
Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Ramen Ya!

**Putri Rahmayanti, Rahmat Subagyo, Septia Dian Safitri, Sita
Inayah Safitriyani**

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta
Bangsa Surakarta

Jl. Ki Mangun Sarkoro No. 20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa
Tengah, 57135

Telp. (02717470550)

E-mail: des.heryanti@gmail.com

Abstrak

Studi ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Ramen Ya! Di tengah persaingan yang ketat dalam industri kuliner, kualitas pelayanan menjadi faktor krusial untuk menciptakan pengalaman bersantap yang memuaskan. Pada Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka yang melibatkan 215 responden yang merupakan pelanggan yang telah berkunjung lebih dari dua kali. Temuan analisis menunjukkan bahwa kondisi fisik restoran memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, sementara untuk kualitas pelayanan tidak menunjukkan dampak yang setara. Kepercayaan terhadap merek juga berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan lingkungan fisik. Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi manajer restoran untuk meningkatkan pelayanan dan menciptakan pengalaman bersantap yang lebih baik bagi pelanggan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kondisi fisik restoran, kepuasan pelanggan, kepercayaan merek.

Abstract

This study examines the influence of service quality on customer satisfaction at Ramen Ya! restaurant. In the midst of intense competition in the culinary industry, service quality becomes a crucial factor in creating a satisfying dining experience. This research employs a literature review method involving 215 respondents who are customers that have visited more than twice. The analysis findings indicate that the physical condition of the restaurant has a significant impact on customer satisfaction levels, while the quality of service does not show an equivalent effect. Brand trust also plays a role in enhancing customer satisfaction related to the physical environment. The results of this study provide valuable insights for restaurant managers to improve service and create a better dining experience for customers.

Keywords: service quality, physical condition of the restaurant, customer satisfaction, brand trust.

Pendahuluan

Pertumbuhan yang pesat dalam industri kuliner di Indonesia telah

menghasilkan berbagai variasi hidangan dari seluruh dunia. Salah satu jenis makanan yang semakin diminati adalah ramen, hidangan tradisional Jepang yang terkenal dengan keunikan dan variasi rasa. Ramen Ya! muncul sebagai salah satu restoran ramen halal yang terkenal, memberikan pengalaman makan yang menyenangkan bagi pelanggan. Dengan banyak cabang yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, restoran ini mudah diakses oleh berbagai kalangan, termasuk pelajar, pekerja kantoran, dan keluarga.

Lingkungan di dalam Ramen Ya! dirancang dengan nuansa Jepang modern, terlihat dari pemilihan desain interior yang menarik. Dengan dominasi warna merah dan ornamen yang estetik, Ramen Ya! menciptakan suasana yang hangat dan menggugah selera. Pengunjung tidak hanya datang untuk menikmati ramen yang lezat, tetapi juga untuk merasakan pengalaman makan yang unik. Dengan variasi menu yang ditawarkan dan cita rasa yang sesuai harapan pelanggan, Ramen Ya! berhasil menarik perhatian dan loyalitas dari berbagai kalangan.

Standar pelayanan di restoran juga sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan puas. Menurut konsep yang dijelaskan oleh Zeithaml et al. (1996), kualitas pelayanan dapat dinilai melalui beberapa dimensi, seperti keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pelayanan yang berkualitas tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga berkontribusi pada loyalitas yang lebih tinggi. Hal ini ditegaskan oleh Heskett et al. (1994), yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, yang berpengaruh besar pada keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang.

Meskipun banyak penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian ini tidak selalu konsisten di setiap konteks. Dalam penelitian di Ramen Ya!, ditemukan bahwa tidak semua elemen kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa elemen mungkin lebih berpengaruh dibandingkan yang lain, tergantung pada pandangan dan ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk mengkaji dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Ramen Ya!, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi manajemen restoran dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metodologi

Dalam penelitian ini, metode tinjauan pustaka diterapkan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai jurnal dan artikel yang relevan. Fokus utama adalah untuk mengidentifikasi sumber-sumber yang dapat dijadikan referensi dalam memperkuat argumen dan diskusi mengenai dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Proses ini melibatkan pencarian dan pengumpulan data dari beragam sumber yang diharapkan dapat memberikan hasil yang memuaskan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan pendekatan ini, diharapkan analisis yang dihasilkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan meningkatkan pemahaman mengenai isu yang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Dalam studi yang dilakukan oleh Susmilayanti dan Parlagutan Silitonga (2023) di Panaroma Nusantara, terungkap bahwa sebagian besar pelanggan Ramen Ya! berusia antara 20 hingga 30 tahun, dengan persentase mencapai 92,09%. Sementara itu, pelanggan di bawah 20 tahun berkontribusi 6,05%, dan usia 31-40

tahun hanya 1,86%. Dari data tersebut, jelas bahwa pelanggan utama Ramen Ya! berasal dari kelompok usia 20-30 tahun, di mana mayoritas adalah mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 66,51%. Pelajar menyumbang 4,19%, pekerja 27,44%, dan ibu rumah tangga 1,86%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan segmen terbesar yang menyukai hidangan ramen di Ramen Ya!. Outlet yang paling banyak dikunjungi terletak di Jakarta, dengan persentase 46,98%, sedangkan daerah lain seperti Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi masing-masing mencatat 7,44%, 38,14%, 2,79%, dan 4,65%. Jakarta menjadi lokasi dengan kunjungan tertinggi karena posisinya sebagai pusat kota yang lebih besar dibandingkan yang lain. Mengenai frekuensi pembelian, mayoritas pelanggan melakukan pembelian sebanyak 2-3 kali, mencapai 78,14%, sedangkan yang berbelanja lebih dari 3 kali berjumlah 21,86%.

1. Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 215 responden, dengan mayoritas adalah perempuan (69,77%) dan berusia antara 20 hingga 30 tahun (92,09%). Sebagian besar responden berasal dari kalangan mahasiswa (66,51%) dan lebih sering mengunjungi outlet Ramen Ya! di Jakarta (46,98%). Frekuensi kunjungan yang paling tinggi adalah 2-3 kali (78,14%), yang menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup baik untuk kembali.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan validitas yang memuaskan, dengan nilai loading factor di atas 0,7 dan Average Variance Extracted (AVE) lebih dari 0,5. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk semua variabel berada di atas 0,7, menandakan konsistensi yang tinggi dalam pengukuran.

3. Analisis struktur model (PLS-SEM)

Hasil analisis menunjukkan bahwa R-Square untuk kepercayaan merek adalah 0,654, yang berarti 65,4% variasi kepercayaan merek dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan lingkungan fisik. R-Square untuk kepuasan pelanggan mencapai 0,762, menunjukkan bahwa 76,2% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

4. Uji hipotes

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan lingkungan fisik memberikan pengaruh yang signifikan. Kepercayaan merek terbukti sebagai mediator penting dalam hubungan antara lingkungan fisik dan kepuasan pelanggan.

5. Peran Kualitas Pelayanan

Temuan menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan dianggap penting, tidak semua aspeknya berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mungkin disebabkan oleh ekspektasi pelanggan yang tinggi, sehingga mereka lebih kritis terhadap pelayanan yang diterima.

6. Signifikansi lanjutan fisik

Lingkungan fisik yang bersih dan nyaman terbukti memiliki dampak lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman positif dalam lingkungan restoran berkontribusi pada kepercayaan merek, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan.

7. Implikasi manajerial

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Ramen Ya! perlu lebih fokus

pada peningkatan kualitas lingkungan fisik dan pengalaman bersantap, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih baik.

Kesimpulan dan Saran

Studi ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bersifat kompleks. Meskipun kualitas pelayanan diakui sebagai faktor penting, tidak semua aspeknya memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan. Lingkungan fisik restoran memiliki dampak yang lebih besar, menunjukkan bahwa suasana dan kebersihan tempat makan sangat memengaruhi pengalaman pelanggan. Selain itu, kepercayaan pelanggan terhadap merek berfungsi sebagai mediator penting dalam hubungan antara lingkungan fisik dan kepuasan, menyoroti pentingnya menciptakan pengalaman bersantap yang positif.

Saran

1. Peningkatan Lingkungan Fisik: Terus lakukan perbaikan pada aspek lingkungan fisik, seperti kebersihan dan desain interior, untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menarik, yang akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Pelatihan Staf: Selenggarakan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan staf dalam hal responsivitas dan perhatian terhadap pelanggan, agar dapat menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan.
3. Pengumpulan Umpan Balik: Terapkan sistem untuk mengumpulkan umpan balik dari pelanggan guna memahami ekspektasi dan kebutuhan mereka, yang dapat membantu dalam penyesuaian pelayanan.
4. Strategi Pemasaran yang Menarik: Kembangkan strategi pemasaran yang ditujukan kepada segmen pelanggan utama, seperti mahasiswa, dengan penawaran khusus atau promosi untuk meningkatkan kunjungan.
5. Inovasi Menu: Lakukan inovasi dalam menu dengan menambahkan pilihan baru yang sesuai dengan tren dan preferensi pelanggan, untuk menarik lebih banyak pengunjung serta meningkatkan kepuasan.

Daftar Pustaka

- Abadi, F., & Nurpratiwi, G. (2021). Pengaruh Moderasi Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 116–127. <https://doi.org/10.36407/jrmb.v6i2.530>
- Bahriansyah, & Arista, D. N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pondok Losari Di Makassar. *Movere Journal*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.53654/mv.v3i1.174>
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>
- Delgado-Ballester, E., & Munuare-Aleman, J. L. (2001). Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1238–1258. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1001-0548.2009.05.013>
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora Journal*, 7(1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8128>

- Hung, Y. H., Huang, M. L., & Chen, K. S. (2003). Service Quality Evaluation by Service Quality Performance Matrix. *Total Quality Management and Business Excellence*, 14(1), 79–89.
<https://doi.org/10.1080/1478336032000044843>
- Khaerin, A. M., & Setiawardani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramen AA Wilayah Kota Bandung Dan Kota Cimahi
- Liliani, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Behavioral Intention Pada Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18-48.
- Nurfadila, N., Sutomo, M., & Asriadi, A. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(3), 319–332.
<https://doi.org/10.22487/jimut.v1i3.33>
- Susmilayanti, & Silitonga, P. (2023). Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Ramen Ya!: Peran Mediasi Kepercayaan Merek. *Panorama Nusantara*, 18(1), 1-11