

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN-RESTORAN DI SURABAYA

Erna Susanti

Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika
erna_susanti@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study is to analyze and measure the factors and the factors that influence customer satisfaction in service based foodservice restaurants in Surabaya evaluation factors. From the research conducted, it showed that the factors that affect overall customer satisfaction on service restaurants in Surabaya is the price and value and of a number of a sample of respondents in this study formed a cluster that value seekers. The factors that affect customer satisfaction on service restaurants in Surabaya on value seekers are menu diversity and noise.

Keywords: service, restaurant, factor analysis, customer satisfaction

Intisari

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan dan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya berdasarkan *foodservice evaluation factors*.

Dari penelitian yang dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran yang ada di Surabaya adalah *price and value* dan dari sejumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini terbentuk satu *cluster* yaitu *value seekers*. Faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran yang ada di Surabaya pada *value seekers* adalah *menu diversity* dan *noise*.

Kata kunci: jasa, restoran, analisis faktor, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan mempunyai peranan yang cukup penting bagi perusahaan. Menurut Atila dan Fisun (2003), kepuasan pelanggan merupakan topik penting bagi para peneliti dan manajer, karena tingginya tingkat kepuasan pelanggan menyebabkan peningkatan pembelian ulang antara pelanggan saat ini dan membantu perekrutan pelanggan baru dengan meningkatkan *image* pasar

organisasi. Anderson dan Sullivan (1993) mengatakan bahwa relevansi dari kepuasan dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan menyebabkan *word-of-mouth* tidak lagi diperdebatkan, bahkan File et al. (1994) menyatakan bahwa kepuasan adalah salah satu faktor utama penggerak *positive word-of-mouth*.

Kualitas layanan menjadi salah satu keutamaan dalam kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik diharapkan dapat membantu rumah makan tersebut dalam memperoleh pelanggan baru. Perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan layanan kepada pelanggan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaingnya. Tjiptono (2006) berpendapat bahwa kesuksesan dalam persaingan akan dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan dapat mempertahankan pelanggannya.

Namun untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya, bisnis restoran harus bersaing dengan para pesaingnya dalam memberikan layanan yang terbaik. Persaingan yang ada dalam bisnis restoran semakin ketat karena banyaknya restoran-restoran baru yang bermunculan. Hal ini dikarenakan bisnis restoran memiliki 'lahan' yang cukup potensial dan kreatif dalam pengelolaannya. Berbagai kreasi makanan mulai dari yang unik sampai ekstrem digemari oleh para pecinta kuliner (Kompas, 2011).

Bisnis restoran adalah sebuah bisnis yang luar biasa dan hampir tidak pernah mati. Bisnis restoran bisa terus berkembang karena semua orang membutuhkan makanan sehingga secara otomatis bisnis restoran selalu dicari orang. Bahkan dalam kondisi krisis sekalipun, bisnis restoran tidak terlalu terkena imbasnya dan menjadi prospek yang bagus.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) Jatim menunjukkan, pertumbuhan sektor perdagangan, perhotelan dan restoran sampai semester I/2010 mencapai sekitar 9,38%. Sementara sumbangannya terhadap total pertumbuhan Jatim tercatat paling tinggi dengan besaran 2,93% (kabarbisnis.com, 2010).

Pada tahun 2011 sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran memberikan kontribusi sebesar 13.8% dalam PDB dan pada semester I tahun 2012, sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran memberikan kontribusi sebesar 13,7% (Data

Strategis BPS, 2012). Sedangkan bagi industri kreatif di Indonesia, subsektor kuliner menyumbangkan pendapatan terbesar atau sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada 2011 atau sekitar Rp169,62 triliun (Investor Daily, 2012).

Data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur menunjukkan bahwa sektor perdagangan, hotel, dan restoran merupakan salah satu sektor bisnis yang memiliki pertumbuhan tertinggi, yaitu sebesar 9,69%. Secara keseluruhan sektor perdagangan, hotel, dan restoran merupakan sektor yang mendominasi struktur ekonomi Surabaya jika dibandingkan dengan sektor- sektor bisnis lain, yaitu sebesar 45,06% (Surabayapagi.com, 2012).

Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim Tjahjono Haryono mengatakan, terus bertumbuhnya industri café dan restoran di Surabaya selain didorong perkembangan makro ekonomi, juga dipicu oleh gaya hidup masyarakat yang senang '*kongkow*' (<http://whatindonews.com/id>). Hal yang sama juga dinyatakan oleh Sekretaris Jenderal Asosiasi Pengusaha Café dan Restoran Jawa Timur, Mufid Wahyudi, pertumbuhan tersebut sangat mungkin terjadi sebagai salah satu bentuk reaksi terhadap perubahan gaya hidup masyarakat Surabaya.

Kebiasaan masyarakat yang lebih suka makan di luar membuat bisnis restoran semakin bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan menawarkan produk-produk makanan yang berkualitas. Hal ini berdampak terhadap perubahan perilaku pembelian. Perilaku pembelian yang awalnya tidak terlalu kritis, dimana hanya harga yang menjadi patokan pembelian sedangkan faktor lain cenderung diabaikan. Kini, perilaku pembelian tersebut berubah menjadi sangat selektif dan kritis dalam menentukan pilihan pembelian. Bukan hanya dari rasa makanan, tetapi juga terdapat berbagai faktor lain yang pada saat ini mempengaruhi keputusan pembelian, seperti suasana tempat, fasilitas tempat, hiburan dan dari segi pelayanan yang ada di restoran tersebut (<http://thesis.binus.ac.id>).

Menurut Atila dan Fisun (2003), ada faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih jenis restoran (*restaurant selection factors*). Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. **Service quality and staff attitude** meliputi *service standard, service efficiency, attentive service, helpful staff, competent staff, staff appearance*, dan *price shown clearly*.
- b. **Product quality and hygiene** meliputi *food preparation consistency, food tastiness, high-quality food, fresh ingredients, hygienic food preparation*, dan *staff cleanliness*.
- c. **Adventurous menu** meliputi *adventurous menu, availability of local dishes, availability of interesting food*, dan *a place frequented by locals*.
- d. **Price and value** meliputi *reasonable food prices, food value for money*, dan *hearty portions*.
- e. **Atmosphere and activity** meliputi *restaurant atmosphere* dan *activity and entertainment*.
- f. **Healthy food** meliputi *availability of healthy food* dan *nutrious food*.
- g. **Location and appearance** meliputi *impression from the road* dan *convenient location*.
- h. **Smoke** meliputi *availability of non-smoking area*
- i. **Visibility** meliputi *visibility of food preparation area*.

Sedangkan faktor-faktor yang digunakan untuk mengevaluasi layanan restoran (*foodservice evaluation factors*) menurut Atila dan Fisun (2003) adalah sebagai berikut:

- a. **Service quality**. Dimensi *service quality* meliputi *service standards, consistent service quality, service courtesy, friendly restaurant managers/staff, knowledge of the staff, willingness to help, communication with the staff, competent restaurant staff*, dan *attentive restaurant staff*.
- b. **Product quality**. Dimensi *product quality* meliputi *food quality, food portions, food tastiness, food temperature, food presentation, food preparation consistency*, dan *non-greasy food*.

- c. **Menu diversity.** Dimensi *menu diversity* meliputi *menu variety, availability of menu items, availability of dishes liked, availability of local dishes, availability beverages liked, dan healthy food choice.*
- d. **Hygienes.** Dimensi *hygienes* meliputi *cleanliness of restaurant staff, cleanliness of the restaurant/utensils, tidiness of the restaurant, dan appearance of staff.*
- e. **Convenience and location.** Dimensi *convenience and location* meliputi *location of the restaurant, crowd level in the restaurant, dan operating hours.*
- f. **Noise.** Dimensi *noise* meliputi *quietness of restaurant surroundings dan quietness of restaurant.*
- g. **Service speed.** Dimensi *service speed* meliputi *waiting time for dishes dan efficiency of service.*
- h. **Prices and value.** Dimensi *price and value* meliputi *food prices dan value of food for the price charged.*
- i. **Facilities.** Dimensi *facilities* meliputi *children facilities.*
- j. **Atmosphere.** Dimensi *atmosphere* meliputi *the atmosphere in the restaurant.*

Restaurant selection factors digunakan untuk membuat *cluster* dari sejumlah responden yang menjadi sampel pada penelitian ini. Sedangkan *foodservice evaluation factors* digunakan untuk mengukur dan menganalisis kepuasan pelanggan pada layanan restoran-restoran di Surabaya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya?

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya berdasarkan *foodservice evaluation factors*.

Manfaat dari penelitian ini dapat ditinjau dari dua kepentingan, yaitu untuk kepentingan manajemen restoran dan untuk kepentingan akademis. Untuk manajemen restoran dapat digunakan sebagai evaluasi atas berbagai kebijakan yang berkaitan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan bagi

akademis dapat memperoleh wawasan penelitian terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kausal. Dimana disebut kausal karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya. Sedangkan teknik penelitian yang digunakan adalah regresi berganda yang berfungsi untuk mengukur dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang didapat langsung dari responden melalui pembagian kuesioner untuk memperoleh tanggapan maupun pendapat responden berdasarkan pertanyaan-pertanyaan tertulis dalam kuesioner tersebut. Kuesioner dibagikan kepada responden sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan sebelumnya.

Sumber data yang digunakan adalah instrumen penelitian berupa kuesioner yang diserahkan dan diisi sendiri oleh pelanggan yang dijadikan responden untuk memperoleh data-data mengenai tanggapan responden berdasarkan pernyataan yang ada.

Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling*. Hal ini dikarenakan tidak diketahuinya probabilitas sampel yang dipilih. Jumlah populasi yang dipilih sebagai sampel adalah berdasarkan atas keputusan peneliti dan dibatasi oleh karakteristik tertentu yang telah ditetapkan. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*, yaitu bentuk *non-probability sampling* dimana anggota sampel yang dipilih, diambil berdasarkan kemudahan menemui responden yang diperlukan.

Berdasarkan pendapat Fraenkel dan Wallen bahwa ukuran sampel yang dapat diterima tergantung dari jenis penelitian, besaran sampel minimum untuk penelitian deskriptif adalah sejumlah 100 responden (<http://teorionline.net/menentukan-ukuran-sampel-menurut-para-ahli/>).

Langkah-langkah pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Menentukan variabel elemen-elemen yang akan diukur.
2. Membuat kuesioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* di restoran.
3. Membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria responden yang telah ditetapkan.
4. Mengumpulkan jawaban kuesioner sebanyak 100 kuesioner yang benar-benar layak diteliti.
5. Melakukan *cluster*.
6. Melakukan analisis dengan regresi berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari sejumlah responden yang menjadi sampel pada penelitian ini, terbentuk hanya satu *cluster* berdasarkan hasil *cluster* dengan metode K-means.

Tabel 1
Hasil Cluster Berdasarkan Metode K-Means

<i>Cluster</i>	<i>Anggota Cluster</i>
1	15
2	68
3	17
Valid	100
Missing	0,00

*Sumber: data penelitian, diolah penulis

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa ada 3 kelompok yaitu *cluster* 1 berisikan 15 anggota, *cluster* 2 berisikan 68 anggota, dan *cluster* 3 berisikan 17 anggota. Namun, yang dipilih adalah *cluster* 2. Sedangkan *cluster* 1 dan *cluster* 3 dapat diabaikan karena anggotanya sedikit ($n < 30$). *Cluster* yang terbentuk adalah *value seekers*.

Value seekers adalah orang-orang yang lebih cenderung memilih restoran dengan variasi menu yang terbatas, ketersediaan setiap menu, adanya menu atau minuman favorit, adanya hidangan lokal dan pilihan makanan sehat. Selain itu, mereka juga mementingkan ketenangan suasana restoran baik di dalam maupun di luar restoran.

Secara *aggregate*, faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Berganda Secara Aggregate

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,495	0,907		6,058	0,000
	SQ	-0,024	0,278	-0,016	-0,086	0,932
	PQ	-0,136	0,230	-0,095	-0,593	0,555
	MD	-0,127	0,196	-0,091	-0,648	0,519
	H	0,068	0,213	0,053	0,321	0,749
	CL	-0,043	0,207	-0,033	-0,209	0,835
	N	0,103	0,145	0,096	0,710	0,479
	SS	0,162	0,166	0,142	0,975	0,332
	PV	-0,304	0,133	-0,262	-2,282	0,025
	F	0,111	0,060	0,193	1,841	0,069
	A	0,169	0,135	0,164	1,250	0,215

*Sumber: data penelitian, diolah penulis

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya secara *aggregate* adalah *price and value* yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,025 dan menghasilkan persamaan regresi $Y = 5,495 - 0,304x_1$. Artinya, konstanta memiliki nilai sebesar 5,495. Jika x_1 (*price and value*) memiliki nilai nol, maka Y (*customer satisfaction*) memiliki nilai 5,495. Jika x_1 (*price and value*) memiliki nilai koefisien regresi sebesar $-0,304$.

Hal ini berarti jika variabel independen lain nilainya tetap atau tidak berubah, maka setiap kenaikan 1 satuan atau 1% variabel *price and value* akan menurunkan *customer satisfaction* sebesar 0,304. Koefisien variabel x_1 (*price and value*) bernilai negatif, ini berarti bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang negatif antara x_1 (*price and value*) dan Y (*customer satisfaction*), artinya semakin meningkat nilai x_1 (*price and value*) maka akan menurunkan Y (*customer satisfaction*).

Jadi seberapa mahal makanan tersebut dan seberapa sesuai porsi yang disajikan dengan harga yang harus dibayarkan, hal ini yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya. Terkadang

sebagian orang memang memilih restoran dengan harga makanan yang mahal dan porsi yang sedikit karena ada faktor-faktor lain yang membuat mereka berani membayar lebih daripada hanya sekedar menikmati makanan yang disajikan.

Sedangkan hasil regresi berganda untuk *value seekers* dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Berganda *Value Seekers*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,810	1,497		2,544	0,014
	SQ	-0,161	0,350	-0,097	-0,461	0,647
	PQ	0,401	0,313	0,229	1,279	0,206
	MD	-0,744	0,367	-0,407	-2,024	0,048
	H	-0,014	0,289	-0,009	-0,047	0,962
	CL	0,160	0,270	0,100	0,590	0,557
	N	0,546	0,229	0,423	2,382	0,021
	SS	-0,074	0,224	-0,058	-0,329	0,744
	PV	0,057	0,158	0,050	0,359	0,721
	F	0,016	0,067	0,031	0,240	0,811
	A	0,072	0,192	0,058	0,374	0,710

*Sumber: data penelitian, diolah penulis

Faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran yang ada di Surabaya pada *value seekers* adalah *menu diversity* dan *noise*. Keduanya memiliki pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 0,048 dan 0,021 dan menghasilkan persamaan regresi $Y = 3,810 - 0,744x_1 + 0,546x_2$.

Artinya, konstanta memiliki nilai sebesar 3,810. Jika x_1 (*menu diversity*) memiliki nilai nol, maka Y (*customer satisfaction*) memiliki nilai 3,810. Jika x_1 (*menu diversity*) memiliki nilai koefisien regresi sebesar - 0,744,. Hal ini berarti jika variabel independen lain nilainya tetap atau tidak berubah, maka setiap kenaikan 1 satuan atau 1% variabel *menu diversity* akan menurunkan *customer satisfaction* sebesar 0,744. Koefisien variabel x_1 (*menu diversity*) bernilai negatif, ini berarti bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang negatif antara x_1

(*menu diversity*) dan Y (*customer satisfaction*), artinya semakin meningkat nilai x_1 (*menu diversity*) maka akan menurunkan Y (*customer satisfaction*).

Jika x_2 (*noise*) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,546. Hal ini berarti jika variabel independen lain nilainya tetap atau tidak berubah, maka setiap kenaikan 1 satuan atau 1% variabel *noise* akan meningkatkan *customer satisfaction* sebesar 0,546. Koefisien variabel x_2 (*noise*) bernilai positif, tetapi memiliki hubungan yang positif antara x_2 (*noise*) dan Y (*customer satisfaction*), artinya semakin meningkat nilai x_2 (*noise*) maka akan meningkatkan Y (*customer satisfaction*).

Jadi seberapa bervariasi menu yang ditawarkan dan seberapa tenang suasana di dalam maupun di luar restoran, hal ini yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada layanan restoran-restoran di Surabaya untuk kelompok *value seekers*. Bagi sebagian orang, suasana restoran menjadi hal penting untuk diperhatikan dalam memilih sebuah restoran. Bell dan Valentine (1997) mengatakan bahwa “*restaurant dining as a total consumption package – not just food and drink but a whole experience*”, artinya suasana yang diciptakan sama pentingnya dengan makanan yang disajikan di sebuah restoran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sejumlah responden yang menjadi sampel pada penelitian ini ter-*cluster* menjadi satu kelompok yaitu *value seekers*. *Value seekers* memiliki ciri lebih mementingkan nilai yang didapatkan dalam memilih sebuah restoran.

Faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* secara *aggregate* pada layanan restoran-restoran yang ada di Surabaya adalah *price and value* dengan persamaan regresinya adalah $Y = 5,495 - 0,304x_1$. Sedangkan faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada kelompok *value seekers* adalah *menu diversity* dengan persamaan regresinya adalah $Y = 3,810 - 0,744x_1 + 0,546x_2$.

Berdasarkan hasil penelitian, maka diharapkan restoran-restoran di Surabaya mampu meningkatkan layanannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya dan juga berdampak bagi keuntungan restoran untuk jangka panjangnya. Sedangkan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu

melakukan penelitian analisis faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* dengan cakupan objek yang lebih luas atau jumlah responden yang lebih banyak dengan responden yang lebih bervariasi baik dari segi usia maupun pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

Aj, 2012, Pertumbuhan Ekonomi Jatim Meningkatkan 7,19 Persen, *Surabayapagi.com*, 8 Mei 2012

Ant, 2012, Kuliner Beri Pendapatan Terbesar Bagi Industri Kreatif, *Investor Daily*, 21 November 2012

BPS, 2012, Data Strategis BPS 2012, Badan Pusat Statistik

Fazriyati, Wardah, 2011, Tren dan Tantangan Bisnis Kuliner, *Kompas Female*, 26 Desember 2011

Yüksel, Atila dan Fisun Yüksel, 2003, Measurement of Tourist Satisfaction with Restaurant Services: A Segment-Based Approach, *Journal of Vacation Marketing*, Vol 9 No. 1

<http://kabarbisnis.com/read/2814963>

<http://thesis.binus.ac.id/Doc/Bab1/2011-2-00887-MN%20Bab1001.pdf>

<http://whatindonews.com/id/post/11660>

<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&ved=0CF4QFjAG&url=http%3A%2F%2Frepository.unhas.ac.id%2Fbitstream%2Fhandle%2F123456789%2F2300%2FSKRIPSI%2520FANY%2520FEBRIANY%2520AMRENY.docx%3Fsequence%3D4&ei=y5n7UtC2Ksa4rgfi14GgAQ&usg=AFQjCNHhQwYkDk1f1mLut-eyk9jtbZT0pQ&bvm=bv.61190604.d.bmk>