

DINAMIKA KEPUASAAN PELANGGAN UNDONE CAFE SURABAYA

Oleh

Hana Roreta Suhermin¹, Eva NuRachma²

Fakultas Psikologi Universitas 45 Surabaya

E-mail : roretamargaretha45@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan ditinjau dari kehandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), bukti fisik (tangible). Subjek penelitian ini merupakan pelanggan tetap di undone resto Surabaya yang berjumlah 1 orang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif.

Metode yang digunakan observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Dalam dimensi Reability (Kehandalan) Pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci sebagai daya tarik untuk menarik kesetiaan pelanggan, (2) Dimensi Responsiveness (Ketanggapan) Pelanggan sangat senang dengan pelayanan, apabila penyampaian informasi disampaikan secara baik dan jelas, (3) Dalam dimensi Assurance (Jaminan) Respon yang cepat sigap dan pengetahuan waitress akan produk dapat membuat pelanggan puas akan pelayanan, (4) Dimensi Empathy (Empati) Perhatian yang tulus, ikhlas dalam melayani pelanggan, dapat membuat atau menjalin hubungan baik antara waitress dan pelanggan, (5) Dalam dimensi Tangible (Bukti fisik) Tempat yang nyaman, ramahnya karyawan, dan promo-promo menarik dapat membuat pelanggan betah berlama-lama dan membeli, mengkonsumsi dalam jumlah banyak dan tidak khawatir membayar dengan nominal yang besar.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan

ABSTRACT

This study aims to determine customer satisfaction in terms of reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles. The subject of this research is a regular customer at undone restaurant Surabaya, amounting to 1 person. This research is a qualitative descriptive study. The methods used were observation and interviews. The results showed that: (1) In the dimension of Reability (Reliability) Good service is one of the keys as an attraction to attract customer loyalty, (2) Dimensions of Responsiveness (Responsiveness) Customers are very happy with the service, if the delivery of information is delivered properly and clear, (3) In the Assurance dimension (Guarantee) Quick response and knowledge of the waitress about the product can make customers satisfied with the service, (4) Empathy Dimension (Empathy) Sincere attention, sincere in serving customers, can create or establish good relationships between the waitress and the customer, (5) In the Tangible dimension (Physical Evidence) A comfortable place, friendly employees, and attractive promos can make customers feel at home and buy, consume in large quantities and not worry about paying a large nominal.

Keywords: customer satisfaction, service quality

PENDAHULUAN

Saat ini banyak bermunculan cafe-cafe baru yang menawarkan jasa dan produk dengan berbagai pilihan yang bervariasi, saat ini para pembisnis berlomba-lomba agar kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga produk yang diinginkan pelanggan dapat membuat pelanggannya puas dan mampu bersaing dengan pembisnis yang lain. Suatu industri mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga produk dan jasa yang selama ini dirasakan menjadi pilihan banyak pelanggan dan akan membuat pelanggan menjadi loyal dimasa yang akan datang.

Setiap pembisnis selalu berusaha untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan nya. Kepuasan pelanggan diperoleh dari komentar pelanggan terhadap pelayanan dan produk yang dapat memenuhi keinginan dan harapan, kepuasan pelanggan dapat dicapai setelah pelanggan merasakan pelayanan didapatkan sangat baik kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi bahkan mampu melebihi harapan.

Banyak faktor yang menyebabkan masalah yang muncul di undone cafe kurangnya komunikasi antara waitres dan pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak mengulangi pesanan yang telah dipesan pelanggan, kurangnya tempat pembuangan asap rokok dapat membuat pelanggan tidak nyaman berlama-lama karena asap rokok membuat mata perih dan asap yang banyak dapat mengganggu pernapasan dan pengelihatan. Pembayaran yang lambat karena menggunakan sistem modern belum adanya mesin edc atau qr.

Menurun nya kunjungan pelanggan terjadi disebabkan karena ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan kepada pelanggan undone cafe. Beberapa pelanggan tidak menghiraukan dengan keadaan tersebut bahkan mereka senang dan betah berlama-lama. Lambat nya saat pemesanan membuat pelanggan sedikit kecewa dengan pelayanan tapi keadaan tersebut dapat berkurang ketika mereka sibuk dengan ngobrol bersama teman-teman. Untuk pembayaran sedikit lambat, meskipun demikian pembayaran tetap dilakukan.

Ketidakpuasan pelanggan yang terjadi karena perbandingan antara persepsinya terhadap pelayanan yang diterima dengan keinginannya sebelum mendapatkan pelayanan. Apabila keinginannya terpenuhi, berarti pelayanan tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa dan juga akan menimbulkan kepuasan yang tinggi. Sebaliknya apabila keinginannya itu tidak

tercapai, maka diartikan kualitas pelayanan tersebut tidak memenuhi apa yang diinginkan.

Fenomena tentang pelayanan di *undone cafe* yang terjadi adalah masih banyak keluhan dari pelanggan baru maupun pelanggan lama atas pelayanan waitress dalam pemesanan masih ada yang salah dan ada beberapa pesanan yang kurang atau lupa dipesan dikhawatirkan hal ini dapat mengurangi kunjungan pelanggan yang datang ke *undone*. Berdasarkan hasil wawancara 1 orang responden dan 2 informan yaitu pelanggan *undone cafe* mengatakan sudah puas atas pelayanan. Kepuasan pelanggan ini terkait dengan kualitas pelayanan *undone cafe*, dimana harapan

pelanggan terpenuhi artinya pelayanan telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa yang menimbulkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan survei membuktikan bahwa pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian ulang secara teratur karena adanya kepuasan yang didapatkan pelanggan dengan pelayanan yang baik setiap industri selalu berusaha memberikan kepuasan pada pelanggannya sama artinya dengan mempertahankan dan meningkatkan pendapatan industri tersebut dengan memberikan harapan atau keinginan pelanggan.

Pelanggan yang puas dengan pelayanan berubah menjadi loyal dan merekomendasikan melalui mulut ke mulut kepada orang lain bahkan mengajak teman untuk datang mengunjungi tempat tersebut karena tempat tersebut memberi kepuasan kepadanya memang tidak semua pelanggan terpuaskan dengan yang diberikan industri paling tidak industri telah memberikan keinginan maupun harapan pada pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk dapat melakukan penelitian yang berjudul “Dinamika Kepuasan Pelanggan *Undone Cafe* Surabaya”

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif karena suatu rumusan masalah yang mengarahkan pada situasi yang akan diteliti. Pendekatan kualitatif digunakan sebagai strategi penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati peneliti perlu langsung terjun ke lapangan untuk menemukan objek penelitian. Responden yang digunakan adalah pelanggan tetap di *undone cafe* berjumlah 1 responden dan 2 informan kunci. Sumber data yang didapatkan dalam proses penelitian yaitu wawancara dan observasi dan dengan kriteria yang sudah ditentukan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh jawaban atau informasi yang mendalam tentang pendapat dan perasaan seseorang yang memungkinkan untuk mendapatkan hal-hal yang tersirat tentang sikap, kepercayaan, motivasi dan perilaku individu. Penelitian ini dilakukan di Undone Cafe Surabaya. Populasi pada penelitian ini sebanyak 3 orang yang terdiri dari 1 responden dan 2 informan kunci.

- a. *Reliability* (kehandalan) Kepuasan pelanggan di Undone Cafe terhadap kehandalan dalam pelayanan dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang dirasakan tidak puas dikarenakan masalah saat pemesanan tidak diulang kembali.
- b. *Responsiveness* (ketanggapan) Kepuasan pelanggan di Undone Cafe terhadap daya tanggap dalam pelayanan pada informan merasakan tidak puas dikarenakan waitress tidak memberikan informasi secara jelas terkait pemesanan yang belum dipesan., sehingga informan menganggap waitress kurang tanggap terhadap pesanan informan.
- c. *Assurance* (jaminan) Kepuasan pelanggan terhadap jaminan dalam pelayanan diketahui bahwa informan mengatakan merasa puas terhadap pelayanan yang didapatkan dan informan merasakan waitress mampu meyakinkan pembayaran akan sesuai dengan pembelian sehingga informan tidak khawatir dengan kelebihan dalam pembayaran.
- d. *Empathy* (empati) Kepuasan pelanggan di Undone terhadap empati dalam pelayanan bahwa informan sangat puas dengan pelayanan yang diterima. Namun masih ada informan yang tidak puas dikarenakan waitress melayani tidak sabar, tindakan yang dilakukan terburu-buru. Hal ini mungkin dikarenakan adanya panggilan dari pelanggan yang lain.
- e. *Tangible* (bukti fisik) Kepuasan pelanggan terhadap tampilan fisik dalam pelayanan kurang puas, informan mengatakan bahwa kurang nyaman karena ruangan terlalu kecil dan pembuangan asap yang tidak memadai.

PENUTUP DAN SARAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang “Dinamika Kepuasan Pelanggan Undone Resto Surabaya” diperoleh kesimpulan bahwa 5 dimensi

dapat digunakan untuk melihat kualitas pelayanan di Undone Cafe Surabaya yaitu *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (Empati), *Tangible* (bukti fisik). dapat disimpulkan bahwa pelayanan di Undone Cafe baik. Sekalipun ada beberapa indikator kualitas pekerjaan yang dilakukan, seperti lokasi yang perlu diperbaiki dan tenggat waktu untuk persediaan bangunan, Waitress Undone Café memberikan pelayanan dengan kekeluargaan kepada pelanggannya. Karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus terus ditingkatkan untuk menciptakan hubungan yang bermanfaat bagi pelanggan.

Dari hasil penelitian dan ketentuan yang ada, dengan melihat peluang kualitas pelayanan kedepannya, maka peneliti dapat mengemukakan gagasan sebagai berikut:

- a. Disarankan bagi pengelola Undone Cafe untuk menambahkan pembuangan asap agar pelanggan tidak terganggu dengan kepulan asap rokok dan kedepan bisa merubah sistem yang manual diganti dengan yang lebih modern agar mempercepat sistem pengorderan atau pemesanan.
- b. Bagi pihak maupun karyawan di Undone Resto terus pertahankan kualitas pelayanan karena pelayanan yang baik berdampak pada kepuasan pelanggan.
- c. Karyawan Undone Resto dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baru (*section*) masih kurang pendekatan, harusnya lebih diberikan training maupun mengikuti seminar- seminar yang diadakan oleh perusahaan.
- d. Dalam penelitian ini menggunakan lima dimensi yaitu, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik. Disarankan untuk penelitian selanjutnya lebih untuk membahas kepuasan pelanggan mengenai kualitas produk, harga, biaya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. “*Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.
- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atmaja, Jaka. 2018. *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*.
Jurnal Ecodomica Vol.2 No.1 April 2018.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta : Rajawali Pers.

Giese & Cote. 2000. *Academy of Marketing Science Review. Defining Customer Satisfaction*. Vol 2000.

No 1.

Gultom, dkk. 2020. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen. Vol.3, No.2, (September 2020). <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/Maneggio>

Hasibuan, dkk. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Café Vanilla Penyabunga*. Vol.4, No.3 (Agustus 2021). Tapanuli Selatan.

Hermawan, A. F dan Suharyono. 2018. *Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis 55(2): 192-201

K. Yin, Robert. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
Kasmir, 2017. *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2011.

Pemasaran Jasa. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Miles, Mathew B., dan A. Michael Huberman. 1994. *An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications.

Muhammad Zazli, 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Listrik Prabayar di Desa Sako Kecamatan Pengean Kabupaten Kuatan Singing*. Universitas Negeri Islam. Fakultas Ekonomi. Riau

Nasution. 1987. *Berbagai Proses dalam Proses Belajar Dan Mengajar*. Jakarta: PT. Bina Aksara.

Patton, M. Q. 2001. *Metode Evaluasi Kualitatif (terjemahan oleh Priyadi)*
Bandung

: Pustaka Belajar.

Ramadhan, 2017. *Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Telkom Sleman*.

Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia

Rohaeni, Marwa. (2018). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.

Jurnal Ecodemica Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.2 (September 2018) Bandung.

Sudana, dkk. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian KoberMie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan)* Vol.22 No.2 (Oktober 2021) Denpasar.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Chandra. 2016. *Service Quality dan Satisfaction Edisi 4 (Bab 4. Hlm 204- 205)*. Yogyakarta :

C.V Andi Offset.

Wahyudi. 2018. *Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepruk*. Universitas Raden Fatah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Palembang.

Widjaja, Nugraha. 2016. *Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol.1 No.1. Lampung