

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Café Hanna Tea Lima Puluh Kota*

Abdul Aziz

Universitas Negeri Padang

Hijriyantomi Suyuthie

Universitas Negeri Padang

Korespondensi penulis : abdul8801aziz8801@gmail.com

ABSTRACT. *The purpose of this study is to describe the quality of service and menu variations on customer satisfaction in relation to visits and to know the influence of these three variables. This study used quantitative and causal approaches. This study used purposive sampling techniques of non-probability sampling type for sampling. This research instrument uses Google forms arranged based on Likert scales, first tested for validity and reliability. This data was analyzed using SPSS version 26.00. The survey results show that service quality is included in the fairly good category with the appropriate achievement level of 56.2%, menu variations with the appropriate achievement level of 59.8% are included in the fairly good category, and customer satisfaction. the level of achievement of respondents. 54% were in the appropriate category. The effect of service quality (X1) and menu selection (X2) on customer satisfaction (Y) was 28.2%, while the remaining 71.8% was influenced by other factors.*

Keywords: *Service Quality, Menu Variation Customer Satisfaction*

ABSTRAK. Tujuan dari penelitian ini mendeskripsikan kualitas pelayanan dan variasi menu pada kepuasan pelanggan dalam kaitannya dengan kunjungan dan agar diketahui pengaruh ketiga variabel tersebut. Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dan kausal. Penelitian ini memakai teknik purposive sampling jenis non-probability sampling untuk pengambilan sampelnya. Instrumen penelitian ini memakai Google form yang disusun berdasarkan skala likert, terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Data ini dianalisis memakai SPSS versi 26.00. Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori cukup baik dengan tingkat pencapaian sesuai sebesar 56,2%, variasi menu dengan tingkat pencapaian sesuai sebesar 59,8% termasuk dalam kategori cukup baik, dan kepuasan pelanggan. tingkat pencapaian responden. 54% berada pada kategori sesuai. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan pemilihan menu (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 28,2%, sedangkan sisanya sebesar 71,8% merupakan pengaruh faktor lain.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Sumatera Barat memiliki beragam destinasi wisata kuliner seperti kedai kopi, restoran, pasar kuliner, dan *cafe*. Keberagaman destinasi wisata kuliner tersebut menjadikan daerah ini banyak diminati.

Kabupaten Lima puluh kota merupakan daerah peluang bisnis yang banyak digeluti oleh banyak pengusaha di bidang kuliner seperti *cafe*. Saat ini telah banyak *cafe* baru dengan jenis makanan, minuman dan keunikan yang ditawarkan, salah satunya *café hanna tea*. (Maulidi 2017).

Cafe indoor yang terletak di tepi jalan raya ini bertemakan *cafe modern* kekinian. Targetnya adalah cara untuk menemukan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan suatu perasaan positif pada suatu produk setelah memakai layanan tersebut (Qomariah, 2016).

Variasi menu adalah urutan kelompok makanan yang ada pada masakan, yang berbedabeda untuk setiap porsinya (Angriani, 2015). Variasi menu dikatakan ideal apabila rasa, jenis makanan dan minuman, serta pasokan makanan dan minuman sesuai dengan keinginan dan keinginan para tamu. Hal ini dapat menarik perhatian tamu dalam menentukan kesukaannya, hingga bisa puas dengan menu yang diusulkan.

KAJIAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan suatu kinerja produk untuk memenuhi keinginan pembeli. Jika menu tidak memenuhi keinginan, maka akan merasa tidak sesuai harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka akan sesuai harapan. Kotler dan Armstrong (2015:35)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mengacu pada segala pelayanan yang disuguhkan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan maksimal dengan segala kelebihannya untuk memenuhi keingiann pelanggan guna memenuhi harapan pelanggan. Kasimhen (2020)

Variasi Menu

Variasi menu adalah pilihan makanan yang ditawarkan oleh owner usaha kuliner yang memberikan kemudahan sekaligus terpenuhinya kebutuhan para tamu. Pemilik bisnis biasanya menggunakan variasi menu untuk menarik pelanggan, memanfaatkan fleksibilitas menu untuk menghadapi persaingan antar bisnis lainnya. Santoso (2019)

METODOLOGI

Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif dengan metode survei berupa hubungan sebab-akibat. Sugiyono (2016:11), “penelitian kausal adalah studi tentang hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

a. Kualitas Pelayanan

Nilai mean sebesar 45,8, median sebanyak 45,00, mode sebanyak 45, standard deviation sebesar 6,306, variance sebanyak 39,762, range sebanyak 47, minimum sebesar 15, dan maximum 62 dan total nilai sebanyak 10256.

b. Variasi Menu

Nilai mean sebanyak 23,97, median sebanyak 24,00, mode sebanyak 23 standard deviation sebanyak 3,641, variance sebanyak 13,258, range sebanyak 28, minimum sebanyak 8, dan maximum 36 dan total nilai sebanyak 5394.

c. Kepuasan Pelanggan

Nilai mean sebesar 24,33, median sebanyak 24,00, mode sebanyak 26 standard deviation sebanyak 4,246, variance sebanyak 18,027, range sebanyak 33, minimum sebanyak 9, dan maximum 42 dan total nilai sebanyak 5475.

d. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Tabel 1 hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		225
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.14840091
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.041
	Negative	-.046
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

2. Uji Heteroskedasitas

Tabel 2 Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.773	1.117		1.586	.114
	Kualitas Pelayanan	.040	.033	.113	1.191	.235
	Variasi Menu	.032	.058	.053	-.553	.581
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

3. Uji Multikonearitas

Tabel 3 Hasil Uji Multikonearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.529	1.821		4.682	.000		
	Kualitas Pelayanan	.054	.054	.080	.992	.322	.494	2.025
	Variasi Menu	.557	.094	.478	5.930	.000	.494	2.025
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelayanan								

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Berganda Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1166.384	2	583.192	45.086	.000 ^b
	Residual	2871.616	222	12.935		
	Total	4038.000	224			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Variasi Menu, Kualitas Pelayanan						

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Berganda Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.529	1.821		4.682	.000
	Kualitas Pelayanan	.054	.054	.080	.992	.042
	Variasi Menu	.557	.094	.478	5.930	.000

Nilai T-value variabel kualitas pelayanan sebesar 0,992 pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,042$ dengan koefisien regresi sebanyak 0,054 dan nilai T variabel menu sebesar 5,930 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,557 yang berarti H1 dan H2 diterima.

2. Pembahasan

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel kualitas pelayanan tergolong cukup baik dengan skor sebanyak 56,2%. Hasil kualitas pelayanan Cafe Hanna Tea secara umum berada pada kategori cukup baik. Oetama (2017:60), kualitas pelayanan merupakan tujuan penting dalam menaikkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, kepuasan kebutuhan dan kenyamanan pemakai jasa.

b. Variabel Variasi Menu (X2)

Variabel menu secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 59,8% dapat tergolong cukup baik. Hal ini terlihat dari review pelanggan terhadap makanan dan minuman Cafe Hanna Tea, ukuran/porsi, harga secara keseluruhan berada pada kategori cukup baik. Menurut penelitian yang dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa menu-menu Cafe Hanna Tea secara umum cukup baik.

c. Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel kepuasan pelanggan semuanya tergolong baik dengan nilai persentase sebesar 54%. Hal ini ditunjukkan dengan kepuasan pelanggan Hanna Tea Cafe secara umum cukup baik.

Srijan dan Hidayat (2017:33), kepuasan pelanggan merupakan aspek terpenting dalam bisnis perusahaan jasa, dimana pelanggan merasa harapannya terhadap seluruh layanan terpenuhi dengan baik.

d. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji penelitian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi sebanyak 0,054 pada taraf signifikansi $0,042 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di *Cafe Hanna Tea*. Dengan adanya penelitian ini seharusnya pihak manajemen *Cafe Hanna Tea* semakin meningkatkan kualitas pelayanannya atau kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan di *Cafe Hanna Tea*, yang secara tidak langsung akan mempengaruhi penjualan *Cafe Hanna Tea*.

e. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai koefisien regresi sebesar 0,557 pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti variasi menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Cafe Hanna Tea*. Semakin baik variasi menu akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan di *Cafe Hanna Tea*. Sebaliknya jika perubahan menu mempunyai nilai buruk maka akan berdampak negatif juga terhadap kepuasan pelanggan *Cafe Hanna Tea*. Dengan adanya penelitian ini seharusnya pihak manajemen *Cafe Hanna Tea* untuk lebih memperhatikan variasi menu atau kepuasan pelanggan mengenai variasi menu di *Cafe Hanna Tea*, yang secara tidak langsung akan mempengaruhi penjualan *Cafe Hanna Tea*.

f. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai sig terhadap kualitas pelayanan. variabel. $0,042 < 0,05$ tapi nilai sig variabel menu sebanyak $0,000 < 0,05$, maka variabel kualitas pelayanan dan variasi menu berpengaruh padavariabel kepuasan pelanggan *Cafe Hanna Tea*. Nilai customized R-squared (R²) sebesar 0,282 yang berarti pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan variasi menu (X2) pada kepuasan konsumen (Y) adalah sebanyak 28,2% dan sisanya sebesar 71,8% merupakan dampak dari faktor lain.

KESIMPULAN

Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan di *café hanna tea* berpengaruh positif dan signifikan. Dapat dilihat dari variabel X1 (Kualitas Pelayanan) yang menunjukkan bahwasanya semakin baik harga akan makin tinggi tingkat kepuasan pelanggan di, begitu juga sebaliknya. X2 (Variasi Mneu). Hal ini mengindikasikan bahwa adanya pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas Peayanan dan Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan di *café hanna tea*. Maka kualitas pelayanan dan Variasi Menu

berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan *café* hanna tea.

Saran

1. Pihak *Cafe* Hanna Tea

Kualitas Pelayanan dikategorikan cukup baik, diharapkan *Cafe* Hanna Tea memperbaikinya dengan cara disarankan kepada karyawan yang bekerja di *Cafe* Hanna Tea untuk lebih maksimal dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan supaya pelanggan merasa puas dengan pelayanan *Cafe* Hanna Tea, dan pelanggan menjadi mau untuk berkunjung kembali dan juga merekomendasikan *Cafe* Hanna Tea kepada orang lain. Variasi Menu dikategorikan cukup baik, pihak *Cafe* Hanna Tea juga harus memperhatikan variasi menu, karena menu yang bervariasi membuat pelanggan lebih leluasa untuk berkunjung kembali dan juga merekomendasikan menu *Cafe* Hanna Tea kepada orang lain.

2. Departemen Pariwisata dan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Karya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk meningkatkan wawasan mahasiswa dalam kaitannya dengan materi pendidikan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk pengetahuan pariwisata serta sebagai pemberi informasi tambahan yang cukup terutama bagi pihak-pihak terkait.

3. Bagi peneliti lain

Apabila tetap menggunakan kualitas pelayanan dan variasi menu sebagai faktor utama untuk melihat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Cafe* Hanna Tea, peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat memastikan kembali target sebaran kuesioner ditujukan kepada pelanggan yang baru melakukan kunjungan pembelian hanya 1 kali saja, atau maksimal 2 kali kunjungan pembelian di *cafe* Hanna Tea.

DAFTAR PUSTAKA

- Angriani, A. Pengaruh Varian Menu Dan Variasi menu breakfast Terhadap Keputusan Pembelian Pada Catering Ukhuwah Di Makassar.
- Eddyono, Fauziah. 2021. Pengelolaan Destinasi Pariwisata. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia. Diakses pada 9 Februari 2023 Jam 10.00.
- Kasinem (2020), Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media WahanaEkonomika*, 329-339.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke Tigabelas, Terjemahan Bob Sabran, MM . Jakarta: Erlangga.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adaptive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE . Diakses 28 Februari 2023.
- Santoso, Singgih, (2019). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*, Jakarta:PTGramedia.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alphabet.
- Suyuthie, H., & Yulianti (2015). Persepsi Tamu Tentang Kualitas Pelayanan Pada Departement Tata Graha di Hotel Ibis Padang. *Journal of Home Economics and Tourism*. Retrieved from <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/issue/view/627>