

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN ASIDO KHAS BATAK
JALAN BUNGA TEROMPET NO.16 KOTA MEDAN**

Evan Sari Maqdalena Nainggolan
evansarinainggolan@gmail.com
Universitas Negeri Medan

Agus Rahmadsyah
agusrahmadsyah@unimed.ac.id
Universitas Negeri Medan

ABSTRACT

The aim of this research is to find out whether customer satisfaction at the Asido Khas Batak Restaurant on Jalan Terompet Bunga No. 16 Medan City is influenced by facilities and service quality. A total of 31,416 people constituted the population of this study, which used a quantitative approach. Using nonprobability sampling, a sample of 100 respondents who met the predetermined criteria was collected. Validity, reliability and classical assumption tests were used to test the data before the t test, F test and coefficient of determination were used in the research data collection method. Customer satisfaction is proven to be significantly influenced by facilities and service quality. Customer satisfaction is greatly influenced by facilities and service quality simultaneously. Service and facility quality variables can influence customer satisfaction by 63.6%, according to the adjusted coefficient of determination (Adjusted R2) of 0.636, with other variables outside the scope of this research model determining the remaining 36.4%. This indicates that the reasons behind customer happiness may still be caused by other factors.

Keywords: Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Karena bisnis berkembang dengan cepat, semakin banyak orang yang bercita-cita menjadi pengusaha, sehingga meningkatkan jumlah pesaing di pasar. Mereka yang berkecimpung dalam industri makanan, seperti restoran, adalah salah satunya. Kata "restoran" mengacu pada setiap tempat usaha yang menawarkan layanan makanan dan ruang makan untuk masyarakat umum. Bahkan di masa ekonomi yang sulit, restoran masih dianggap sebagai salah satu industri yang paling menguntungkan. Meskipun demikian, banyak bisnis yang gagal karena mereka tidak dapat mengembangkan pelanggan mereka. Situasi seperti ini memaksa beberapa

bisnis untuk terus bersaing dengan mengembangkan barang dengan banyak manfaat. Agar pelanggan dapat menerima barang yang disediakan dengan senang hati dan rasa puas. Persaingan bisnis yang terjadi membuat para pelaku bisnis harus terus melakukan inovasi dan strategi agar bisnis yang telah dibangun tetap bisa bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin sulit. Kepuasan pelanggan merupakan prasyarat bagi pemilik bisnis untuk memenuhi persyaratan tinggi dari jaringan bisnis yang sangat kompetitif.

Kualitas layanan dan fasilitas adalah dua elemen kunci yang mendorong kebahagiaan pelanggan, menurut Tjiptono (2016). Menurut Tjiptono (2022) kualitas layanan adalah

ukuran kemampuan organisasi untuk memenuhi permintaan dan harapan pelanggannya secara akurat serta berupaya untuk memuaskan keinginan mereka. Ketika hasil dari jasa yang dimanfaatkan sesuai dengan preferensi klien atau pelanggan, saat itulah kualitas pelayanan terjadi (Bimaria, *et al*, 2020). Salah satu strategi yang berguna untuk bisnis apa pun adalah memahami kebutuhan pelanggannya dan menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi kepada mereka. Sebelum suatu pelayanan dapat diberikan kepada pelanggan, harus ada fasilitas yang merupakan persyaratan fisik (Tjiptono dan Chandra, 2016).

Dalam rangka memaksimalkan kebahagiaan pelanggan, Tjiptono (2015:152) mendefinisikan fasilitas sebagai segala sesuatu yang secara sadar disediakan oleh pemasok untuk digunakan dan dinikmati oleh pelanggan. Untuk mendorong pertumbuhan pelanggan, bisnis yang ingin memuaskan pelanggannya harus terlebih dahulu memahami kebutuhan dan tujuan mereka, baik saat ini maupun di masa depan serta dapat memberikan hasil yang positif bagi perusahaan (Kurniawan & Soliha, 2022).

Pada kesempatan ini, peneliti akan meneliti salah satu rumah makan yang ada di Kota Medan yaitu Rumah Makan Asido Khas Batak. Rumah Makan Asido Khas Batak merupakan salah satu bisnis makanan yang memiliki masakan khas batak dengan resep dan cita rasa makanan yang enak membuat pelanggan ingin sekali makan di rumah makan tersebut.

Rumah Makan Asido Khas Batak beralamat di Jalan Bunga Terompet No.16, Padang Bulan Selayang II, Kec. Medan Selayang. Rumah Makan Asido Khas Batak mempunyai konsep rumah makan yang bentuknya seperti rumah adat batak dan juga menyediakan fasilitas yang dapat dinikmati oleh pelanggan. Meskipun demikian, pemilik restoran, bahkan restoran asido Batak standar, menghadapi persaingan yang ketat.

Untuk berhasil di pasar ini, mereka harus menawarkan keunggulan kompetitif. Beberapa contohnya adalah menawarkan layanan yang cepat dan penuh perhatian yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan membuat mereka merasa puas; selain itu, mereka juga harus menyediakan fasilitas yang lengkap dan memadai yang memungkinkan mereka menjamu pelanggan dengan nyaman dan merasa puas. Seorang pembeli menilai apakah harapannya yang tinggi dapat dipenuhi oleh barang atau jasa setelah melakukan pembelian. Oleh karena itu memberikan kualitas pelayanan yang maksimal dan fasilitas yang memadai merupakan langkah yang tepat dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan baru yang pastinya akan meningkatkan jumlah pelanggan serta memberikan keuntungan bagi rumah makan asido.

2. KERANGKA TEORITIS

Kepuasan Konsumen

Setiap Rumah Makan pasti berupaya untuk memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggannya. Oleh karena itu, kepuasan merupakan faktor terpenting dalam upaya memperkuat

pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Kepuasan konsumen mengacu pada emosi dan perasaan yang dimiliki konsumen ketika membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang diharapkan sebelumnya. Kepuasan konsumen merupakan pengalaman subyektif yang ada ketika membandingkan persepsi mengenai hasil dengan harapannya (Tjiptono, 2015:146).

Kotler dan Keller (2016:196) menjelaskan kepuasan konsumen merupakan hasil pengalaman positif atau negatif yang timbul dari perbandingan pengalaman kerja karyawan dan harapan dari pelanggan. Dari beberapa definisi dan pendapat di atas, dapat disimpulkan kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana pelanggan merasa puas, baik puas atau tidak, dan kepuasan mereka bermula dari harapan mereka terhadap hasil yang diungkapkan pelanggan terhadap suatu produk tertentu.

Menurut Priansa (2017:209) oleh Fandy Tjiptono, Produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan staf, fasilitas, dan suasana adalah tujuh variabel yang berdampak pada kepuasan konsumen.

Kesenangan pelanggan menghasilkan berbagai keuntungan, seperti yang dinyatakan oleh Tjiptono (2015:102). Keuntungan-keuntungan tersebut antara lain:

1. Harmoni antara perusahaan dan pelanggan.
2. Memberikan landasan yang kuat untuk pembelian berulang.
3. Tunjukkan loyalitas pelanggan.

4. Mengembangkan rekomendasi informal di antara anggota tim yang akan bermanfaat bagi bisnis.
5. Menjamin reputasi baik bisnis dimata pelanggan.
6. Dapat meningkatkan keuntungan
Tjiptono (2015:101) mengemukakan bahwa indikator dalam kepuasan konsumen ada tiga, yakni:
 1. Kesesuaian harapan, indikatornya meliputi:
 - a. Produk yang memenuhi atau melampaui harapan.
 - b. Pekerjaan yang dilakukan pegawai sesuai atau melampaui harapannya.
 - c. Fasilitas pendukung yang diberikan selaras dengan harapan.
 2. Minat berkunjung kembali, indikatornya meliputi:
 - a) Tertarik berkunjung lagi karena pelayanan karyawan yang memuaskan.
 - b) Tertarik pada mutu dan keuntungan yang akan mereka terima sesudah membeli produk tersebut.
 - c) Tertarik karena mempunyai fasilitas pendukung yang baik.
 3. Kesiediaan merekomendasikan, indikatornya meliputi:
 - a) Memotivasi orang lain untuk membayar produk yang disediakan karena pelayanan yang menguntungkan;
 - b) Memotivasi orang lain untuk membayar produk yang disediakan karena tersedianya fasilitas pendukung yang mendukung;
 - c) Memotivasi orang lain untuk membayar produk yang disediakan karena nilai atau manfaat yang diterimanya sesudah membelinya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019:304), kualitas layanan pelanggan merujuk pada usaha yang dilaksanakan guna merespons kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan cepat dan efisien guna meningkatkan pengalaman pelanggan. Menurut Wykof (2018), kualitas layanan adalah hasil terbaik yang diinginkan pelanggan dan bagaimana hal itu diidentifikasi dan diterapkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Saat memberikan layanan, kualitas layanan dinilai. Kualitas pelayanan ditentukan oleh harapan dan kehendak konsumen serta kecepatan pemberian layanan untuk memaksimalkan pengalaman konsumen. Setiap interaksi yang terjadi mewakili peluang tertentu, peluang untuk mengenal pelanggan secara keseluruhan atau sebagian.

Tjiptono dan Chandra (2016:125) mengidentifikasi dua faktor - layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan - yang mempengaruhi kualitas layanan.

Kualitas layanan yang tepat kemungkinan besar juga akan menguntungkan bisnis. Manfaat pekerjaan berkualitas tinggi menurut Kottler, Hayes, dan Bloom (dalam Manap, 2016:376), yakni:

1. Pelanggan akan menjadi yang pertama datang ke bisnis; jika menurut mereka bisnis tersebut berjalan dengan baik, mereka mungkin memutuskan untuk tetap menjalankan bisnis tersebut.
2. Pelanggan menjadi media iklan gratis. Berdasarkan persepsinya terhadap kinerja perusahaan,

pelanggan akan meneruskannya kepada banyak orang.

3. Dampak dari usaha jangka panjang adalah semakin banyak pelanggan tetap suatu perusahaan, maka usaha tersebut tidak dapat memperoleh pelanggan kembali karena sudah ada konsumen tetap.
4. Konsumen bahagia karena kebutuhannya terpenuhi. Kebutuhan ini berasal dari berbagai sumber, termasuk rantai pasokan perusahaan dan kualitas produk atau layanan.
5. Reputasi perusahaan meningkat: Jumlah pelanggan yang bersedia membeli dan menjadi pelanggan tetap meningkat, sehingga pelanggan memahami bahwa perusahaan beroperasi secara menguntungkan berdasarkan namanya.

Indikator kualitas pelayanan dinyatakan sebagai berikut (Tjiptono, 2019:305):

1. Keandalan adalah kemampuan menghadirkan bantuan secara cepat, akurat, dan menyeluruh.
2. Responsiveness, atau keinginan karyawan untuk menolong dan memberi layanan yang responsif.
3. Jaminan, ialah kemampuan untuk dipercaya, memberikan dukungan kepada konsumen, dan kemampuan menjawab semua pertanyaan mereka.
4. Empati, meliputi mudah bergaul, mempunyai kemampuan komunikasi yang baik, memperhatikan diri sendiri, dan memahami kebutuhan pelanggan lain.
5. Berwujud. Akibat ketidakmampuan suatu layanan untuk dilihat, dipahami, atau digunakan secara langsung, atribut fisik menjadi sangat penting

ketika mengevaluasi suatu layanan. Pelanggan menggunakan persepsi visual untuk menentukan tingkat kualitas layanan mana yang akan berdampak terhadap harapan mereka.

Fasilitas

Fasilitas ialah setiap barang yang disediakan secara sukarela oleh suatu penyedia untuk digunakan dan dihargai oleh pelanggan, dengan tujuan mencapai tingkat kepuasan yang wajar (Tjiptono, 2015:152). Menurut Kotler dkk. (2016), fasilitas ialah bukti fisik yang dipersembahkan oleh penyedia layanan guna meningkatkan kesejahteraan pelanggan. Setiap fasilitas yang tersedia harus diperhatikan, termasuk kondisinya, panjangnya, desain interior dan eksteriornya, serta pemeliharannya, terutama yang berkaitan langsung dengan manfaat dan pengalaman jangka panjang konsumen. Fasilitas yang lengkap akan menimbulkan kepuasan pelanggan.

Menurut Bagozzi dkk (2018), faktor yang mempengaruhi fasilitas adalah: desain peralatan, fungsi nilai, estetika, kondisi pendukung dan pendukung peralatan.

Purnomo dalam Safitri (2021:15) mengemukakan manfaat dari fasilitas adalah:

1. Batasi investasi ulang pada peralatan
2. Manfaatkan ruang yang tersedia dengan lebih baik

3. Mengutamakan kemudahan penggunaan dan keamanan bagi karyawan dan pelanggan.
 4. Peningkatan efisiensi.
 5. Optimalisasi alur kerja
- Menurut Tjiptono (2014:318) indikator fasilitas ada enam, yaitu:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial
Fitur-fitur seperti proporsi, tekstur, dan pesan diungkapkan, dianalisis, dan dikembangkan untuk meningkatkan respons emosional dan intelektual pengguna atau orang lain yang berinteraksi dengannya.
2. Perencanaan ruang
Selain itu, unit ini mencakup desain interior dan arsitektur, termasuk desain furnitur, perencanaan ruang, dan pengecatan luar. Penting untuk mempertimbangkan penataan ruang tunggu, penataan furnitur, dan tambahannya.
3. Perlengkapan/perabotan
Furnitur bertindak sebagai panduan untuk memberikan penampilan, kenyamanan, dan infrastruktur untuk mendukung penggunaan produk. Fasilitas yang diidentifikasi dalam penelitian ini antara lain hotspot internet, listrik, meja atau kursi, lukisan atau bahan bacaan, dan alat tulis.
4. Tata cahaya dan warna
Pencahayaannya ini berkaitan dengan warna, jenis warna pada ruangan, dan pengaturan pencahayaan merupakan aktivitas dan suasana yang diinginkan. Penggunaan warna menimbulkan kesan santai, mengurangi tingkat kecelakaan dan meningkatkan efisiensi. Peringatan yang digunakan pada peralatan dapur dalam ruangan

harus dihubungkan dengan dampak negatif dari peringatan yang dipakai.

5. Pesan yang di sampaikan secara grafis

Aspek penting dan saling terkait dari komponen-komponen tersebut antara lain tampilan, susunan, warna, pencahayaan, serta simbol dan simbol yang digunakan untuk tujuan tertentu. Contohnya termasuk foto, foto hitam putih, poster, lembar informasi, dll.

6. Unsur pendukung

Yang utama adalah fasilitas yang tidak boleh terbengkalai tanpa fasilitas tambahan seperti toilet, tempat makan dan minum, lahan parkir, mendengarkan musik, internet area yang luas, dan selalu memperhatikan standar kebersihan.

3. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif sebagai metode investigasi. Rumah Makan Asido Khas Batak, Jalan Bunga Terompet No. 16, Padang Bulan Selayang II, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20132, menjadi lokasi penelitian ini. Tanggal 27 Maret 2024 hingga 5 April 2024 adalah periode penelitian.

Sebanyak 31.416 pelanggan Restoran Asido Khas Batak yang melakukan pembelian antara bulan Januari hingga Desember 2023 merupakan populasi penelitian. Penulis penelitian ini menggunakan pendekatan non-probability sampling karena jumlah populasi lebih dari 100

orang. Hasilnya, 100 responden dimasukkan ke dalam seluruh populasi di Restoran Asido Khas Batak.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner, tinjauan literatur, wawancara, dan observasi. Analisis regresi linier berganda, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 22.0 for Windows. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan adalah variabel dependen (Y), dan kualitas layanan dan fasilitas adalah faktor independen (X1) dan (X2). Untuk menguji hubungan-hubungan ini, analisis regresi linier berganda digunakan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Penelitian

Berikut ini Karakteristik Responden Penelitian pada konsumen Rumah Makan Asido Khas Batak yaitu sebanyak 100 responden.

Tabel 1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentasi
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Sumber : Kuisoner yang diolah (2024)

Berdasarkan statistik di atas, jumlah responden adalah 100, yang menunjukkan bahwa kategori responden yang paling umum berdasarkan gender adalah perempuan, yaitu 58% dari total dan hanya 42% yang masuk dalam kategori laki-laki.

Tabel 2. Responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentasi
10-20 Tahun	11	11%
21-30 Tahun	21	21%
31-40 Tahun	30	30%
>40 Tahun	38	38%
Total	100	100%

Sumber : Kuisoner yang diolah (2024)

Berdasarkan data di atas yang menunjukkan jumlah keseluruhan tanggapan, menurut klasifikasi usia, ada sekitar 11 responden dalam rentang usia 10-20 tahun, sekitar 21 responden dalam rentang usia 21-30 tahun, sekitar 30 responden dalam rentang usia 31-40 tahun, dan sekitar 38 responden dalam rentang usia 40-40 tahun.

Tabel 3. Responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentasi
Pelajar/Mahasiswa	15	15%
Wiraswasta	28	28%
Karyawan	32	32%
Lainnya	25	25%
Total	100	100%

Sumber : Kuisoner yang diolah (2024)

Berdasarkan statistik di atas, total responden sekitar 100 orang. Penggolongan berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa sebanyak 15% atau 15 responden, berdasarkan pekerjaan wiraswasta sebanyak 28% atau 28 responden, berdasarkan pekerjaan karyawan/pegawai sebanyak 32 atau 32 responden dan berdasarkan pekerjaan lainnya sebanyak 25% atau 25 orang.

Uji Asumsi Klasik

Uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas adalah tiga komponen dari rangkaian uji asumsi klasik. Nilai Asymp Sig (2-tailed) adalah $0,200 > 0,05$, sesuai dengan temuan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dari distribusi data penelitian. Data penelitian ini semuanya berdistribusi normal, maka dapat disimpulkan.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,87596716
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,047
	Negative	-,035
Test Statistic		,047
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

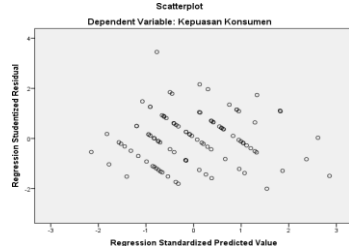
- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber: Hasil Perhitungan Data SPSS 22.0 (Diolah 2024)*

Analisis regresi multikolinear dilakukan dengan menguji variance inflasi faktor (VIF) dan nilai toleransi. Multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan yang sempurna (tidak terputus) antar variabel bebas. Akibatnya, varians (kesalahan standar) koefisien regresi sampel tidak terbatas, dan koefisien regresi tidak bervariasi secara signifikan dari nol. Lebih dari 0,1 adalah nilai Tolerance yang diperlukan, sedangkan

kurang dari 10 adalah nilai VIF yang diperlukan.

Dari hasil uji multikolinearitas terlihat jelas bahwa tidak ada masalah multikolinearitas pada model regresi. Nilai tolerance untuk setiap variabel berikut ini memberikan bukti untuk hal ini: Karena semua nilai tolerance lebih dari 0,1, Kualitas Layanan (X1) dan Fasilitas (X2) memiliki nilai 0,989. Selanjutnya, dapat ditunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen, karena nilai VIF dari kedua variabel, Kualitas Layanan (X1) dan Fasilitas (X2), adalah 1,011.

Dalam model regresi, uji heteroskedastisitas menentukan adanya ketidaksetaraan varian dari residu satu pengamatan ke residu pengamatan lainnya. Apabila variasi sisa suatu percobaan mencapai percobaan berikutnya dengan koefisien tertentu, maka disebut homoskedastisitas; jika sangat bervariasi disebut heteroskedastisitas. Berdasarkan grafik Scatterplot dapat diperoleh bahwa penyebaran dari titik-titik mendekati di angka 0 serta tersebar diatas dan dibawah. Serta titik dalam gambar tidak membentuk pola khusus artinya tidak ada permasalahan heterokedastisitas.



Gambar 1. Grafik Scatterplot
Sumber: Hasil Perhitungan Data SPSS 22.0 (Diolah 2024)

Strategi untuk menganalisis dampak dari dua atau lebih faktor independen terhadap satu variabel dependen adalah analisis regresi linier berganda. Untuk mengantisipasi seberapa besar nilai variabel dependen akan bervariasi ketika variabel independen berubah, maka pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier. 5,028 merupakan nilai konstanta yang diperoleh dari hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan bernilai positif dapat diartikan nilainya sama dengan 0 yang artinya jika variabel bebas tidak ada berarti tidak ada perubahan, tetapi karena dalam model ini didukung oleh variabel bebas maka Kepuasan Konsumen akan meningkat, variabel Kualitas Pelayanan (X1) yaitu 0,241 dan variabel Fasilitas (X2) yaitu 0,190. Persamaan regresi yang dibentuk berdasar pada hasil analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,028 + 0,241X_1 + 0,190X_2 + e$$

Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji t secara parsial pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), nilai t-hitung sebesar 9,702 > t-tabel sebesar 1,985 dan probabilitas sebesar 0,000 pada tingkat signifikansi 5%. Mengingat hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang lebih bahagia akan menjadi konsekuensi dari peningkatan kualitas layanan di Restoran Asido Khas Batak, maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, pada tingkat signifikansi 5%, variabel Fasilitas (X2) memiliki probabilitas sebesar 0,000 dan nilai t-hitung sebesar 7,618 > t-tabel sebesar 1,985. Dapat disimpulkan bahwa

fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan cukup besar terhadap kepuasan pelanggan karena hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik fasilitas yang dimiliki oleh Rumah Makan Asido Khas Batak, maka pelanggan akan semakin puas.

Tabel 5. Hasil uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,028	1,101		4,566	,000
Kualitas Pelayanan	,241	,025	,598	9,702	,000
Fasilitas	,190	,025	,469	7,618	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Perhitungan Data SPSS 22.0 (Diolah 2024)

$0.000 < 0.05$ adalah nilai signifikansi berdasarkan temuan uji F (Simultan), dan 84.778 adalah nilai Fhitung. Ini berarti $84,778 > 3,09$ adalah nilai Ftabel. Kesimpulan: Kepuasan pelanggan Restoran Asido Khas Batak dipengaruhi secara positif oleh variabel Fasilitas (X2) dan variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara bersamaan.

Nilai koefisien determinasi R-square sebesar 0.636. Ini sesuai dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0.636. Ini menunjukkan bahwa variabel independen, fasilitas (X2) dan kualitas layanan (X1), dapat menjelaskan variabel dependen, kepuasan konsumen (Y), menyumbang 63,6% dari variasi variabel dependen. 36,4%

dipengaruhi oleh elemen-elemen tambahan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasar pada hasil dari jawaban responden, adapun pernyataan yang memiliki nilai tertinggi pada variabel kualitas pelayanan yaitu di indikator berwujud (tangible) yaitu terdapat pada pernyataan mengenai “Karyawan Rumah Makan Asido Khas Batak memiliki penampilan yang rapi dan bersih” yang berarti dalam pernyataan ini konsumen setuju akan hal tersebut bahwa karyawan rumah makan tersebut memiliki penampilan yang rapi dan bersih. Sedangkan untuk item pernyataan paling rendah adalah pada indikator daya tanggap (responsiveness) terdapat pada pernyataan yaitu “Karyawan dapat dengan cepat dan tanggap dalam melayani pesanan saya”. Hal ini menandakan banyak pelanggan yang pernah membeli di Rumah Makan Asido tidak setuju dengan pernyataan tersebut yang berarti mereka tidak mendapatkan pelayanan yang cepat dari karyawannya. Tentu hal ini menjadi masalah bagi Rumah Makan Asido karena lambatnya pelayanan mereka.

Dari hasil uji hipotesis dapat disimpulkan terdapat dampak positif yang signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Asido Khas Batak. Konsumen biasanya menilai kualitas pelayanan yang diberikan, yaitu pegawai yang cepat dan tanggap dalam melayani konsumen. Pelanggan menginginkan karyawan untuk tepat waktu dan cepat melakukan pelayanan pada pelanggan seperti

mengantarkan pesanan konsumen tepat waktu sehingga tidak harus menunggu lama, guna meningkatkan kepuasan pelanggan juga diperlukan pendampingan dan daya tanggap dalam hal memberikan informasi yang jelas mengenai pelayanan yang diberikan dan segera menangani keluhan konsumen.

Menurut penelitian Isra Nur Mujahadah & Cut Irna Setiawati (2020), Henry Eko Siagian, Rudi Wahono & Meta Erlita (2020), dan Tia Aprilia Susnita & Imas Sakinah (2023), kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil dari jawaban responden, adapun pernyataan yang memiliki nilai tertinggi pada variabel fasilitas yaitu di indikator pertimbangan/perencanaan spasial yaitu terdapat pada pernyataan mengenai “Rumah Makan Asido memiliki tampilan ruangan yang tertata dengan rapi” yang berarti dalam pernyataan ini konsumen setuju akan hal tersebut bahwa rumah makan tersebut memiliki tampilan ruangan yang tertata dengan rapi. Sedangkan untuk item pernyataan paling rendah adalah pada indikator perlengkapan/perabotan terdapat pada pernyataan yaitu “Rumah Makan Asido menyediakan kipas angin yang membuat rumah makan tidak terasa panas”. Hal ini menandakan banyak pelanggan yang pernah membeli di Rumah Makan Asido tidak setuju dengan pernyataan tersebut yang

berarti rumah makan tersebut tidak menyediakan kipas sehingga rumah makan tersebut terasa pengap dan panas.

Fasilitas Restoran Asido Khas Batak memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan hasil uji hipotesis. Bentuk fisik dan suasana yang diciptakan oleh sebuah bisnis untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggannya disebut fasilitas.

Menurut penelitian, fasilitas memiliki dampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian Dimas Dwi Kurniawan & Euis Soliha (2022), Galih Ayu Prasasti & Putri Maisara (2022), Yulina Eliza, Irwan Muslim, Anne Putri, Yass Andria & Sri Maryanti (2023).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji simultan yang dilakukan (uji F), diperoleh F tabel sebesar 3,09 dan nilai F hitung sebesar 84,778. Dengan demikian, $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $84,778 > 3,09$. Jika tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$, maka hipotesis variabel yang menyatakan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan di restoran Asido Khas Batak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, secara simultan diterima. Nilai yang diperoleh adalah R-square sebesar 0,636 dengan koefisien determinasi. Artinya, 63,6% dari pengaruh kepuasan pelanggan dapat dikaitkan dengan variabel fasilitas dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel lain di luar cakupan model penelitian menyumbang 36,4% sisanya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Peneliti merumuskan kesimpulan sebagai berikut setelah mempertimbangkan hasil uji statistik dan memperdebatkan temuan penelitian tentang pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Asido Khas Batak, Jalan Bunga Terompet No. 16 Kota Medan:

- 1) Hipotesis pertama yang diajukan penulis dapat diterima karena variabel Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Asido Khas Batak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- 2) Dengan demikian, hipotesis kedua yang diajukan penulis dapat diterima yaitu karakteristik fasilitas pada Rumah Makan Asido Khas Batak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 3) Hipotesis ketiga yang diajukan penulis dapat diterima dengan dasar bahwa Variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Asido Khas Batak.
- 4) Nilai R-Square yang dihasilkan menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persentase variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas sebesar 63,6%, sedangkan sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Peneliti menawarkan berbagai rekomendasi berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan yang telah disebutkan sebelumnya. Rekomendasi tersebut antara lain:

- a. Berdasarkan hasil variabel kualitas pelayanan Rumah Makan Batak Asido terhadap nilai pernyataan indeks daya tanggap yang paling rendah, perlu adanya perbaikan lebih lanjut, dan diberikan nomor antrian kepada konsumen agar proses pembelian lebih lancar serta teratur. Penambahan karyawan untuk menjamin kualitas pelayanan pada rumah khas Batak meningkatkan daya tanggap saat melayani konsumen. Selain hal penting misalnya saat membeli makanan dan tidak mengantri lama sebelum makanan disajikan, hal ini juga memberikan rasa kepuasan bagi pelanggan.
- b. Berdasarkan hasil variabel fasilitas yang nilai tampilannya paling rendah pada indikator perlengkapan/perabotan rumah makan asido khas Batak, perlu dilakukan perbaikan lebih lanjut dan mempertimbangkan instalasi kipas angin restoran Asido lebih lanjut. Untuk mencegah restoran Asido terasa pengap atau kepanasan, hal ini mutlak diperlukan. Untuk alasan sederhana, pelanggan yang lebih bahagia, semakin baik fasilitas yang ditawarkan.
- c. Untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Restoran Asido Spesialisasi Batak, diharapkan

peneliti di masa mendatang dapat memperluas cakupan investigasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagozzi, R. P., Rosa, J. A., Celly, K. S., & Coronel, F. (2018). *Marketing-Management*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Dimas Dwi Kurniawan, Euis Soliha. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang*. YUME : Journal of Management, 5(1), 348 – 358.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Fandy Tjiptono. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 4. Penerbit Andi.
- Galih Ayu Prasasti, Putri Maisara. (2022). *Pengaruh Fasilitas, Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Solo Raya*. PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik, IX(2), 276-288.
- Henry Eko Siagian, Rudi Wahono & Meta Erlita. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen di Bravo Resto*. Jakarta: Universitas Budi Luhur, 2(5), 68-73.
- Isra Nur Mujahadah, Cut Irna Setiawati. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Upnormal Coffee Roasters Global Project Bandung*. e-Proceeding of Management, 7(2), 6855-6862.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabet.
- Safitri, Tia. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Batam City Hotel*. Batam: Universitas Putera Batam.
- Tia Aprilia Susnita, Imas Sakinah. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Fajar Toserba Talaga Kabupaten Majalengka*. Prosiding Frima, 316-322.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction (Edisi 4)*. Penerbit Andi.

Yulina Eliza, Irwan Muslim, Anne Putri, Yass Andria & Sri Maryanti. (2023). *The Effect Of Facilities and Comfort On Customer Satisfaction: The Services as an Intervening*. Asean International Journal of Business, 2(2), 214-227.