

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MARUGAME UDON TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Oleh ;
**MOH BAHRUDIN¹, PRAKRISNO SATRIO²,
FAHYUNI BAHARUDDIN³, EVA NUR RACHMAH⁴**
Fakultas Psikologi Universitas 45 Surabaya
Email
bahrudinmuhammad61@gmail.com

ABSTRAK

Kajian ini memiliki tujuan dalam melihat adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada outlet Marugame Udon Tunjungan Plaza Surabaya. Teknik pengumpulan data yang dipakai pada kajian ini yakni kuesioner. Jenis penelitiannya yaitu deskriptif kuantitatif memakai teknik pengambilan sampel metode Incidental sampling. Dengan Metode ini siapa yang ditemui (didapat) oleh peneliti, dialah yang menjadi subjek dalam penelitian tersebut. Diketahui populasi 233 individu, sehingga dengan menggunakan rumus Slovin maka peneliti menarik sampel sebesar minimal 147 responden yang diperkirakan bisa mewakili populasi itu. Data yang dihasilkan kemudian dianalisis secara metode statistic, yakni dalam memakai regresi berganda yang pengelolahannya dijalankan secara program (SPSS) versi 22 for windows. Agar menerangkan gamabarakan kajian yang berhubungan pada hipotesis analisis secara mamamaki uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi sederhana.

Hasil pengujian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan customer. Melalui teknik analisis regresi sederhana menunjukkan skor kualitas pelayanan sebesar $F = 65,131$ dengan $P = 0$. Tingkat signifikan $P = 0$ ($p < 0,05$) menunjukkan jika 30,1 % ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel X (kualitas pelayanan) bahkan variabel Y (kepuasan pelanggan)

Kata kunci : *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, marugame udon tunjungan plaza Surabaya*

ABSTRACT

This study aims to see the influence of service quality on customer satisfaction at the Marugame Udon Tunjungan Plaza Surabaya outlet. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The type of research is descriptive quantitative using the sampling technique of the incidental sampling method. With this method, whoever the researcher meets (gets) becomes the subject of the research. It is known that the population is 233 individuals, so by using the Slovin formula the researchers drew a sample of at least 147 respondents who were estimated to represent that population. The resulting data was then analyzed using statistical methods, namely using multiple regression whose processing was carried out using the program (SPSS) version 22 for Windows. In order to explain the description of the study related to the analysis hypothesis by using validity tests, reliability tests, simple regression analysis.

The test results show the influence of service quality on customer satisfaction. Through a simple regression analysis technique, it shows that the service quality score is $F = 65.131$ with $P = 0$. The significant level of $P = 0$ ($p < 0.05$) shows that if 30.1% there is a significant influence on variable X (service quality) and even variable Y (customer satisfaction)

Keywords: *service quality, customer satisfaction, marugame udon tunjungan plaza Surabaya*

PENDAHULUAN

Marugame Udon yakni restoran Jepang. Desain dari marugame udon ialah restoran yang menyajikan dan memiliki konsep Jepang yang memamerkan elemen-elemen struktural khas Jepang. Marugame udon merupakan restoran yang terkenal akan pelayanannya yang sempurna namun, pada bulan Januari sampai Maret mendapat feedback yang buruk dari pelanggan. Penelitian dari Hans et.al, 2017 yang memfokuskan pada persepsi pelanggan terhadap aspek interpersonal dari pemberian layanan. Kategori restoran yang berbeda memiliki norma layanan yang berbeda secara dramatis, disarankan layanan akan mempengaruhi persepsi layanan kemungkinan akan bervariasi sesuai dengan norma kontekstual dari pendirian layanan yang sedang dipertimbangkan. Misalnya, beberapa jenis restoran, seperti bar atau tempat makan mewah, memiliki model pengiriman layanan yang relatif terdefinisi dengan baik. (Hanks et al., 2017)

Kondisi ideal menyarankan bahwa seorang pemimpin harus fokus pada komunikasi yang transparan, peduli, empatik, faktual, bermakna, dan motivasi. Tidak diragukan lagi, karyawan di industri perhotelan juga menghadapi tantangan, ketidakpastian, tekanan psikologis, dan kelelahan emosional. Owens and Hekman (2013)

Berbagai aspek memberikan pengaruh kepuasan pelanggan adalah mutu service yang harus optimal serta berikan. Pengaruh kualitas layanan yang berdampak sangat terhadap kepuasan pelanggan, bagus atau tidaknya suatu pelayanannya, pelanggan akan semakin puas. Tidak sedikit yang berpersepsi harga adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Ini berpengaruh terhadap pertumbuhan pada era usaha sekarang yang makin terampil, inovatif, bahkan kreatif. Menjadi satu diantara bisnis usaha yang mengalami pemesanan yang luar biasa tinggi serta menggambarkan pola hidup modern yaitu bisnis pada sektor penyuguhan konsumsi bahkan minuman berupa *caffé*, resto yang ada pada hotel serta yang lainnya, mengingat pada history pertumbuhan kultur makanan diluar rumah bahkan makin tingginya pergerakan individu dalam menjalankan kegiatannya diluar rumah. Meningkatkan tingkat retensi pelanggan sangat penting di kalangan pengusaha restoran karena memastikan kesuksesan masa panjang perusahaan mereka di pasar restoran yang sangat menantang dan kompetitif (Wang et al., 2019). Hal tersebut ditegaskan pada data “Sebanyak 79,2 % masyarakat Indonesia tak ragu makan langsung (*dine-in*) di restoran, meski pandemi Covid-19 masih terjadi. Kendati, ada sejumlah pertimbangan masyarakat ketika melakukan *dine-in*.” (Mahdi, 2022)

Peran manajemen pemasaran tidak sekedar menjadi skema dalam memperoleh customer namun juga menciptakan customer itu bisa loyal terhadap industri agar mendapatkan customer baru. Maka dari itu, loyalitas individu pembeli nanti sebagai inventaris yang luar biasa bernilai terhadap industry. Perilaku tersebut tidak hanya untuk menarik jumlah pelanggan pertama kali tetapi juga agar membagikan mutu layanan yang unggul melebihi kepuasan customer yang mengarah pada kunjungan berulang. (Wang et al., 2019) Kepuasan pelanggan menjadi satu diantara faktor dalam membuat pembeli makin loyal.

Kualitas pelayanan bisa membuat kepuasan pada customer dalam berinteraksi dengan erat pada industry. Pada jangka lama jalinan ini bisa berupa industry bisa mengerti secara berbarengan pada keinginan customer bahkan keperluannya. (Yuliarmi Riyasa, 2010) kendati demikian industry bisa menambahkan kepuasan customer secara bisa mengoptimalkan pengalam pembeli yang menyenangkan serta yang memiliki kesan kurang suka.

Pentingnya kualitas pelayanan bisa memberikan pengaruh pada loyalitas customer karena memiliki hubungan erat. (Fandi Tjiptono, 2005) Kualitas pelayanan menjadi aspek yang luar biasa besar serta wajib diperhatikan secara konsisten di setiap sektor perusahaan. Sebenarnya, dalam kondisi persaingan antar perusahaan atau restoran yang semakin ketat, kualitas pelayanan dapat dijadikan suatu hal yang dapat di andalkan untuk memicu minat pelanggan atau pelanggan.

Pada kajian ini, penulis memiliki tujuan agar mengeksplorasi kepuasan dan preferensi pelanggan pada layanan restoran untuk mencari tahu apa yang nantinya menjadi customer balik lagi. Kualitas Pelayanan sangat berperan bagi kepuasan pelanggan oleh karenanya, perlu diperhatikan apakah pelayanan sudah sesuai standart dan sesuai dengan kemampuan karyawan di Marugame Udon cabang tunjungan Plaza Surabaya.

METODOLOGI

Subjek pada penelitian merupakan populasi atau sekelompok seseorang, benda, atau kejadian yang memiliki karakteristik yang dapat dijadikan objek penelitian. pada survei beberapa individu tidak keseluruhan diteliti sebab, nantinya membutuhkan tenaga serta dana yang cukup besar. Pada kajian ini,

populasinya yaitu pelanggan yang membeli Udon di Marugame Udon cabang Tunjungan plaza

Surabaya yang berjumlah 233 individu . Sampel merupakan beberapa dari populasi yang di gunakan agar diamati serta hasil kajiannya dipakai untuk menggambarkan oleh populasi dengan semua penentuan sampel secara pertimbangan keseluruhan. Pengambilan sampel dengan pertimbangan sangatlah besar kuantitasnya, kemudian tidak memungkinkan dalam mengetahui keseluruhan populasi, yang nantinya dibangun perwakilan populasi. Peneliti wajib menetapkan sampel yang sejenis untuk diteliti yang dapat mewakili pada waktu tertentu.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Diketahui populasi 233 individu, kemudian dengan menggunakan rumus Slovin maka peneliti menarik sampel sebesar minimal 147 responden yang diakui bisa mewakili populasi itu. Kajian ini memakai metode Incidental sampling. Secara metode ini siapa yang ditemui (didapat) oleh peneliti, dialah yang menjadi subjek dalam penelitian tersebut. Teknik ini dimana peneliti bertemu pada individu yang dibuat kriteria inklusi analisis, peneliti langsung memberikann instrumen penelitian ke subjek itu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Linieritas

Uji asumsi menjadi ketentuan pada kajian sebelum menjalankan analisis korelasi. Uji asumsi yang dijalankan yaitu uji linieritas secara maksud melihat variabel X dan Y memiliki korelasi linier serta tidak dengan signifikan. 2 variabel dinyatakan memiliki korelasi yang linier bila signifikan <0,05

Uji linieritas pada variabel Pengaruh Kualitas pelayanan pada Kepuasan Pelanggan di Marugame Udon Tunjungan Plaza Surabaya menunjukkan bahwa linier.

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur yang dipakai dalam melihat apakah hipotesis bisaditerima ataupun ditolak. Dalam melihat hubungan terhadap pengaruh kualitas pelayanan

pada kepuasan

pelanggan maka wajib dijalankan uji hipotesis. Pengujian hipotesis dalam kajian ini menggunakan rumus analisis regresi sederhana secara maksud agar melihat seberapa kuat pengaruh terhadap variabel X serta variabel Y

secara teknik analisis regresi sederhana menunjukkan nilai korelasi antara kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan keputusan sebanyak 0,301 (nilai R) dengan nilai R Square sebesar 30,1% terhadap pengambilan keputusan sedangkan 69,9% kurangnya dipengaruhi oleh faktor lain

Uji hipotesis dimaksudkan dalam melihat pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan customer. Melalui teknik analisis regresi sederhana menunjukkan skor kualitas pelayanan sebesar $F = 65,131$ dengan $P = 0$. Tingkat signifikan $P = 0$ ($p < 0,05$) menunjukkan jika 30,1 % terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan) Sesuai perolehan analisis data bisa dilihat jika kualitas pelayanan di Marugame Udon Tunjungan Plaza Surabaya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Besaran nilai pengaruh itu bisa diketahui oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0, 553 perolehan kajian ini mendorong hipotesis penelitian jika kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan di Marugame udon Tunjungan Surabaya. Melalui teknik analisis regresi sederhana memperlihatkan nilai hubungan terhadap kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan keputusan sebanyak 0,301 (nilai r) dengan nilai R Square sebesar 30,1% terhadap pengambilan keputusan sedangkan 69,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh oleh kajian ini yakni 0,301 maka konstruksi variabel X terhadap variabel Y sebesar 30,1%

Hasil penelitian sebelumnya di teliti oleh Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi (2014) dimana hasil penelitiannya Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR HOKI. Hasil penelitian RETNO BUDIARSIH (2017) dimana hasil penelitiannya Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran *Pizza Hut* Kediri. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran *Pizza Hut* Kediri. Hasil Penelitian Ari Setio (2012) Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian Jahanshahi, Gasthi, Nawaser dan Khaksar (2011) Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang tinggi antara konstruk dari layanan pelanggan dan kualitas produk dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian Prastiwi (2002) Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan “PT PLN (persero) APJ Surakarta. Hasil penelitian ini mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan, dimana hal ini didasarkan pada dimensi responsiveness (ketanggapan), reability (keandalan), empathy (empati).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Marugame Udon Tunjungan Plaza Surabaya. Nilai pengaruh tersebut

dinyatakan skor koefisien determinasi $F = 0,960$ dengan $p = 0$. Tingkat signifikan $p = 0$ ($p < 0,06$) menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel X (Kualitas pelayanan) dan Y (kepuasan Pelanggan)

DAFTAR PUSTAKA

- (Cheng et al., 2014) Mediating effects between World Games identification and licensed merchandise
- Bitner. (1992) Servicescape: The impact of physical surroundings on customers and Employess Cheng et al., 2014 Mediating effects between World Games identification and licensed merchandise
- Goldman. (1993) Concepts selection for independent Restaurants
- Hanks.(2017) The impact of the social servicescape, density, and restaurant type on perceptions of interpersonal service quality
- Heliyon. (2019) The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping
- Hwang. (2013) The antecedents and consequence of consumer attitudes toward restaurant brands: A comparative study between casual and fine dining restaurants
- Lee et al., 2020 Corporate social responsibility (CSR) as a customer satisfaction and retention strategy in the chain restaurant sector
- Lee et al., 2020 Corporate social responsibility (CSR) as a customer satisfaction and retention strategy in the chain restaurant sector
- Lu et al., 2019 Developing customer product loyalty through mobile advertising: Affective and cognitive perspectives
- Lu et al., 2019 Developing customer product loyalty through mobile advertising: Affective and cognitive perspectives
- Tracey et al., n.d. HR in the hospitality industry: strategic frameworks and priorities Tracey. (2008) HR in the hospitality industry: strategic frameworks and priorities

Yim et al., 2014 Determinants of a restaurant average meal price: An application of the hedonic pricing model

Yim. (2014) Determinants of a restaurant average meal price: An application of the hedonic pricing mode