintaan maaf dan memberikan kompensasi berupa menu gratis atau diskon. Langkah-langkah ini diambil untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memastikan kualitas pelayanan serta produk tetap konsisten.

Dalam analisis ini, penulis mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di Kedai Torang berdasarkan data dan informasi yang diperoleh.

1. Faktor Tangible

Variasi menu dan penataan makanan di Kedai Torang memainkan peran krusial dalam mencapai kepuasan pelanggan, seperti yang terukur dari nilai rata-rata 3,03 yang diberikan oleh responden. Angka ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung setuju bahwa variasi menu dan cara penyajian makanan berkontribusi pada pengalaman makan mereka di kedai tersebut.

Dalam konteks restoran, variasi menu merujuk pada ragam pilihan hidangan yang tersedia bagi pelanggan. Di Kedai Torang, pengelola berusaha menghadirkan berbagai macam pilihan menu untuk memenuhi selera yang berbeda-beda. Meskipun hal ini adalah strategi yang baik untuk menarik pelanggan dengan preferensi yang bervariasi, menjaga konsistensi dalam rasa menu yang berbeda merupakan tantangan tersendiri. Konsistensi rasa adalah aspek penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang menikmati suatu hidangan pada kunjungan sebelumnya akan mengharapkan pengalaman yang sama pada kunjungan berikutnya. Upaya pengelola untuk terus menghadirkan variasi menu harus diimbangi dengan kontrol kualitas yang ketat untuk memastikan bahwa setiap hidangan yang disajikan memenuhi standar yang diharapkan oleh pelanggan.

Penataan makanan tidak hanya berkaitan dengan estetika tetapi juga berpengaruh pada persepsi kualitas dan pengalaman bersantap secara keseluruhan. Penataan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual makanan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Di Kedai Torang, perhatian terhadap cara penyajian makanan mencerminkan komitmen terhadap detail dan kualitas, yang penting untuk menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan.

Pengelola Kedai Torang mengakui bahwa menjaga konsistensi rasa adalah salah satu tantangan terbesar dalam industri restoran. Untuk mengatasi masalah ini, mereka telah menerapkan berbagai strategi, termasuk pembuatan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang rinci mengenai resep dan metode memasak. Meskipun demikian, ada pengakuan bahwa meskipun SOP sudah ada, beberapa fluktuasi dalam kualitas rasa masih dapat terjadi. Ini menunjukkan pentingnya proses evaluasi dan penyesuaian yang terus-menerus untuk mempertahankan kualitas hidangan.

Secara keseluruhan, meskipun nilai rata-rata 3,03 menunjukkan bahwa pelanggan menghargai variasi menu dan penataan makanan, upaya yang dilakukan oleh pengelola untuk terus memperbaiki dan menjaga konsistensi tetap menjadi kunci dalam memelihara kepuasan pelanggan dan mendorong kunjungan ulang.

2. Faktor Reliability

Mayoritas responden merasa puas dengan pengalaman mereka di Kedai Torang, dengan nilai rata-rata 3,08 yang menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi dari pelanggan terkait cita rasa makanan dan minuman. Angka ini mencerminkan bahwa ekspektasi mayoritas pengunjung terhadap kualitas makanan dan minuman di kedai tersebut terpenuhi.

Cita rasa adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan di restoran. Hal ini mencakup rasa, aroma, dan keseluruhan

pengalaman sensorik saat menikmati hidangan. Di Kedai Torang, cita rasa makanan dan minuman dianggap memenuhi ekspektasi pelanggan, yang tercermin dari hasil survei. Pelanggan yang mendapatkan pengalaman kuliner yang memuaskan cenderung lebih mungkin untuk kembali dan merekomendasikan restoran kepada orang lain.

Pemilik Kedai Torang telah mengimplementasikan SOP (Standar Operasional Prosedur) untuk menjaga konsistensi rasa makanan. SOP ini mencakup rincian resep, metode memasak, dan prosedur penyajian yang dirancang untuk memastikan bahwa setiap hidangan yang disajikan kepada pelanggan memenuhi standar kualitas yang sama. Dengan adanya SOP ini, pengelola bertujuan untuk mengurangi variabilitas dalam kualitas makanan, sehingga setiap kunjungan pelanggan menawarkan pengalaman yang serupa.

Penerapan SOP terlihat efektif dalam mendukung kepuasan pelanggan. Ketika prosedur operasional diikuti dengan ketat, hasil yang diharapkan dapat dicapai dengan konsistensi yang lebih baik. Hal ini penting karena konsistensi dalam cita rasa makanan adalah kunci untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, pelanggan yang merasa puas dengan cita rasa makanan dan minuman akan merasa lebih percaya diri untuk melakukan kunjungan ulang dan mungkin juga merekomendasikan Kedai Torang kepada teman dan keluarga. Meskipun hasil survei menunjukkan kepuasan yang tinggi, pemilik Kedai Torang juga menyadari adanya tantangan dalam menjaga konsistensi cita rasa. Penerapan SOP adalah langkah awal yang penting, namun masih diperlukan evaluasi dan penyesuaian berkelanjutan untuk memastikan bahwa semua aspek operasional tetap memenuhi standar yang diinginkan. Feedback dari pelanggan dan proses internal yang efektif untuk menangani keluhan atau saran juga berperan dalam proses perbaikan ini.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata 3,08 mencerminkan keberhasilan Kedai Torang dalam memenuhi ekspektasi pelanggan terkait cita rasa makanan dan minuman. Upaya pemilik untuk menjaga kualitas melalui penerapan SOP mendukung hasil ini, meskipun tetap penting untuk terus berupaya meningkatkan konsistensi dan kualitas guna mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

3. Faktor Responsiveness

Pelayanan di Kedai Torang dinilai sangat baik oleh responden, terutama dalam hal kemudahan proses pemesanan dan keinginan untuk kembali memesan dalam waktu dekat. Dengan nilai rata-rata 3,11, aspek responsivitas ini mencerminkan kepuasan pelanggan yang tinggi, menunjukkan bahwa mereka merasa diperhatikan dan dilayani dengan baik.

Kedai Torang tampaknya berhasil menciptakan suasana di mana konsumen merasa nyaman untuk kembali, yang merupakan indikator penting dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Respons yang cepat dan tepat terhadap keluhan juga memainkan peran penting dalam menjaga minat pelanggan. Pemilik Kedai Torang tidak hanya mendengarkan keluhan tetapi juga mengambil langkah-langkah konkret untuk menanganinya, misalnya dengan melakukan briefing untuk mengevaluasi dan memperbaiki masalah yang ada.

Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam menyelesaikan masalah secara efektif tetapi juga menunjukkan kepada pelanggan bahwa masukan mereka

dihargai, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

4. Faktor Assurance

Faktor assurance di Kedai Torang mendapat penilaian yang sangat positif dari pelanggan, dengan nilai rata-rata 3,22. Aspek ini mencakup beberapa elemen penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kesesuaian harga dengan kualitas makanan, kebersihan alat makan, dan kemudahan akses ke fasilitas seperti tempat cuci tangan. Tanggapan positif ini menunjukkan bahwa Kedai Torang berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal memberikan jaminan kualitas dan kenyamanan selama mereka menikmati makanan di tempat tersebut.

Keselarasannya antara harga yang dibayar dengan kualitas makanan yang diterima merupakan salah satu indikator utama dari nilai yang dirasakan pelanggan. Penilaian yang baik dalam hal ini mencerminkan bahwa mayoritas pelanggan merasa bahwa mereka mendapatkan apa yang mereka harapkan, atau bahkan lebih, dari segi rasa dan porsi makanan. Hal ini tentu saja memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan keseluruhan pelanggan. Selain itu, kebersihan alat makan dan fasilitas umum seperti tempat cuci tangan juga mendapat perhatian khusus dari pelanggan. Ini adalah aspek penting karena kebersihan menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap sebuah restoran. Pemilik Kedai Torang tampaknya sangat menyadari hal ini dan telah mengambil langkah-langkah untuk memastikan bahwa kebersihan menjadi prioritas utama. Seperti yang dikemukakan dalam wawancara, masalah kebersihan tidak hanya menjadi bagian dari Standar Operasional Prosedur (SOP), tetapi juga dipantau secara ketat, karena kebersihan dianggap sebagai isu global yang sangat penting bagi citra restoran.

Langkah-langkah ini menunjukkan komitmen pemilik Kedai Torang dalam menjaga standar kualitas dan kebersihan yang tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap restoran tersebut. Dengan menciptakan lingkungan yang bersih dan nyaman, serta memastikan bahwa harga sebanding dengan kualitas makanan, Kedai Torang berhasil membangun reputasi positif yang tercermin dalam tingginya penilaian faktor assurance oleh pelanggan.

5. Faktor Empathy

Faktor empati di Kedai Torang mendapat penilaian yang baik dari responden, dengan nilai rata-rata 3,17, yang mencerminkan apresiasi pelanggan terhadap aspek layanan yang berfokus pada perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan mereka. Faktor empati meliputi berbagai aspek interaksi antara staf dan pelanggan, termasuk keramahan, kesopanan, dan kemampuan staf untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa Kedai Torang telah berhasil menciptakan lingkungan yang hangat dan ramah, yang sangat dihargai oleh pelanggan.

Pelayanan yang sopan dan ramah menjadi salah satu elemen kunci dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Ketika pelanggan merasa diperlakukan dengan baik dan dihargai, mereka cenderung memiliki kesan yang lebih baik tentang keseluruhan pengalaman mereka di restoran. Hal ini juga dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali dan bahkan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Nilai rata-rata 3,17 yang

diperoleh dari responden menunjukkan bahwa Kedai Torang telah berhasil membangun hubungan yang positif dengan pelanggannya melalui pelayanan yang berfokus pada empati. Selain itu, keinginan pelanggan untuk merekomendasikan Kedai Torang kepada orang lain merupakan indikator penting dari tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Rekomendasi dari mulut ke mulut adalah salah satu bentuk pemasaran yang paling efektif, dan nilai yang diperoleh dalam faktor empati ini menunjukkan bahwa banyak pelanggan merasa cukup puas dengan pengalaman mereka sehingga mereka bersedia menyarankan Kedai Torang kepada teman dan keluarga. Ini tidak hanya menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman dan diterima di kedai tersebut, tetapi juga bahwa mereka percaya pada kualitas layanan yang diberikan.

Pemilik Kedai Torang tampaknya sangat memahami pentingnya aspek empati ini dan telah berusaha keras untuk memaksimalkan keramahan sebagai bagian dari strategi layanan mereka. Seperti yang disampaikan dalam wawancara, pemilik kedai telah menekankan pentingnya keramahan dan sikap positif dalam interaksi dengan pelanggan. Usaha ini tidak hanya menciptakan suasana yang menyenangkan, tetapi juga membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Dengan terus memprioritaskan empati dalam layanan mereka, Kedai Torang mampu menciptakan pengalaman yang tak hanya memuaskan tetapi juga berkesan bagi pelanggannya. Hal ini tidak hanya memperkuat loyalitas pelanggan yang ada, tetapi juga berpotensi menarik pelanggan baru melalui rekomendasi positif. Ini menjadi bukti bahwa pendekatan yang berfokus pada manusia, di mana kepedulian dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan ditempatkan di garis depan, adalah kunci keberhasilan dalam industri restoran.

Faktor empati dinilai baik oleh responden, dengan nilai rata-rata 3,17. Pelayanan yang sopan dan ramah serta keinginan untuk merekomendasikan Kedai Torang kepada orang lain menunjukkan bahwa suasana di kedai ini mendukung pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, sesuai dengan upaya pemilik untuk memaksimalkan keramahan.

SIMPULAN

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kepuasan pelanggan di Kedai Torang, dengan menyoroti berbagai faktor yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, layanan, dan fasilitas yang disediakan. Melalui analisis data dari kuesioner dan wawancara, penulis dapat menggambarkan dengan jelas karakteristik responden dan bagaimana faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, profesi, dan domisili berperan dalam membentuk pengalaman pelanggan di Kedai Torang. Penelitian ini juga menunjukkan bagaimana preferensi dan persepsi pelanggan terhadap aspek-aspek kualitas tersebut memberikan wawasan yang berharga dalam meningkatkan layanan di masa mendatang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap berbagai indikator kepuasan pelanggan, seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Meskipun ada beberapa aspek yang masih memerlukan perhatian lebih lanjut, secara keseluruhan, rata-rata nilai yang diberikan oleh responden berada dalam kategori yang baik. Sebagai contoh,

indikator tangible, yang mencakup variasi menu dan penataan makanan, mendapatkan respons positif, meskipun fasilitas tambahan mungkin perlu ditingkatkan. Demikian pula, indikator reliability menunjukkan bahwa cita rasa makanan dan minuman memenuhi ekspektasi pelanggan, dengan nilai rata-rata yang cukup tinggi.

Indikator responsiveness juga dinilai positif, dengan responden merasa bahwa proses pemesanan mudah dan pelayanan cepat, sehingga mendorong mereka untuk kembali memesan dalam waktu dekat. Assurance, yang mencakup kesesuaian harga dengan kualitas serta kebersihan fasilitas, juga mendapatkan nilai rata-rata yang cukup baik, menunjukkan bahwa pelanggan memiliki keyakinan yang tinggi terhadap kualitas yang ditawarkan Kedai Torang. Sementara itu, indikator empathy mencerminkan bahwa pelayanan yang sopan dan ramah serta suasana yang mendukung di Kedai Torang mendorong pelanggan untuk merekomendasikan tempat ini kepada orang lain.

Berdasarkan temuan penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran untuk Kedai Torang, institusi pendidikan, dan peneliti selanjutnya. Bagi Kedai Torang, penting untuk terus memantau repeat order sebagai indikator kepuasan pelanggan, menjaga konsistensi rasa makanan, serta tetap tanggap terhadap keluhan pelanggan. Kebersihan, khususnya di area toilet, juga harus menjadi perhatian utama. Bagi institusi pendidikan, temuan ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam memahami kepuasan pelanggan, khususnya dalam program studi terkait perhotelan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian dan menambahkan variabel lain guna memperkaya temuan di bidang ini.

Referensi :

- Adinda P, Rizky FB. 2023. Tentang Pandemi Mereda, Bisnis Kuliner Mulai Menjamur Lagi. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1602963-pandemi-mereda-bisnis-kuliner-mulai-menjamur-lagi> . 24 Mei 2023
- Ardito Wahyu O, 2022. Dalam judul 7 Contoh Makanan Pokok Sumber Energi Masyarakat Indonesia. <https://mitra.bukalapak.com/artikel/contoh-makanan-pokok-116356> . Sep 2022.
- Annisa Anastasya, 2022. *Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability* (CHSE), [https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/cleanliness-health-safety-environment-sustainability-chse#:~:text=Cleanliness%20Health%20Safety%20dan%20Environment%20Sustainability%20\(CHSE\)%20adalah,dan%20kelestarian%20lingkungan%20sesuai%20protokol](https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/cleanliness-health-safety-environment-sustainability-chse#:~:text=Cleanliness%20Health%20Safety%20dan%20Environment%20Sustainability%20(CHSE)%20adalah,dan%20kelestarian%20lingkungan%20sesuai%20protokol) 7 Juli 2022.
- A. D. Putri, and S. R. Tri Astuti. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang)," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 6, no. 2, pp. 73-82, Aug. 2017.
- DK Gultom, M Arif, M Fahmi. 2020. Dalam Jurnal Ilmiah Magister. Judul Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan.
- E Notalin, N Afrianty, A Asnaini, 2021. Dalam jurnal Ilmiah Akuntansi. Judul Dampak Covid-19 terhadap tingkat efisiensi kinerja keuangan bank umum syariah di Indonesia menggunakan pendekatan *Data Envelopment Analysis* (DEA).

- H Rohaeni, N Marwa. 2018. Dalam Jurnal Khatulistiwa Informatika, Judul Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Dapat diakses <https://www.neliti.com/publications/486295/kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan>
- Kementrian Komunikasi dan Informasi. 2022. Tentang Presiden Umumkan Pencabutan Kebijakan PPKM. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/46629/presiden-umumkan-pencabutan-kebijakan-ppkm/0/berita> . 30 Desember 2022
- L Permana. N Afiah, RH ifroh. 2020. Dalam jurnal Analisis Status Gizi, Kebiasaan Makan dan Aktivitas Fisik pada Mahasiswa Kesehatan dengan Pendekatan *Mix-Method*. Diakses dari <https://nutrecent.fkm.unmul.ac.id/storage/module/file/dqTnmcpYa9nG4B0DWHLryAtSo4rM693szHMwH8sg.pdf>
- SR Sasongko. 2021. FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- Sri Warni. 2021. Tentang 7 Faktor Kegagalan Bisnis Kuliner. <https://zahiraccounting.com/id/blog/7-faktor-kegagalan-bisnis-kuliner/> 22 Oktober 2021.
- W Wicaksana. 2019. Dalam Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, Judul Pentingnya Kepuasan Pelanggan Pada Suatu Bisnis.