

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MAKANAN DAN MINUMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KANTIN DAN AREA JAJAN SEKITAR KAMPUS SEKOLAH TINGGI PARIWISATA TRISAKTI

Wijayanti Dewi Prabandari¹⁾, Emenina Tarigan²⁾

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
IKPN Bintaro No.1 Tanah Kusir Bintaro, Jakarta 12330, Indonesia
wijayanti@stptrisakti.ac.id , emenina tarigan86@gmail.com

ABSTRACT

The service quality of a canteen is very important because many customers will enjoy food and beverage dishes sold in canteens and snack areas around Campus Trisakti School of Tourism , where they are always required to serve food and beverages that have good hygienic and food quality. Customer satisfaction in this must also be considered so that in the sale and presentation of food can meet the tastes of the customer.

The method used in this research is quantitative descriptive method. The unit of analysis in this study is the first semester students of 2018 Trisakti Tourism College with a population of 581 students. Sampling is done by purposive sampling using Slovin with 90 respondents. Data processing used is validity test, reliability test, descriptive test, correlation test, test coefficient of determination, simple linear regression test.

Obtained the results of Service Quality research with a value of 0.337 with a low relationship to Customer Satisfaction. The Determination Coefficient is indicated by a value of 0.342 or the amount of contribution. Food and beverage service quality is 11.7% towards customer satisfaction and the rest is influenced by other factors. The collected data is processed using SPSS version 22 (Santoso, 2014). The study will be conducted from October 2018 to Januari 2019.

Keywords: Service quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Kualitas pelayanan suatu kantin adalah sangat penting karena banyak pelanggan yang akan menikmati hidangan makanan dan minuman yang dijual di kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, dimana selalu dituntut menyajikan makanan dan minuman yang memiliki higienitas dan kualitas makanan yang baik. Kepuasan Pelanggan dalam hal ini juga harus diperhatikan agar dalam penjualan dan penyajian makanan dapat memenuhi selera dari pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif . Unit analisis dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester satu angkatan 2018 Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti dengan jumlah populasi sebesar 581 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan secara Purposive Sampling dengan menggunakan slovin di dapat 90 responden. Pengolahan data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji deskriptive, uji Korelasi, uji Koefisien determinasi, Uji Regresi Linear Sederhana.

Diperoleh hasil penelitian Kualitas Pelayanan dengan nilai 0,337 dengan hubungan rendah terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien Determinasi ditunjukkan dengan nilai 0,342 atau besarnya kontribusi. Kualitas pelayanan makanan dan minuman 11,7% terhadap kepuasan

pelanggan dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain. Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan SPSS versi 22 (Santoso, 2014). Penelitian akan dilakukan bulan Oktober 2018 sampai dengan Januari 2019.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Riwayat Artikel :

Diajukan: 24 Januari 2019

Direvisi: 25 Juni 2019

Diterima: 27 Juni 2019

P E N D A H U L U A N

Kebutuhan manusia yang paling dasar adalah makan, minum dan pakaian. Untuk makanan pemenuhannya bisa dengan dimasak sendiri atau dengan membelinya diluar rumah. Saat ini makanan yang dijual diluar rumah semakin berkembang dan berbagai macam mulai dari warung, restaurant sampai fast food restaurant (restaurant siap saji). Untuk itu makanan sebaiknya memenuhi standart kesehatan yaitu aman, sehat, bergizi serta tidak menimbulkan gangguan terhadap penyakit (Titin agustina, 2010).

Oleh sebab itu banyak restaurant, warung, kantin, tempat jajan yang berlomba ingin merebut target pasar dengan cara membuka cabang sebanyak-banyaknya di Jakarta atau daerah-daerah lainnya yang potensi untuk berkembang dengan memberikan penawaran paket-paket hemat untuk pelanggan hingga penambahan jenis makanan dan minuman baru. Harus diperhatikan juga makanan yang disajikan itu sehat dan aman dari gangguan bakteri yang membahayakan. Dimana berbagai macam gangguan kesehatan yang dapat terjadi akibat makanan dapat dikelompokkan menjadi keracunan makanan dan penyakit bawaan makanan (Juli Soemirat Slamet, 2007: 171).

Salah satu usaha yang menyelenggarakan tempat makanan dan

minuman baik bagi dosen, mahasiswa dan tamu yang datang di dalam Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti adalah Koperasi HIKAPTRI bekerja sama dengan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Adapun jumlah tenant dalam kampus 14 tenant dimana yang tenant minuman ada 2 buah kosong, tenant makanan ada 12 buah dikelola oleh pihak luar atau outsourcing, dimana masing-masing menyewa kantin sejumlah Rp. 750.000,- per bulannya. Sedangkan tempat makanan dan minuman yang diluar area Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup banyak yaitu sekitar : 10 tempat makan dan minuman yang dikelola oleh pihak luar.

Pelanggan merupakan bagian yang sangat penting dan berpengaruh dalam membentuk berjalannya sebuah usaha makanan dan minuman yang maju. Selain daripada itu pelanggan juga berperan penting dalam menjalankan kelangsungan hidup sebuah tempat jual makanan dan minuman. Untuk itu Kantin atau tempat jajan haruslah memperhatikan kualitas dari produk atau jasa yang mereka berikan kepada pengunjung, agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Pada era globalisasi ini pelanggan sudah menjadi lebih kritis dalam memilih produk atau jasa yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Pelanggan juga memperhatikan antara biaya yang mereka keluarkan dengan manfaat yang akan mereka peroleh dari produk atau jasa tersebut.

Selain itu pengunjung atau konsumen yang datang banyak yang memiliki rutinitas yang tinggi dan bekerja di luar rumah, membuat mereka lebih cenderung menggunakan jasa dari pihak lain seperti restoran, warung makan, kantin dan catering untuk memenuhi kebutuhan mereka. Oleh sebab itu kita juga harus memperhatikan kebersihan makanan dan minuman yang dijual di kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, selain itu kenyamanan dari pengunjung yang datang juga harus diperhatikan.

Identifikasi Masalah yang ingin dibahas adalah :

1. Jumlah kapasitas tempat duduk yang kurang memadai,
2. Wadah tempat sajian makanan dan minuman yang tidak sesuai standar,
3. Penampilan makanan yang disajikan kurang menarik,
4. Waktu tunggu untuk pesanan tidak standar.

Perumusan Masalah adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan makanan dan minuman di kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan yang ada di Kantin dan area jajan Kampus sekitar Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti ?
3. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan di Kantin sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan makanan dan minuman di kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan di kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
3. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan di kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti berminat untuk mengambil Judul : *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Makanan dan Minuman terhadap kepuasan pelanggan di kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti”*

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Pelayanan

Setiap perusahaan yang menawarkan pelayanan seperti hotel dan restoran harus memberikan perhatian pada kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggannya, seperti yang diungkapkan oleh Yoeti (1999:23) memberikan batasan pengertian pelayanan sebagai berikut : *“Pelayanan atau jasa dalam industri perhotelan adalah suatu hasil dari kegiatan timbal balik antara produsen (dalam hal ini restaurant) dan konsumen (tamu) dengan melalui beberapa kegiatan internal. Produsen dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam bentuk kepuasan (satisfaction)”*.

Menurut Komaruddin (1994:793) pelayanan adalah :

“Pelayanan adalah alat pemenuh kebutuhan yang tidak berwujud atau prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan atau kebutuhan pihak lain”. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990), kualitas layanan yang meliputi lima dimensi yaitu :

1. *Reliability* (keandalan)
Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness* (ketanggapan)
Yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan member pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan/pasien.
3. *Assurance* (jaminan dan kepastian)
Meliputi kemampuan karyawan atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. *Empathy* (empati)
Yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
5. *Tangibles* (berwujud)
Meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan

dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Menurut Kotler dan Keller (2012: 214) :

“any act or performance that one party offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It’s production may or not be tied to a physical product”.

Selain itu, Goetsch dan David dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011: 164), adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan Ratnasari dan Aksa (2011:107), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima/diperoleh.

Berdasarkan beberapa definisi di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk pengukuran terhadap nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan harapan konsumen.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Bob Sabran (2012:177) kepuasan konsumen adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan. Lalu menurut Fandy Tjiptono (2012:146) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Selain itu, Kepuasan adalah tanggapan terhadap pemenuhan keinginan konsumen. Kepuasan Pelanggan adalah suatu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat konsumsi yang menyenangkan terkait pemenuhan tersebut (Zeithaml dalam Oktafani dan Dimas S P, 2014).

Berdasarkan beberapa di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atas pengalaman yang didapat dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan keinginan dan kebutuhan dapat dipenuhi.

Strategi Kepuasan Konsumen

Usaha mewujudkan kepuasan konsumen tidaklah mudah. Tetapi usaha untuk senantiasa memperbaiki kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Performa suatu perusahaan berpengaruh besar terhadap minat konsumen sehingga diperlukan suatu strategi yang jitu untuk melakukan hal tersebut. Pada hakikatnya, strategi kepuasan konsumen akan menyebabkan pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut konsumen suatu penyedia jasa.

Menurut Fornell yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012 : 321) bahwa pada setiap perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara lain strategi ofensif dan strategi defensif. Berikut strategi bisnis menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011 : 322).

1. Strategi Ofensif

Ditujukan untuk meraih atau mendapatkan pelanggan baru. Dengan strategi ini, perusahaan berharap dapat

meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Hingga saat ini perhatian perusahaan lebih banyak dicurahkan pada strategi ofensif. Apabila perusahaan hanya berfokus pada strategi ofensif dan mengabaikan strategi defensif, risiko terbesarnya adalah kelangsungan hidupnya dapat terancam setiap saat.

2. Strategi Defensif

Meliputi usaha mengurangi kemungkinan customer exit dan beralihnya pelanggan ke pemasar lain. Tujuan strategi ini adalah untuk meminimalisasi *customer turnover* atau memaksimalkan *customer retention* dengan melindungi produk dan pasarnya dari serangan para pesaing. Cara untuk mencapai tujuan ini adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan saat ini.

Dimensi Untuk mengukur Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2012: 140) mempertahankan pelanggan merupakan hal penting daripada memikat pelanggan. Oleh karena itu, terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Membeli lagi;
2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya;
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing;
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama;
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip Fandy Tjiptono (2011:315) ada beberapa metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggannya langsung.

2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk yang ditawarkan dari perusahaan dan juga dari produk pesaing dari pesaingnya. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost*

shoppers juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun

3. *Lost Customer Analysis* (Analisis Kehilangan Pelanggan)

Perusahaan akan menghubungi para pelanggan atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab-penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, di mana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dan memuskan pelanggannya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dengan cara menggunakan berbagai macam metode yaitu seperti metode survei, baik survei melalui pos, telepon, *e-mail*, *website*, maupun wawancara langsung. Melalui survei tersebut perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (*feedback*) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya.

M E T O D E P E N E L I T I A N

Metode penelitian adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif karena penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran lengkap mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang membeli makanan dan minuman di Kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama, mengenai profil responden, sedangkan bagian kedua

mengenai variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Unit analisis penelitian ini adalah 581 mahasiswa tingkat satu angkatan tahun 2018 Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Dalam penelitian ini penarikan sampel secara *Purposive Sampling*, teknik yang menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative (Sugiono,2010)

Variabel dan Pengukurannya

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang bersangkutan dengan judul yang ditulis, variabel tersebut adalah variabel terikat (*dependent* variabel) dan variabel bebas (*independent* variabel). Variabel bebas (*independent* variabel) dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel terikatnya (*dependent* variabel) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan yang diberikan oleh Kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, menurut Uma Sekaran jilid 2 (2006:31) skala Likert di desain untuk menelaah seberapa kuat subjek tertentu setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik . Poin 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = cukup setuju; 4 = setuju; 5 = sangat setuju (Yusuf,2014: 223, Suwartono, 2014:85).

Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari atas: obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari

dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini : 581 orang. Data didapat dari jumlah mahasiswa tingkat 1 angkatan 2018 data dari My STPT.

Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang dijelaskan oleh Soewadji (2012:134) dengan hasil : 85,3 (Dibulatkan menjadi 90 responden).

Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling*.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan: Menyebarkan daftar pertanyaan, melakukan wawancara, melakukan pengamatan langsung. Jenis data dalam penelitian ini ada dua cara, yaitu:

1. Data primer
yaitu data yang diperoleh dengan melakukan observasi secara langsung ke lokasi penelitian, wawancara langsung dengan responden, serta penyebaran kuesioner.

2. Data sekunder

yaitu data yang diperoleh dari luar responden namun berhubungan dengan obyek yang diteliti dan bersifat menunjang teori. Data tersebut diperoleh dari media *online*, literatur dan buku-buku sebagai pendukung data primer.

Cronbach's Alpha. Nilai antara 0 sampai dengan 1. Kriteria *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

<i>Cronbach's Alpha</i> >0,8	Reliabilitas baik
------------------------------	-------------------

Nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Pengolahan Data

Dalam pengolahan data menggunakan SPSS 22 for Windows (Santoso, 2014: 163-380).

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.0 - 0.20	Kurang Andal
>0.20 - 0.40	Agak Andal
>0.40 - 0.60	Cukup Andal
>0.60 - 0.80	Andal
>0.80 - 1.00	Sangat Andal

Analisis Data

Analisis data yang dilakukan meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif.

Analisis Statistik Deskriptif

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014: 267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang *valid* adalah data "yang tidak berbeda" antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Jika *r* hitung > *r* table dan nilai positif, maka variabel tersebut dinyatakan *valid*. Sedangkan jika *r* hitung < *r* tabel, maka variabel tersebut tidak *valid*. (Santoso, 2014: 316).

Analisis statistik deskriptif adalah kegiatan pengumpulan dan peringkasan data, serta penyajian hasil peringkasan tersebut, yaitu mencari *central tendency* (kecenderungan terpusat), mengukur sub variabel yang paling sesuai dan paling tidak sesuai dengan harapan responden. Caranya dengan menghitung nilai mean (Santoso, 2002: 163-214). Dengan menggunakan rumus ukuran letak diperoleh persamaan: $L = [k(n+1)]/n$. Dimana *k* = ukuran letak ke.....; *n* = banyaknya data atau skala ukur Likert. Setelah dihitung maka diperoleh skor interval sebagai berikut :

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas untuk menetapkan apakah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dalam uji reliabilitas digunakan

Skor Interval dan Penilaiannya

Skor Interval	Penilaian
1,00 -1,20	Sangat tidak setuju
>1,20 - 2,40	Tidak setuju
>2,40 - 3,60	Cukup setuju
>3,60 - 4,80	Setuju
>4, 80 - 5,00	Sangat setuju

Analisis Korelasi Pearson

Koefisien Korelasi

Menurut Kusmayadi dan sugiarto (2000: 240), Koefisien Korelasi berkisar antara -1 sampai +1 dengan kekuatan hubungan Koefisien Korelasi adalah sebagai berikut :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
+ 1,00	Hubungan positif sempurna
- 1,00	Hubungan negatif sempurna
0,85 - 0,99	Hubungan sangat erat/kuat
0,70 - 0,84	Hubungan erat/kuat
0,50 - 0,69	Hubungan sedang
0,30 - 0,49	Hubungan rendah
0,10 - 0,29	Hubungan sangat rendah/lemah
0,01 - 0,09	Hubungan diabaikan
- 0,00	Tak ada hubungan sama sekali

Sumber : Kusmayadi dan Sugiarto (2000: 240)

Koefisien Determinasi

Koefisien Korelasi yang dikuadratkan (r^2) dinamakan dengan Koefisien Determinasi atau Koefisien Penentu. Koefisien Determinasi merupakan proporsi untuk menentukan terjadinya presentase variansi bersama antar variabel X dengan variabel Y jika dikalikan dengan 100%, Susetyo (2010: 122). Berikut rumus koefisien determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Besaran Koefisien Determinasi

Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2016) regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana dalam penelitian ini :

Y= variabel terikat (kepuasan pelanggan)

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel bebas (kualitas pelayanan)

Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji t) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap

variabel dependen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti didirikan tanggal 2 Juni 1969 dengan nama Akademi Perhotelan dan Kepariwisata Trisakti, dengan pendiri Bp. H.Mulyatno Sindhudarmoko,SE, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti pada waktu itu dan pada tanggal 26 November 1969 beliau ditunjuk oleh Yayasan Trisakti sebagai Direktur Akademi perhotelan dan Kepariwisata Trisakti sampai dengan tahun 1990. Pada tahun 1972 Akademi Perhotelan dan Kepariwisata Trisakti membuka jurusan baru yaitu Tour & Travel.APK kemudian berubah menjadi Akaademi Pariwisata Trisakti yang beralamat di Grogol, tahun 1987 berpindah ke JL IKPN Bintaro, Tanah Kusir Jakarta Selatan.

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti mempunyai kantin yang dinamakan kantin pesona, kantin Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti pengelolaannya diserahkan kepada Koperasi HIKAPTRI (Himpunan Dan Pegawai Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti) koperasi bertujuan mewujudkan kesejahteraan anggota pada khususnya masyarakat pada umumnya

Terdapat 14 penyewa makanan dan minuman di Kantin Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti yang dinaungi oleh koperasi HIKAPTRI. Fasilitas yang diberikan koperasi HIKAPTRI kepada penjual di kantin kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti yaitu berupa listrik \pm 1500 watt yang lebih dari pemakaian

dikenakan lagi uang tambahan sekitar Rp.50.000,dan tempat cuci piring dan harga sewa yaitu Rp750.000 perbulan dibayar setiap tiga bulan sekali. Dan untuk area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti dinamakan Warung Kamis dimana mulai beroperasi pada tahun 1987, sejak Kampus Pesona dibuka, jumlah pedagang pada saat itu hanya sekitar 7 pedagang, tetapi memiliki berbagai jenis makanan dan minuman, dengan berkembangnya waktu saat kawasan Toyota ditutup, maka area jajan hanya sekitar Warung Kamis sudah berkembang saat ini menjadi sekitar 10 pedagang kaki lima yang berjualan di area sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dibahas dan dijelaskan mengenai hasil perhitungan dari data yang telah dikumpulkan dan diolah melalui program SPSS 22 (*Statistical Package For Social Science*). Adapun data yang didapat berupa data primer yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden yang menikmati hidangan makan dan minuman di Kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.

Berikut adalah hasil penelitian berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan:

a. Deskripsi Responden Penelitian

Pada sub-bab ini akan dijelaskan mengenai identitas dari responden berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, pendidikan terakhir, status pernikahan, dan tingkat kedatangan. Pengelompokan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran responden sebagai objek penelitian sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa dari 90 responden, terdapat 37 orang laki-laki dan 53 orang wanita.
 2. Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa dari 90 responden, yang berusia <18 tahun berjumlah 39 orang, yang berusia 19-25 tahun berjumlah 40 orang, yang berusia 26-33 tahun berjumlah 9 orang, yang berusia 34-40 tahun berjumlah 1 orang dan yang berusia >40 Tahun berjumlah 1 orang.
 3. Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa dari 90 responden, sejumlah 87 orang berstatus belum menikah, dan 3 orang karyawan berstatus sudah menikah.
 4. Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa dari 90 responden, sejumlah 8 orang yang berlatar belakang pendidikan Magister Manajemen, berpendidikan Sarjana Hospitality sejumlah 5 orang, berpendidikan Diploma IV Perhotelan sejumlah 24 orang, berpendidikan Diploma III Perhotelan sejumlah 40 orang, berpendidikan Diploma I Perhotelan berjumlah 6 orang, dan yang berpendidikan Diploma IV Usaha Perjalanan Wisata berjumlah 6 orang.
 5. Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa dari 90 responden, sejumlah 11 orang yang <2 untuk menikmati makanan dan minuman di area kantin dan area jajan STP Trisakti, sejumlah 25 orang yang 2-3 datang untuk menikmati makanan dan minuman di area kantin dan area jajan STP Trisakti, sejumlah 30 orang yang 4-5 datang untuk menikmati makanan dan minuman di area kantin dan di area jajan STP Trisakti, dan sejumlah 24 orang >5 datang untuk menikmati makanan dan minuman di area kantin dan di area jajan STP Trisakti.
- b. Uji Validitas
- Rumus yang di gunakan adalah:
- $$df = n-k ,$$
- sehingga r tabel yang digunakan sebesar 0,201. Hasil pengujian validitas untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :
1. Variabel Kualitas Pelayanan (X) dinyatakan r hitung > r tabel (0,201) dinyatakan seluruh pernyataan variabel Kualitas pelayanan (X) valid.
 2. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan r hitung > r tabel (0,201) dinyatakan seluruh pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) valid.
- c. Uji Reliabilitas
- Uji reliabilitas merupakan syarat untuk pengujian validitas, oleh karena itu walaupun instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan 15 pertanyaan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.887. Oleh karena nilai ini lebih besar dari 0,8 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan masuk kedalam kategori reliabilitas baik. Kemudian pernyataan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.887, Oleh karena nilai ini masuk kedalam kategori 0,80-100, maka variabel kualitas pelayanan masuk kedalam nilai tingkat keandalan sangat andal. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan 9 pertanyaan

menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.881. Oleh karena nilai ini lebih besar dari 0,8, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan masuk kedalam kategori reliabilitas baik. Kemudian pernyataan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.896, Oleh karena nilai ini masuk kedalam kategori 0,80-100, maka variabel kualitas pelayanan masuk kedalam nilai tingkat keandalan sangat andal.

Data Responden Terhadap Variabel (X) Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pengelola Kantin dan area jajan menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan bahwa 1 responden (1,0%) memilih tidak setuju, 24 responden (26,70%) memilih cukup setuju, 54 responden (60%) memilih setuju, 10 responden (11,1%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila pengelola kantin dan area jajan menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak Pengelola Kantin dan area jajan dapat diandalkan dalam menangani komplain pelanggan bahwa 1 responden (1,1%) memilih sangat tidak setuju, 10 responden (11,1%) memilih tidak setuju, 30 responden (33,3%) cukup setuju, 46 responden (51,1%) memilih setuju, 3 responden (3,3%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila pihak pengelola kantin dan area jajan dapat diandalkan dalam menangani komplain pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pengelola Kantin dan area jajan dapat memberikan layanan makanan dan minuman sesuai selera pelanggan bahwa 1 responden (1,1%) memilih sangat tidak setuju, 7 responden (7,8%) memilih tidak setuju, 27 responden (30,0%) cukup setuju, 41 responden (45,6%) memilih setuju, 14 responden (15,6%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila pihak pengelola kantin dan area jajan dapat memberikan layanan makanan dan minuman sesuai selera pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pengelola Kantin dan area jajan cepat tanggap dalam merespon, bahwa 2 responden (2,2%) memilih sangat tidak setuju, 9 responden (10%) memilih tidak setuju, 27 responden (30,0%) cukup setuju, 41 responden (45,6%) memilih setuju, 11 responden (12,2%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila pengelola kantin dan area jajan cepat tanggap dalam merespon permintaan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pengelola Kantin dan area jajan memberikan pelayanan yang cepat dan efisien, bahwa 3 responden (3,3%) memilih sangat tidak setuju, 16 responden (17,8%) memilih tidak setuju, 28 responden (31,1%) cukup setuju, 30 responden (33,3%) memilih setuju, 13 responden (14,4%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila pengelola kantin dan area jajan memberikan pelayanan yang cepat dan efisien.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pengelola kantin dan area jajan

memiliki kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan, bahwa 6 responden (6,7%) memilih tidak setuju, 26 responden (28,9%) cukup setuju, 50 responden (55,6%) memilih setuju, 8 responden (8,9%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila pengelola kantin dan area jajan memiliki kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Penampilan dalam penyajian makanan dan minuman menarik para pelanggan, bahwa 9 responden (10,0%) memilih tidak setuju, 40 responden (44,4%) cukup setuju, 31 responden (34,4%) memilih setuju, 10 responden (11,1%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila penampilan dalam penyajian makanan dan minuman menarik para pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak Pengelola di kantin dan area jajan konsisten bersikap sopan dalam melayani pelanggan, bahwa 2 responden (2,2%) memilih tidak setuju, 21 responden (23,30%) cukup setuju, 44 responden (48,9%) memilih setuju, 23 responden (25,6%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila pihak pengelola di kantin dan area jajan konsisten bersikap sopan dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak Pengelola kantin dan area jajan memberikan rasa aman sewaktu menyajikan makanan dan minuman dalam wadah sesuai standar K3, bahwa 9 responden (10,0%) memilih tidak setuju, 27 responden (30,0%) cukup setuju, 41 responden (45,6%) memilih setuju, 13

responden (14,4%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila pihak pengelola kantin dan area jajan memberikan rasa aman sewaktu menyajikan makanan dan minuman dalam wadah sesuai standar K3.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak Pengelola Kantin dan area jajan memberikan perhatian secara individual pada para pelanggan, bahwa 16 responden (17,8%) memilih tidak setuju, 37 responden (41,1%) cukup setuju, 32 responden (35,6%) memilih setuju, 5 responden (5,6%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila pihak pengelola kantin dan area jajan memberikan perhatian secara individual pada para pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak Pengelola kantin dan area jajan memperhatikan sungguh-sungguh kebutuhan pelanggan, bahwa 11 responden (12,2%) memilih tidak setuju, 41 responden (45,6%) cukup setuju, 33 responden (36,70%) memilih setuju, 5 responden (5,6%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila pihak pengelola kantin dan area jajan memperhatikan sungguh-sungguh kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Waktu operasi buka Kantin dan Area jajan memiliki kenyamanan, tabel diatas menyatakan bahwa 2 responden (2,2%) memilih sangat tidak setuju, 8 responden (8,9%) memilih tidak setuju, 25 responden (27,8%) cukup setuju, 40 responden (44,4%) memilih setuju, 15 responden (16,7%) memilih sangat setuju.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti setuju bila waktu operasi buka kantin dan area jajan memiliki kenyamanan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Kantin dan area jajan memiliki peralatan memadai bahwa 1 responden (1,1%) memilih sangat tidak setuju, 16 responden (17,8%) memilih tidak setuju, 31 responden (34,4%) cukup setuju, 36 responden (40%) memilih setuju, 6 responden (6,7%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila kantin dan area jajan memiliki peralatan memadai.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Kantin dan area jajan memiliki fasilitas tempat duduk yang memadai, bahwa 5 responden (5,6%) memilih sangat tidak setuju, 26 responden (28,9%) memilih tidak setuju, 32 responden (35,6%) cukup setuju, 24 responden (26,7%) memilih setuju, 3 responden (3,3%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila kantin dan area jajan memiliki fasilitas tempat duduk yang memadai.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Para stafnya memiliki penampilan rapi dan profesional bahwa 2 responden (2,2%) memilih sangat tidak setuju, 21 responden (23,3%) memilih tidak setuju, 41 responden (45,6%) cukup setuju, 23 responden (25,6%) memilih setuju, 3 responden (3,3%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila para stafnya memiliki penampilan rapi dan profesional.

Data Responden Terhadap Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pengelola Kantin dan area jajan memberi kesempatan pelanggan untuk menyampaikan saran dan keluhan, bahwa 7 responden (7,8%) memilih sangat tidak setuju, 27 responden (30%) memilih tidak setuju, 38 responden (42,2%) cukup setuju, 18 responden (20%) memilih setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila pengelola kantin dan area jajan memberi kesempatan pelanggan untuk menyampaikan saran dan keluhan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pengelola Kantin dan area jajan menyediakan kotak saran bagi pelanggan, bahwa 7 responden (7,8%) memilih sangat tidak setuju, 45 responden (50%) memilih tidak setuju, 29 responden (32,2%) cukup setuju, 8 responden (8,9%) memilih setuju, 1 responden (1,1%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti tidak setuju bila pengelola Kantin dan area jajan menyediakan kotak saran bagi pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Masalah yang dialami pelanggan ditanggapi dengan cepat oleh pihak pengelola Kantin dan area jajan, bahwa 4 responden (4,4%) memilih sangat tidak setuju, 21 responden (23,3%) memilih tidak setuju, 47 responden (52,2%) cukup setuju, 16 responden (17,8%) memilih setuju, 2 responden (2,2%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila masalah yang dialami pelanggan ditanggapi dengan cepat oleh pihak pengelola Kantin dan area jajan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak pengelola kantin dan area jajan sering memperkerjakan *ghost shoppers* yang berperan sebagai pelanggan potensial, bahwa 8 responden (8,9%) memilih sangat tidak setuju, 30 responden (33,3%) memilih tidak setuju, 38 responden (42,2%) cukup setuju, 10 responden (11,1%) memilih setuju, 4 responden (4,4%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila pihak pengelola kantin dan area jajan sering memperkerjakan *ghost shoppers* yang berperan sebagai pelanggan potensial.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai *Ghost shoppers* sering mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada dari pelanggan, bahwa 3 responden (3,3%) memilih sangat tidak setuju, 33 responden (36,7%) memilih tidak setuju, 37 responden (41,1%) cukup setuju, 14 responden (15,6%) memilih setuju, 3 responden (3,3%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila *Ghost shoppers* sering mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada dari pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak pengelola Kantin dan area jajan sering menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli produk makanan dan minuman, bahwa 13 responden (14,4%) memilih sangat tidak setuju, 38 responden (42,2%) memilih tidak setuju, 29 responden (32,2%) cukup setuju, 8 responden (8,9%) memilih setuju, 2 responden (2,2%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti tidak setuju bila pihak pengelola Kantin dan area jajan sering menghubungi pelanggan yang telah

berhenti membeli produk makanan dan minuman.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Penjual melakukan pengamatan penyebab mengapa pelanggan berpindah ke tempat lain, bahwa 13 responden (14,4%) memilih sangat tidak setuju, 34 responden (37,8%) memilih tidak setuju, 31 responden (34,4%) cukup setuju, 11 responden (12,2%) memilih setuju, 1 responden (1,1%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti tidak setuju bila penjual melakukan pengamatan penyebab mengapa pelanggan berpindah ke tempat lain.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak pengelola kantin dan area jajan menggunakan riset kepuasan pelanggan, bahwa 12 responden (13,3%) memilih sangat tidak setuju, 34 responden (37,8%) memilih tidak setuju, 35 responden (38,9%) cukup setuju, 9 responden (10%) memilih setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti cukup setuju bila pihak pengelola kantin dan area jajan menggunakan riset kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari 90 responden mengenai Pihak pengelola kantin dan area jajan melakukan survey dengan cara melalui pos, telepon, *email*, *website* maupun wawancara langsung ke pelanggan, bahwa 11 responden (12,2%) memilih sangat tidak setuju, 38 responden (42,2%) memilih tidak setuju, 33 responden (36,7%) cukup setuju, 7 responden (7,8%) memilih setuju, 1 responden (1,1%) memilih sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti tidak setuju bila pihak pengelola kantin dan area jajan melakukan survey dengan cara melalui pos,

telepon, email, *website* maupun wawancara langsung ke pelanggan.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang akan dianalisis, yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan. Penilaian terhadap masing-masing variabel penelitian dapat dilihat dari nilai rata-rata dan standar deviasi. Adapun data diambil dari penyebaran kuesioner dan data yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0.

Hasil Uji Statistik Deskriptif untuk Kualitas Pelayanan (X) menunjukkan :

1. Hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa pernyataan “Pihak Pengelola di kantin dan area jajan konsisten bersikap sopan dalam melayani pelanggan”, mendapat nilai mean paling tinggi, sebesar 3.9778. Hal ini terjadi karena pihak pengelola kantin sudah menerapkan secara konsisten sikap sopan dalam melayani pelanggan.
2. Sedangkan hasil pada pernyataan “Kantin dan area jajan memiliki fasilitas tempat duduk yang memadai”, mendapatkan mean terendah sebesar 2,9333. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena pelanggan yang datang lebih banyak dari fasilitas tempat duduk yang tersedia.
3. Untuk kategori mean keseluruhan nilai 3,4807 dapat dikategorikan cukup setuju dilihat dari tabel interval *mean* variabel yang ada di bab III. Untuk dapat dikategorikan cukup setuju, maka nilai mean berada antara >2,40 - 3,60. *Mean* variabel kualitas pelayanan (X) masuk kedalam kategori cukup setuju dengan kualitas pelayanan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.

Hasil Uji Statistik Deskriptif untuk Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan :

1. Hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa pernyataan “Masalah yang dialami pelanggan ditanggapi dengan cepat oleh pihak pengelola Kantin dan area jajan”, mendapat nilai mean paling tinggi, sebesar 2.9000. Hal ini terjadi karena pihak pengelola kantin sudah menanggapi dengan cepat masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan.
2. Sedangkan hasil pada pernyataan “Pihak pengelola Kantin dan area jajan sering menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli produk makanan dan minuman”, mendapatkan mean terendah yaitu sebesar 2,4222. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena tidak dihubungi nya pelanggan yang telah berhenti membeli produk makanan dan minuman oleh pihak pengelola kantin dan area jajan.
3. Untuk kategori *mean* keseluruhan nilai 2,5963 dapat dikategorikan cukup setuju dilihat dari tabel interval mean variabel yang ada di bab III. Untuk dapat dikategorikan cukup setuju, maka nilai mean berada antara >2,40 - 3,60. *Mean* variabel kepuasan pelanggan (Y) masuk kedalam kategori cukup setuju dengan kepuasan pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.

Hasil Uji Koefisien Korelasi Pearson

Berdasarkan nilai korelasi Pearson sebesar 0,337 maka dapat disimpulkan. berada pada interval 0,30 - 0,49 maka hasil tersebut dapat diartikan bahwa hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti masuk kedalam kategori hubungan rendah.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Dengan demikian nilai yang didapat untuk koefisien determinasi adalah sebesar 11.70%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 11,70% terhadap kepuasan pelanggan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Sedangkan sisanya yaitu 88.30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10.701 + 0.243X$$

Dengan demikian maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 10.701 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kualitas pelayanan maka nilai partisipasi sebesar 10.701.
2. Koefisien regresi X sebesar 0.243 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Kualitas pelayanan maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0.243.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

K E S I M P U L A N

Setelah melakukan semua penelitian dan terutama pengolahan data yang dibahas pada Bab 4 , maka peneliti membuat kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan di Kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti menunjukkan bahwa pernyataan “Pihak Pengelola di kantin dan area jajan konsisten bersikap sopan dalam melayani pelanggan”, mendapat nilai mean paling tinggi, sebesar 3.9778. Hal ini terjadi karena pihak pengelola kantin

sudah menerapkan secara konsisten sikap sopan dalam melayani pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan di kantin dan area jajan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti yang memiliki mean terendah sebesar 2,9333 yaitu Kantin dan area jajan memiliki fasilitas tempat duduk yang memadai. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena masih banyaknya pelanggan yang datang untuk makan dan minum disitu sehingga dirasakan fasilitas tempat duduknya kurang memadai
3. Kepuasan Pelanggan menunjukkan bahwa pernyataan “Masalah yang dialami pelanggan ditanggapi dengan cepat oleh pihak pengelola Kantin dan area jajan”, mendapat nilai mean paling tinggi, sebesar 2.9000. Hal ini terjadi dikarenakan pihak pengelola kantin dapat menanggapi dengan cepat masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan. Adapun Kepuasan Pelanggan yang memiliki mean yang paling rendah adalah : 2,4222 mengenai :Pihak pengelola Kantin dan area jajan sering menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli produk makanan dan minuman”,. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena tidak dihubungkan nya pelanggan yang telah berhenti membeli produk makanan dan minuman oleh pihak pengelola kantin dan area jajan.
4. Pengaruh Kualitas pelayanan makanan dan minuman di kantin dan area jajan sekitar Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti berpengaruh sebesar 11,7% terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan pelanggan yang hanya berfokus terhadap pembelian produk saja bukan pelayanan. Selain itu bisa juga dikarenakan kurangnya interaksi antara pihak pengelola kantin dan area jajan

dengan pelanggan. Untuk sisanya yaitu 88,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Dilihat dari tingkat signifikansi maka Pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah 8.540, b (angka koefisien regresi) bernilai 0.293. Nilainya adalah positif, maka dengan demikian bahwa setiap terjadi 1 kali perubahan kualitas pelayanan (X), maka Tahapan kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.293. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

SARAN

1. Untuk kualitas pelayanan variabel (X) yang terendah adalah hasil pada pernyataan “Kantin dan area jajan memiliki fasilitas tempat duduk yang memadai”, mendapatkan mean terendah yaitu sebesar 2,9333. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena masih kurangnya tempat duduk di area kantin jajan, sehingga pelanggan merasa tempat duduk kurang. Saran nya untuk kedepannya kantin juga dapat menambah fasilitas meja dan tempat duduk agar pelanggan dapat menikmati hidangan dengan nyaman.
2. Untuk kepuasan pelanggan variabel (Y) yang terendah adalah : hasil pada pernyataan “Pihak pengelola Kantin dan area jajan sering menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli produk makanan dan minuman”, mendapatkan mean terendah yaitu sebesar 2.4222. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena tidak dihubungi nya pelanggan yang telah berhenti

membeli produk makanan dan minuman oleh pihak pengelola kantin dan area jajan. Saran nya agar kedepannya pihak pengelola kantin lebih memperhatikan pelanggan yang loyal sering makan dan minum di kantin dan area jajan , sehingga memiliki hubungan baik antara pengelola kantin dan area jajan dengan para pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. 1999. *Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi*. Bandung : Penerbit
- Angkasa Agustina, Titin. 2010. Teknubuga - Volume 2 No. 2. *Kontaminasi Logam Berat dan Dampaknya Pada Kesehatan*. Diakses tanggal 23 Juni 2016
- Aritonang R, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Azwar, Azrul. 1996. *Pengantar Administrasi Kesehatan: Edisi Ketiga*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kusmayadi dan Sugiarto, E., 2000, *Metodologi Penelitian dalam*

- Bidang Kepariwisata*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler Dan Keller, 2012. *Marketing Management Edisi 14*, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor, Ghalia, Indonesia
- Singgih, Santoso 2002, *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*, Jakarta, Elexmedia, Komputindo
- Singgih, Santoso 2014, *Panduan Lengkap SPSS versi 20 (edisi revisi)*, Jakarta, Gramedia
- Slamet, Juli, Soemirat, 2007, *Kesehatan Lingkungan*, Yogyakarta, Gajah Mada, University Press
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono, Fandy 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra 2011, *Service Quality and Satisfaction (edisi 3)*, Yogyakarta, Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy (2012), *Service Management mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta, CV Andi Offset
- Umar, Husein. 2005, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Ed 7*, Jakarta, Penerbit Rajawali Pers.
- Zeithaml, V. et al (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm. 5th edition*. Mc. Grow Hill.
- Zeithaml, A. Valarie, Parasuraman, Berry. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: Free Press