

## **ANALISIS KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PENYELENGGARAAN MAKANAN DI KANTIN UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

Putri Ronitawati<sup>1</sup>, Desi W.T Simangunsong<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Ilmu Gizi, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan, Universitas Esa Unggul  
Jl. Arjuna Utara No. 9, Kebon Jeruk, Jakarta 11510  
sdesywidya@yahoo.com

### **Abstract**

*The development of the food service industry caused competition to meet consumer needs in order to obtain satisfaction. The advantages of a service depends on the quality shown by these services. Consumer satisfaction is the starting point of the growth of loyalty consumer so it's important to know the customer satisfaction ratings. The purpose of this study was to assess the quality of service to the level of customer satisfaction in the implementation of the food in the cafeteria EsaUnggul University. This type of research is observational with cross sectional study. The population of this research is that consumers in the canteen EsaUnggul University with a sample of 100 people. The results of this study are 55% of the sample said that the quality of service in the cafeteria EsaUnggul University is good and there is a relationship between service quality and customer satisfaction levels ( $p$  value = 0.000).*

**Keywords:** Food quality, quality of service, konsumen

### **Abstrak**

Makanan sebagai faktor yang sangat penting bagi kehidupan manusia harus memenuhi cita rasa yang enak dan penampilan yang menarik agar memenuhi kebutuhan konsumen. Setiap jasa boga harus dapat meningkatkan kualitas produk untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berkembangnya industri jasa makanan menyebabkan adanya persaingan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar memperoleh kepuasan. Selain kualitas makanan, kualitas pelayanan juga berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di kantin Universitas Esa Unggul. Jenis penelitian ini adalah observasional dengan rancangan *cross sectional study*. Populasi penelitian ini adalah konsumen di kantin Universitas Esa Unggul dengan sampel 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen ( $p$  value = 0,001). Berdasarkan hasil analisa regresi logistik bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen (OR = 9,286).

**Kata kunci:** Kualitas makanan, kualitas pelayanan, konsumen

### **Pendahuluan**

Berkembangnya industri jasa makanan menyebabkan adanya persaingan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar memperoleh kepuasan. Keunggulan suatu jasa tergantung kepada kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut. Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membanding-

kan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas (Mulyono *et al.*, 2007). Untuk mengukur kualitas pelayanan tidak dinilai dari penyedia jasa melainkan pelanggan. Pelanggan dapat memberikan penilaian secara menyeluruh terhadap kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen merupakan titik awal tumbuhnya loyalitas

pelanggan sehingga penting untuk mengetahui penilaian terhadap kepuasan konsumen (Cahyadi, 2014).

Salah satu industri makanan yang berkembang adalah kantin universitas. Peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan karena mahasiswa menghabiskan sebagian besar waktunya di lingkungan kampus sehingga akan memilih kantin sebagai tempat makan. Tujuan penelitian ini adalah 1) mengidentifikasi karakteristik sampel; 2) menilai kualitas pelayanan pada penyelenggaraan makanan di kantin Universitas Esa Unggul; 3) menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen pada penyelenggaraan makanan di Kantin Universitas Esa Unggul.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di kantin Universitas Esa Unggul pada tanggal 5-10 Mei 2016. Jenis penelitian ini adalah observasional dengan rancangan *cross*

*sectional study*. Penentuan sampel ditentukan dengan *Quota Sampling* yaitu dengan kuota 100 orang yang diambil dengan metode *Judgement Sampling* dengan kriteria tertentu. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara dengan menggunakan kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Analisis univariat digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik masing-masing variabel. Analisis bivariat pada penelitian ini menggunakan Uji *Chi Square*

### **Hasil dan Pembahasan**

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Karakteristik sampel meliputi : jenis kelamin, umur, asal daerah dan uang saku per bulan. Variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan. Distribusi karakteristik sampel dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1**  
**Distribusi Karakteristik Sampel**

<b>Variabel</b>	<b>Kategori</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Jenis	Laki-laki	45	45,0
Kelamin	Perempuan	55	55,0
Usia	<20 tahun	55	55,0
	20-30 tahun	45	45,0
Asal Daerah	Sumatera	11	11,0
	Jawa	82	82,0
	Kalimantan	4	4,0
	Sulawesi	2	2,0
Uang Saku	Papua	1	1,0
	< Rp. 1.000.000	34	34,0
	Rp. 1.000.000 ≤Rp. 2.000.000	49	49,0
	Rp. 2.000.000 ≤Rp. 3.000.000	13	13,0
Kualitas Pelayanan	> Rp. 3.000.000	4	4,0
	Baik	55	55,0
Tingkat Kepuasan	Tidak Baik	45	45,0
	Puas	71	71,0
	Tidak Puas	29	29,0

Lebih dari setengah sampel yang berada di kantin Universitas Esa Unggul berjenis kelamin wanita (55%). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah konsumen di kantin Universitas Esa Unggul lebih besar perempuan daripada laki-laki. Kantin di Universitas Esa Unggul tidak hanya sarana untuk makan tetapi tempat

berkumpulnya mahasiswa mengisi waktu luang sebelum masuk kuliah dan kebanyakan yang melakukan kegiatan itu adalah perempuan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Wulansari *et al.* (2013) , 60,2% mahasiswi yang memilih kantin sebagai tempat makan paling nyaman untuk memuaskan

kebutuhan makan dan berkumpul bersama teman-teman. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Atikah dan Setiawan (2014) mengatakan bahwa 77,8% laki-laki adalah konsumen Restoran Khas Padang karena konsumen datang hanya untuk tujuan makan saja.

Karakteristik usia dibagi ke dalam empat kategori, yaitu usia <20 tahun, 20—30 tahun, 31—40 tahun dan ≥41 tahun. Sampel dengan umur <20 tahun sebesar 55% dan sampel yang berusia 20-30 tahun sebesar 45%. Hal ini menunjukkan konsumen di kantin Universitas Esa Unggul sebagian besar adalah mahasiswa reguler Universitas Esa Unggul yang sedang menempuh pendidikan. Hal ini disebabkan oleh lokasi kantin yang berada di lingkungan universitas sehingga sebagian besar konsumennya adalah mahasiswa.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulansari *et al.* (2013) bahwa konsumen dengan rentang usia 20-30 tahun yang berkunjung ke kantin adalah sebesar 72%. Menurut Yuliati dan Widyawati (2005), 89,2 % konsumen yang berkunjung ke *Food Court* IPB ada pada rentang usia 19-26 tahun dan sedang menempuh pendidikan di kampus IPB.

Sebagian sampel di kantin Universitas Esa Unggul berasal dari pulau Jawa (82%). Hal ini dikarenakan Universitas Esa Unggul berada di wilayah pulau Jawa yaitu di DKI Jakarta sehingga banyak mahasiswa yang berasal dari daerah itu. Karena keragaman asal daerah sampel sehingga memiliki selera yang beragam terhadap kualitas makanan yang ada di kantin Universitas Esa Unggul. Hal ini tampak dari pembelian beragam menu makanan yang ada di kantin Universitas Esa Unggul. Tidak ada menu yang terlalu mendominasi yang dipilih oleh konsumen. Selera konsumen terhadap suatu menu yang disajikan tentu berbeda menurut penilaian konsumen dengan asal daerah yang berbeda (Wulansari *et al.*, 2013).

Sebanyak 49% sampel memiliki uang saku dalam kisaran Rp. 1.000.000 - < Rp. 2.000.000. Hal ini dikarenakan sebagian besar sampel menghabiskan banyak waktu di lingkungan kampus sehingga uang saku yang diterima dari orang tua cukup besar karena harus

memenuhi kebutuhan pangan diluar lingkungan rumah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulansari *et al.* (2013) yang mengatakan pendapatankonsumen Rp. 1.000.000 - < Rp. 2.000.000 sebesar 34%. Hal ini terjadi karena sampel adalah mahasiswa yang masih dibiayai oleh orangtua sehingga sampel masih belum memiliki pendapatan tetap per bulannya.

Kualitas pelayanan akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Menurut Mustaniroh (2010), komponen dari kualitas pelayanan meliputi *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* ( kasat mata), *emphaty* (empati), *responsiveness* (cepat tanggap). Dan data penelitian ini menjelaskan bahwa sebanyak 45% sampel menyatakan kualitas pelayanan di kantin Esa Unggul dalam kategori tidak baik dan 55% dalam kategori baik.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan di kantin Universitas Esa Unggul diantaranya suasana kantin yang kurang baik karena adanya asap rokok (61%). Hal ini dikarenakan kantin Universitas Esa Unggul adalah ruangan umum sehingga mahasiswa perokok menggunakan tempat ini untuk merokok dan hal itu sangat mengganggu pada saat mahasiswa lainnya sedang makan. Selain itu asap rokok juga dapat mengganggu kesehatan terutama pada saluran pernapasan. Kurangnya fasilitas toilet, washtafel, pengering tangan dan cermin (58%). Hal ini dilihat dari minimnya fasilitas tersebut di sekitar kantin. Sehingga perilaku hygiene pada penjamah makanan dan konsumen masih kurang baik. Hal yang perlu diperhatikan juga adalah kebersihan ruangan dan tempat makan 40%. Hal ini terjadi karena kurangnya tempat pembuangan sampah di sekitar kantin.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yuliati dan Widyawati (2005), 86,7% konsumen tidak suka dengan keramahan pelayanan di *Food Court* IPB. Hal ini mungkin terjadi karena kantin adalah satu-satunya tempat untuk mahasiswa makan sehingga penjaja makanan di kantin kurang memperhatikan keluhan-keluhan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik adalah kunci untuk mencapai kepuasan

pelanggan dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan persepsi konsumen dalam mengunjungi suatu jasa boga akan menjadi elemen penting pada pengalaman makan konsumen dan mempengaruhi emosi konsumen mengenai kualitas pelayanan jasa boga (Cahyadi, 2014).

Sebesar 71% sampel merasa sudah puas dengan penyelenggaraan makanan di kantin Universitas Esa Unggul. Menurut Widyaratna *et al.* (2001), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa konsumen yang didapat dengan membandingkan antara kesan kinerja terhadap kinerja produk jasa dengan harapan kinerja produk atau jasa tersebut. Data menjelaskan bahwa 29% sampel tidak puas terhadap kantin Universitas Esa Unggul dan 71% sampel puas. Hal itu terlihat dari kepuasan sampel terhadap makanan yang diujikan di kantin. Sampel juga merasa cukup puas dengan pelayanan di kantin Universitas Esa Unggul pada variabel kecepatan tanggapan pramusaji terhadap keluhan pelanggan (72%) dan keramahan pramusaji dalam melayani konsumen (87%), kesabaran pramusaji dalam melayani pelanggan (89%) dan penampilan pramusaji yang menarik, rapi dan sopan (79%). Hal ini dikarenakan kantin di Universitas Esa Unggul adalah penyelenggaraan makanan komersial sehingga setiap kantin berlomba-lomba meningkatkan kinerja untuk mendapatkan kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang diujikan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atikah dan Setiawan (2014), bahwa 79% konsumen merasa puas dengan penyelenggaraan makanan di Restoran Khas Padang karena memiliki cita rasa yang enak dan penelitian yang

dilakukan oleh Wulansari *et al.* (2013) yang mengatakan bahwa 69,73% konsumen puas dengan penyelenggaraan makanan di Kantin *Zea Mays* IPB. Konsumen cenderung puas apabila kinerja kantin dapat memenuhi harapan. Salah satu aspek yang diperhatikan oleh kantin adalah kualitas makanan. Semakin baik kualitas makanan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen (Wulansari *et al.*, 2013). Data dalam penelitian ini menjelaskan jika sampel dengan kualitas makanan yang tidak baik lebih banyak yang tidak puas yaitu sebesar 55,2% dibandingkan jika kualitas makanan yang baik yang hanya 18,3%. Sedangkan jika sampel dengan kualitas makanan baik lebih banyak yang puas yaitu 81,7% dibandingkan dengan kualitas makanan yang tidak baik. Hasil ini menunjukkan ada kecenderungan bahwa jika kualitas makanan baik maka konsumen akan merasa puas. Maka dapat disimpulkan ada hubungan yang signifikan antara kualitas makanan dengan tingkat kepuasan konsumen di kantin Universitas Esa Unggul ( $p = 0,001$ ). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulansari *et al.* (2013) yang mengatakan bahwa 69,3% konsumen puas dengan mutu produk makanan (cita rasa dan penyajian makanan).

Kepuasan konsumen adalah penilaian pengunjung terhadap apa yang diharapkan dengan membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa. Kepuasan konsumen dapat diartikan juga sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja restoran dengan harapannya terhadap produk dan pelayanan (Atikah dan Setiawan, 2014).

**Tabel 2**  
**Hubungan Kualitas Makanan dengan Tingkat Kepuasan Konsumen**

Kualitas Makanan	Tingkat Kepuasan				Total		p value
	Tidak Puas		Puas		n	%	
	n	%	n	%	n	%	
Tidak Baik	16	55,2	13	44,8	29	100	0,001
Baik	13	18,3	58	81,7	71	100	
<b>Total</b>	29	29	71	71	100	100	

### **Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Tingkat Kepuasan Konsumen**

Distribusi sampel berdasarkan kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

**Tabel 3**  
**Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Tingkat Kepuasan Konsumen**

Kualitas Pelayanan	Tingkat Kepuasan				Total	p value	
	Tidak Puas		Puas				
	n	%	n	%			
Tidak Baik	25	55,6	20	44,4	45	100	0,000
Baik	4	7,3	51	39,1	55	100	
Total	29	29	71	71	100	100	

Konsumen cenderung puas apabila kinerja kantin dapat memenuhi harapan. Salah satu aspek yang diperhatikan oleh kantin adalah kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen (Wulansari *et al.*, 2013).

Data dalam penelitian ini menjelaskan bahwa jika sampel dengan kualitas pelayanan yang tidak baik lebih banyak tidak puas yaitu 55,6% dibandingkan jika kualitas pelayanan yang baik hanya 7,3%. Sampel dengan kualitas pelayanan yang baik lebih sedikit yang puas yaitu 39,1% dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang tidak baik. Hasil ini menunjukkan ada kecenderungan bahwa jika kualitas pelayanan tidak baik maka konsumen merasa tidak puas. Ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen di kantin Universitas Esa Unggul ( $p = 0,000$ ). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atikah dan Setyawan (2014) mengatakan bahwa 79% konsumen puas dengan kualitas pelayanan restoran Khas Padang.

Kualitas pelayanan sangat penting, karena dengan pelayanan yang baik maka produsen dapat secara langsung mengukur kepuasan atau tidak puas para konsumen. Dalam pelayanan jasa, para karyawan yang secara langsung berhadapan langsung dengan konsumen atau pelayan yang melayani konsumen secara langsung harus mampu melayani sebaik-baiknya (Herawati, 2013).

Pelayanan yang memuaskan bagi konsumen sangat berarti sehingga jika

konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka konsumen akan berfikir untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Wulansari *et al.*, 2013).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesediaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari karyawan yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut.

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah penyelenggara makanan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Pembelian yang berulang-ulang pada satu merek atau produk pada perusahaan yang sama dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut mempunyai loyalitas terhadap merek atau perusahaan tersebut. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik. Perusahaan juga melakukan strategi- strategi untuk

membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan (Setiawan, 2013).

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen pada penyelenggaraan makanan di kantin Universitas Esa Unggul ( $p < 0,05$ ).

Sebaiknya dilakukan perbaikan sarana hygiene dan sanitasi disekitar kantin seperti washtafel, sabun cuci tangan dan pengering tangan. Kantin juga perlu membenahi sarana pembuangan sampah agar tidak mencemari makanan dan juga melakukan perbaikan kualitas pelayanan seperti penyediaan ruang bebas asap rokok agar kinerja lebih baik dan sesuai dengan harapan konsumen.

### **Daftar Pustaka**

Atikah, N. S., & Setiawan, B. (2014). Analisis kinerja penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan konsumen restoran khas Padang di Bogor. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 9(1).

Cahyadi, C. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas makanan dengan peran moderasi atmosfer pada Restoran Sushi Tei Galaxy Mall di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, III (1).

Herawati, N. (2013). Analisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen rumah makan nasi timbel saung merak bogor. [Skripsi]. Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Muliyono, B. H., Yoestini., Nugraheni, R., & Kamal, M. (2007). Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Perumahan Puri Mediterania Semarang. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 4 (2).

Mustaniroh, S., Lestari, E., & Sari, E. (2010). Penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan menggunakan Metode Servqual (*service quality*). *Jurnal Teknologi Pertanian*, 11 (3): 152-161. Malang.

Setiawan, E. (2013). Studi deskriptif *costumer satifaction* berdasarkan *foodservice evaluation factors* pada restoran *x.o chinese cuisine* Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, II(2).

Widyaratna, T., Danny, & Chandra, F. (2001). Analisis kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap tingkat penjualan di Warung Bu Kris. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3 (2): 85-95. Jakarta.

Wulansari, A., Setyawan, B., & Sinaga, T. (2013). Penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan konsumen di kantin Zea Mays Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 151-158.

Yuliati, L. N., & Widyawati. (2005). Respon Ketidakpuasan Terhadap Kualitas dan Pelayanan Food Court di Kampus IPB. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 29(2): 88-95.