



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Petto Resto dan Cafe Kota Payakumbuh

Abstract

Ghea Az-zahira^{1*},

 ¹Studi Manajemen
 Perhotelan, Departemen Pariwisata,
 Universitas Negeri Padang
 E-mail: azzahiraghea66@gmail.com¹

Waryono²

 ²Studi Manajemen
 Perhotelan, Departemen Pariwisata,
 Universitas Negeri Padang

Mutu pelayanan serta sarana yang baik ialah kunci buat menggapai kepuasan konsumen, yang pada gilirannya bisa mendesak hasrat buat kembali berkunjung serta merekomendasikan layanan kepada orang lain. Petto Resto& Cafe di Kota Payakumbuh jadi contoh nyata dari berartinya uraian mendalam tentang anggapan serta preferensi konsumen buat melindungi serta tingkatkan mutu pelayanan serta sarana. Riset ini memakai tata cara kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal buat menguji hipotesis terpaut pengaruh mutu pelayanan serta sarana terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menampilkan kalau mutu pelayanan serta sarana di Petto Resto& Cafe Kota Payakumbuh mempengaruhi positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Analisis informasi dari 97 responden mengatakan kalau mutu pelayanan mendapatkan nilai persentase 34% serta sarana 36, 1%, keduanya dikategorikan baik. Kepuasan konsumen pula dinilai baik dengan persentase 49, 5%, menampilkan kalau konsumen merasa puas dengan kesesuaian harapan serta sarana yang terdapat. Mutu pelayanan serta sarana secara simultan menyumbang 70, 1% terhadap kepuasan konsumen. Riset ini merekomendasikan manajemen buat terus tingkatkan serta memelihara mutu pelayanan dan sarana guna membetulkan kepuasan konsumen, yang bisa tingkatkan loyalitas serta kunjungan ulang. Penemuan ini sejalan dengan studi- studi lebih dahulu yang menampilkan akibat signifikan dari mutu pelayanan serta sarana terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil riset, bisa disimpulkan kalau mutu pelayanan serta sarana mempengaruhi positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen di Petto Resto& Cafe Kota Payakumbuh. Mutu pelayanan(variabel X1) memperoleh nilai persentase sebesar 34% dengan jenis baik, sebaliknya sarana(variabel X2) mendapatkan nilai persentase sebesar 36, 1%, pula dengan jenis baik. Kepuasan konsumen(variabel Y) menampilkan nilai persentase sebesar 49, 5%, yang tercantum dalam jenis baik.

Keywords Kualitas, Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Petto Resto dan Cafe

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu zona yang krusial dalam perekonomian negeri, berkontribusi signifikan terhadap pemasukan nasional. Tiap tahun, jumlah turis yang terus bertambah menjadikan industri ini terus menjadi diperhitungkan. Dalam perihal ini, Undang- Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009, Pasal 1 Point 9, menarangkan kalau industri pariwisata mencakup bermacam usaha yang silih terpaut buat penuhi kebutuhan turis. Salah satu segmen yang tumbuh pesat dalam industri pariwisata dikala ini merupakan zona jasa santapan serta minuman.

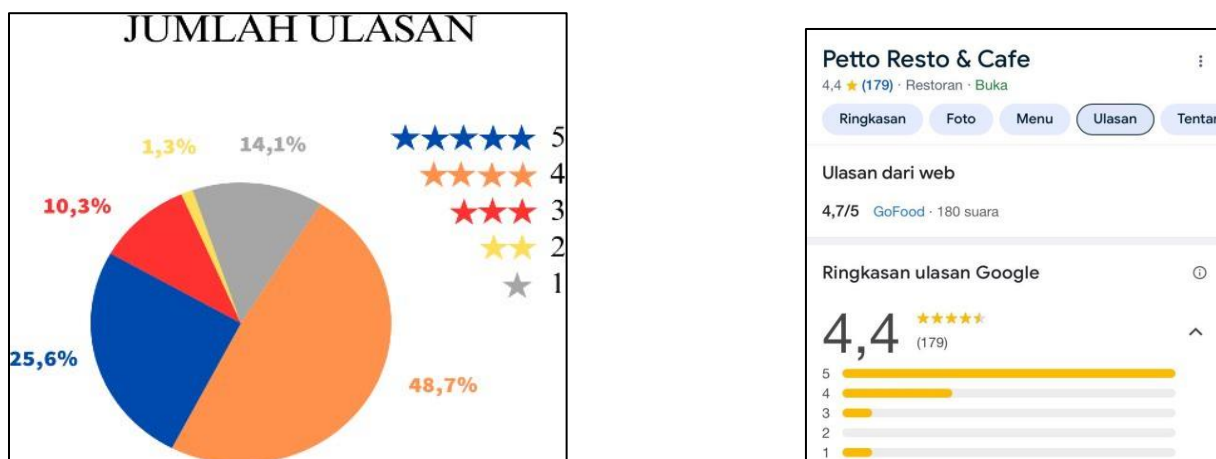
Area makanan serta minuman di Indonesia sudah hadapi pertumbuhan pesat serta jadi bagian integral dari kehidupan tiap hari warga. Faktor- faktor semacam perkembangan populasi, urbanisasi, pergantian style hidup, serta kenaikan energi beli sudah mendesak permintaan layanan santapan serta minuman yang terus menjadi bermacam- macam. Dalam area yang sangat kompetitif ini, mutu pelayanan serta sarana jadi elemen berarti buat mempertahankan serta tingkatkan kepuasan konsumen dan membangun loyalitas pelanggan (Abdullah, 2018).

Kepuasan konsumen dalam industri layanan santapan serta minuman bukan cuma tergantung pada produk yang diberikan, namun pula pengalaman totalitas yang mereka natural. Mutu pelayanan serta sarana yang baik ialah kunci buat menggapai kepuasan konsumen, yang pada gilirannya bisa mendesak hasrat buat kembali berkunjung serta merekomendasikan layanan kepada orang lain. Petto Resto & Cafe di Kota Payakumbuh jadi contoh nyata dari berartinya uraian mendalam tentang anggapan serta preferensi konsumen buat melindungi serta tingkatkan mutu pelayanan serta sarana.



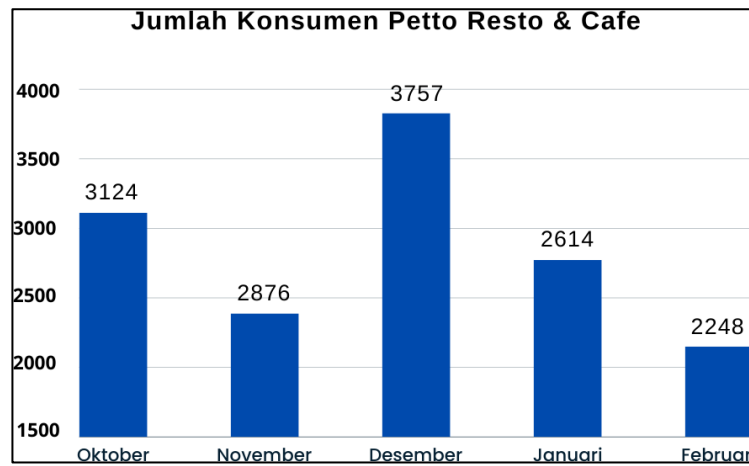
Gambar 1 . Petto Resto & Cafe Kota Payakumbuh
 Sumber: Arsip Petto Resto & Cafe (2024)

Petto Resto & Cafe, yang berdiri sejak 1999 dan berlokasi di Jl. Makassar no. 38, Payakumbuh Barat, merupakan usaha kuliner dengan konsep outdoor yang menarik dan suasana nyaman, menawarkan berbagai hidangan utama, snack, coffee, serta minuman non-coffee. Dengan fokus pada pasar remaja dan dewasa, Petto Resto & Cafe mengutamakan kepuasan konsumen melalui layanan berkualitas, harga terjangkau, dan fasilitas yang memadai, menjadikannya tempat ideal untuk berkumpul dan bersantai bersama teman maupun keluarga.



Gambar 2. Rating Petto Resto & Cafe Kota Payakumbuh
 Sumber: Google Ulasan (2024)

Berdasarkan hasil yang penulis dapatkan dari google review terkait kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan konsumen, poin biru (25,6%) dan poin oranye (48,7%) dengan total poin 74,3%, merupakan konsumen yang memberikan rating baik, mencerminkan kepuasan pelanggan terhadap pengalaman mereka di restoran tersebut. Meskipun demikian, poin merah (10,3%), poin abu-abu (14,1%) dan poin kuning (1,3%) dengan total poin 25,7%, menunjukkan bahwa konsumen yang masih memberikan ulasan negatif, menandakan adanya area-area yang perlu diperbaiki dan pelayanan staf yang perlu ditingkatkan untuk memastikan pengalaman pelanggan yang lebih konsisten dan memuaskan di masa mendatang. Ulasan-ulasan tersebut diambil khusus terkait konsumen yang mengeluh terkait fasilitas dan pelayanan yang diberikan Petto Resto & Cafe.



Gambar 3. Grafik Data Kunjungan Periode Oktober 2023 - Februari 2024 Petto Resto & Cafe
Sumber: Manajemen Petto Resto & Cafe (2024)

Grafik diatas memaparkan bahwasannya jumlah kunjungan konsumen pada bulan Oktober 2023-Februari 2024 di Petto Resto & Cafe Kota Payakumbuh mengalami naik dan turun pada setiap bulannya. Dengan adanya grafik ini dapat kita lihat bahwa adanya target penjualan yang tidak tercapai pada Petto Resto & Cafe. Dari wawancara yang peneliti lakukan, Petto Resto & Cafe memiliki target konsumen perbulannya yaitu 3000 konsumen, dengan memiliki karyawan sebanyak 12 orang. Dapat dilihat bahwasannya yang hanya mencapai target pada bulan Oktober dan Desember 2023.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, terungkap beragam pandangan dan masukan yang memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai kekuatan serta potensi perbaikan yang dapat dilakukan terkait fasilitas di Petto Resto & Cafe.

Tabel 1 PermasalahanTerkaitVariabel Fasilitas

IndikatorFasilitas	Permasalahan
Kelengkapan Fasilitas	Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen, enam konsumen meyebutkan bahwa karyawan sering lupa memberikanperalatanmakananatauminumanpada saat mengantarkanpesanan
UnsurPendukung (Kebersihan, Keamanan, dan Keindahan)	Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen, enam konsumen menyebutkan bahwa Petto Resto & Cafe memiliki area yang penuh dengan batu split yang membuat konsumen sulit menggeser meja atau kursi ketika ingin duduk, dan sulit jika menggunakan sepatu hak (<i>heels</i>). TigakonsumenmenyebutkanbahwaPettoResto&Cafe memiliki tempat badah yang kecil.
Perencanaan Spasial	Berdasarkanhasilwawancaradari beberapakonsumen,tujuh konsumen menyebutkan pada beberapa area penempatan perabotannya terlalu ramai dan padat, terlalu banyak properti. Empat konsumen menyebutkan beberapa area, mejanya hanyadiberipayungyangukurannyatidakcukupbesar denganareatempat duduk.

Dampak dari operasional dan pengalaman di restoran dapat memengaruhi berbagai pihak yang terlibat. Bagi restoran, pengelolaan yang buruk terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas dapat menurunkan reputasi dan citra merek, berujung pada penurunan penjualan dan keuntungan. Bagi pelanggan, ketidakpuasan dapat mengurangi loyalitas, menurunkan niat untuk berkunjung kembali, serta menyebabkan rekomendasi yang kurang baik kepada orang lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai tata cara kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal buat menguji hipotesis terpaat pengaruh mutu pelayanan serta sarana terhadap kepuasan konsumen. Bagi Sugiyono(2020), pendekatan asosiatif kausal mempelajari ikatan antara 2 variabel ataupun lebih, sedangkan riset kuantitatif sendiri berlandaskan filsafat positivisme serta bertujuan buat menguji hipotesis lewat analisis informasi statistik. Definisi operasional dalam riset ini mencakup 3 variabel utama: mutu pelayanan, sarana, serta kepuasan konsumen. Mutu pelayanan dimaksud selaku upaya optimal penyelenggara jasa buat penuhi harapan pelanggan, dengan penanda semacam fakta raga, keandalan, energi paham, empati, serta jaminan. Sarana mencakup fasilitas yang disediakan buat kenyamanan konsumen, meliputi perencanaan spasial, kelengkapan sarana, dan kebersihan, keamanan, serta keelokan. Kepuasan konsumen diukur bersumber pada kesesuaian harapan, atensi berkunjung kembali, serta kesediaan buat merekomendasikan layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kualitas Layanan

Dari hasil pengolahan data terhadap 97 responden menggunakan SPSS 20, diketahui bahwa kualitas pelayanan di Petto Resto & Cafe dikategorikan baik, dengan persentase 34%. Konsumen memberikan penilaian positif pada indikator-indikator seperti bukti fisik, empati, kehandalan, ketanggapan, dan jaminan, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan memuaskan dan sesuai dengan harapan mereka.

Penelitian ini menyarankan agar manajemen Petto Resto & Cafe terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan langkah-langkah seperti melakukan briefing karyawan sebelum buka, mengevaluasi aspek yang perlu ditingkatkan, menyediakan seragam atau tanda pengenalan, serta memberikan penghargaan kepada karyawan terbaik. Upaya-upaya ini diharapkan dapat semakin meningkatkan kepuasan konsumen, sesuai dengan pandangan Firdian dkk. (2012) bahwa kualitas pelayanan adalah upaya perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen melalui kemudahan, kecepatan, dan keramahan dalam pelayanan

2. Fasilitas

Berdasarkan data dari 97 responden yang dianalisis menggunakan SPSS 20, fasilitas di Petto Resto & Cafe dikategorikan baik dengan nilai persentase 36,1%. Penilaian positif ini mencakup aspek perencanaan spasial, perencanaan ruang, serta perlengkapan dan unsur pendukung, yang menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan telah memenuhi harapan konsumen.

Penelitian ini mendorong manajemen Petto Resto&Cafe buat mempertahankan sarana yang telah baik serta tingkatkan sarana yang masih butuh revisi, semacam dengan membuat agenda pemeliharaan buat pendingin ruangan, wifi, dan perawatan perlengkapan. Perihal ini berarti buat membenarkan kenyamanan serta kepuasan konsumen, yang pada kesimpulannya bisa tingkatkan loyalitas serta kemauan mereka buat kembali berkunjung. Bagi Kotler(2014), sarana yang baik ialah aspek berarti dalam menghasilkan kenyamanan serta kepuasan konsumen.

3. Kepuasan

Dari hasil analisis data terhadap 97 responden menggunakan SPSS 20, kepuasan konsumen di Petto Resto & Cafe dikategorikan baik dengan persentase 49,5%. Konsumen memberikan penilaian positif terhadap kesesuaian harapan, minat untuk kembali berkunjung, dan kesediaan untuk merekomendasikan, yang menunjukkan bahwa layanan dan fasilitas yang diberikan Petto Resto & Cafe memenuhi harapan mereka.

Penelitian ini menyarankan manajemen Petto Resto & Cafe untuk terus memperhatikan dan mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen dengan meningkatkan pelayanan dan fasilitas, serta menyediakan kotak saran. Kepuasan konsumen yang tinggi akan mendorong minat untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan tempat tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan pembelian ulang. Bagi Daryanto serta Setyobudi(2014), kepuasan konsumen ialah evaluasi emosional yang berarti untuk industri serta sangat dipengaruhi oleh mutu pelayanan serta sarana yang diberikan.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis menampilkan kalau mutu pelayanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen di Petto Resto& Cafe, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,211 serta taraf signifikansi 0,006<math>$0,05$. Ini berarti kalau terus menjadi baik pelayanan yang diberikan, terus menjadi besar pula tingkatan kepuasan konsumen. Kebalikannya, pelayanan yang kurang baik hendak berakibat negatif pada kepuasan konsumen. Perihal ini terjalin sebab terdapatnya kerjasama yang baik antara karyawan serta konsumen, yang didasari oleh rasa mau menolong serta hirau tanpa diskriminasi, dan membagikan kenyamanan untuk konsumen.

Penelitian ini menyarankan manajemen Petto Resto & Cafe untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui strategi yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen, serta melakukan evaluasi berkala untuk memastikan bahwa strategi tersebut efektif dalam menciptakan kenyamanan. Peningkatan kualitas pelayanan ini diharapkan dapat berdampak positif pada penjualan di Petto Resto & Cafe. Temuan ini konsisten dengan studi-studi sebelumnya, seperti yang

dilakukan oleh Damayanti et al. (2020) dan Irwana (2017), yang juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Petto Resto & Cafe, dengan koefisien regresi sebesar 0,442 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa perbaikan fasilitas dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sementara fasilitas yang kurang memadai dapat mengurangi tingkat kepuasan. Dengan kata lain, kualitas fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan keduanya memiliki keterkaitan yang erat.

Penelitian ini menyarankan agar manajemen Petto Resto & Cafe meningkatkan dan melakukan pemeliharaan rutin terhadap fasilitas untuk memastikan kenyamanan konsumen. Peningkatan fasilitas ini diharapkan dapat berdampak positif pada penjualan. Temuan ini sejalan dengan studi-studi sebelumnya, seperti oleh Izzati et al. (2022) dan Komarudin & Trianasari (2021), yang menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Petto Resto & Cafe Kota Payakumbuh

Hasil uji hipotesis menampilkan kalau baik mutu pelayanan ataupun sarana mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Petto Resto & Cafe Kota Payakumbuh, dengan nilai signifikansi tiap-tiap variabel merupakan 0,006 buat mutu pelayanan serta 0,000 buat sarana, yang keduanya kurang dari 0,05. Donasi gabungan dari mutu pelayanan serta sarana terhadap kepuasan konsumen merupakan sebesar 70,1%, sedangkan 29,9% sisanya dipengaruhi oleh aspek lain.

Penelitian ini merumuskan kalau mutu pelayanan serta sarana secara simultanengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan, di mana kenaikan dalam kedua aspek tersebut bisa tingkatkan kepuasan konsumen. Penemuan ini tidak berubah-ubah dengan riset lebih dahulu oleh Amelia (2021) serta Abdullah (2018), yang pula menampilkan pengaruh signifikan dari mutu pelayanan serta sarana terhadap kepuasan konsumen

KESIMPULAN

Dari hasil riset, bisa disimpulkan kalau mutu pelayanan serta sarana mempengaruhi positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen di Petto Resto & Cafe Kota Payakumbuh. Mutu pelayanan (variabel X1) memperoleh nilai persentase sebesar 34% dengan jenis baik, sebaliknya sarana (variabel X2) mendapatkan nilai persentase sebesar 36,1%, pula dengan jenis baik. Kepuasan konsumen (variabel Y) menampilkan nilai persentase sebesar 49,5%, yang tercantum dalam jenis baik.

Mutu pelayanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti kalau kenaikan mutu pelayanan berpotensi tingkatkan kepuasan konsumen di Petto Resto & Cafe. Begitu pula, sarana yang baik pula berakibat positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen, di mana terus menjadi baik sarana yang disediakan, terus menjadi besar pula kepuasan konsumen.

Secara totalitas, mutu pelayanan serta sarana membagikan donasi positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 70,1%. Ini menampilkan terdapatnya pengaruh simultan antara kedua variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen di Petto Resto & Cafe, di mana kenaikan dalam mutu pelayanan serta sarana bisa tingkatkan kepuasan konsumen secara signifikan.

Daftar Pustaka

- Abdullah, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Pengambilan Keputusan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Real Cafe Di Kota Makassar*. Universitas Negeri Makassar.
- Amelia, Y. T., & Safitri, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 95-106.
- Damayanti, N., Wadud, M., & Roswaty, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Unsilent Palembang. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 23-31.
- Firdian, Endy, dkk. (2012). Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang. *Jurnal Iprekas-Ilmu Pengetahuan & Rekayasa*, 13(3), 51-60.
- Izzati, L., Rahayu, L. P., & Lisdiana, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Homestay Pondok Merapi Selo. *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 10(2), 165-174
- Komarudin, A. R., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampak Loyalitas Pelanggan Di Cafe Halaman Bandung. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Kotler, P. (2019). *Fasilitas dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Kusumajanti, K., Widiastuti, N. P. E., & Nashir, A. K. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Cepat Saji". *Jihm*.
- Mailangkay, A., Mangantar, M., & Tulung, J. E. (2021). "Pengaruh Pembatasan Sosial Berskala Besar terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus selama Pandemi COVID-19."
- Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 45-55.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of the quality of food, service, and physical environment on customer satisfaction and behavioral intention in quick-casual restaurants: Moderating role of perceived price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(3), 310-329.
- Suhartanto, D., et al. (2019). The impact of service quality on customer satisfaction in the restaurant industry: Evidence from Indonesia. *British Food Journal*, 121(3), 789-801.
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Sektor Jasa. *Jurnal Universitas Sahid*, 12(3), 122-134.

Zahra Afra Arista, & Nidia Wulansari. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Suko Kopi Padang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(3), 1-15.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.