

DAMPAK KUALITAS PELAYANAN, EMOSIONAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KAMPUNG KECIL PALEMBANG

Sandy Fernando^{1*}, Ratna Juwita²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Multi Data Palembang
¹sandyfernando699@mhs.mdp.ac.id, ²ratna@mdp.ac.id

Kata kunci:

emosional; kepuasan
pelanggan; kualitas pelayanan

Abstract: The study aims to determine the effect of service quality, emotion and price on customer satisfaction in the Kampung Kecil Palembang. Customers research respondents from the Kampung Kecil Palembang with a sample of 217 respondents. The research of this study are service quality, emotionality and price have a significant positive effect on customer satisfaction in the Kampung Kecil Palembang either partially or simultaneously.

Abstrak: Penelitian bertujuan untuk mengetahui dampak kualitas pelayanan, emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kampung Kecil Palembang. Responden penelitian pelanggan dari kampung kecil Palembang dengan sampel sebanyak 217 responden. Hasil pada penelitian adalah kualitas pelayanan, emosional dan harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kampung Kecil Palembang secara parsial maupun secara simultan.

Fernando & Juwita. (2023). Dampak Kualitas Pelayanan, Emosional, dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kampung Kecil Palembang. *MDP Student Conference 2023*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Restoran merupakan satu usaha untuk memperoleh keuntungan dari makanan dan minuman yang mereka sediakan [1]. Restoran terdiri dari beberapa kategori, seperti restoran cepat saji dan juga cafe. Restoran cepat saji memiliki perbedaan dari segi penyajian yang lebih cepat di dibandingkan dengan jenis restoran lain dan cafe memiliki tempat yang bagus dari segi tampilan sehingga lebih disukai bagi para remaja [2]. Menurut badan pusat statistik pada tahun 2019-2021 kota Palembang memiliki jumlah restoran terbanyak di dibandingkan dengan provinsi lain seperti Muara Enim, Muba, OKI, OKU, Lubuk Linggau, Prabumulih, Banyuasin, Pali, Pagar Alam, dan Muaratarra yang ada di Sumatera Selatan [3].

Tabel 1. Jumlah Restoran di Sumatera Selatan Tahun 2019-2021

No	Kab/Kota	Tahun		
		2019	2020	2021
1	Palembang	864	864	864
2	Muara Enim	181	220	250
3	Muba	162	162	164
4	OKI	153	153	93
5	OKU	133	137	128
6	Lubuk Linggau	110	110	150
7	Musi Rawas	110	110	123
8	Prabumulih	100	102	68
9	Oku Selatan	97	94	103
10	Lahat	78	78	68
11	Ogan Ilir	50	21	10
12	Empat Lawang	44	44	44
13	Banyuasin	40	40	9
14	Pali	35	54	39
15	Pagar Alam	32	32	43
16	Oku Timur	30	30	43
17	Muaratarra	22	22	40
Total		2241	2273	2239

Sumber: BPS (2022)

Kota Palembang memiliki restoran yang lebih banyak dari daerah lain seperti Muara Enim dengan jumlah restoran sebanyak 250 restoran, Musi Banyuasin dengan jumlah restoran 164 restoran, Lubuklinggau dengan 150 restoran, OKU dengan jumlah restoran 128 restoran, Musi rawas dengan 123 restoran, OKU Selatan dengan jumlah restoran sebanyak 103 restoran, OKI dengan 93 restoran, dan beberapa daerah lain yang jumlah restorannya kurang dari 60 restoran. Beberapa restoran yang ada di kota Palembang yang bernuansa nusantara antara lain Kampung kecil, Waroenk Kito, Sari Laut, Rumah Makan Nusantara, Oplet Ijo, dan masi banyak lagi. Kampung kecil adalah salah satu restoran di kota Palembang yang sudah berdiri dari tahun 2017 dan memiliki 6 cabang sampai saat ini yang membuat Kampung kecil sudah di kenal bagi masyarakat. Restoran kampung kecil bisa mengalami perkembangan sampai saat ini tidak lepas dari peran pelanggan yang puas terhadap kualitas pelayanan, emosional, dan harga yang dilakukan. Masyarakat yang puas akan berkunjung kembali, sehingga penelitian ini dilakukan untuk melihat kepuasan pelanggan yang ada di objek Kampung Kecil di Kota Palembang.

Tabel 2. Jumlah Cabang Restoran Sejenis di kota Palembang

Nama Restoran	Jumlah Cabang di Kota Palembang
Kampung Kecil	6
Waroenk Kito	3
Sari Laut	2
Rumah Makan Nusantara	1
Oplet Ijo	1
Kampoeng Kayu	1
Warung 11	1
Gardenta	1

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Kampung Kecil harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga merasa puas dan dapat kembali lagi untuk melakukan pembelian, dikatakan pelanggan puas jika konsumen telah melakukan pembelian lebih dari satu kali [4]. Banyaknya pelanggan yang puas maka kampung kecil harus memperhatikan kualitas pelayanan yang ada, hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan berhubungan dengan barang maupun jasa, sumber daya manusia, dan lingkungan yang dapat membuat pelanggan puas menurut Tjiptono Pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan, maka dari itu Restoran Kampung Kecil Ilir Barat II Palembang memberikan pelayanan yang terbaik seperti memberikan ucapan selamat datang bagi para pelanggan yang datang, memiliki seragam yang sama sehingga memudahkan bagi para pelanggan dalam melakukan pemesanan, dan Kampung Kecil sudah bisa dalam melakukan metode pembayaran dengan cashless (non tunai) [5]. Hal tersebut dipertegas pada penelitian Manvi serta Wulandari dan Lestari yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan dengan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan [6].

Menurut Candrianto emosional merupakan perasaan bangga ketika seseorang menggunakan produk atau menikmati jasa yang di dapatkan. Perasaan bangga ini didapat bukan dari kualitas produk akan tetapi dari nilai sosial yang membuat pelanggan merasa puas [8]. Kampung Kecil memiliki tempat makan dengan tempat duduk lesehan yang membuat para pelanggannya merasa nyaman sehingga mempengaruhi emosional pelanggan untuk berkunjung kembali ke kampung kecil. Hal ini di buktikan juga pada penelitian Puspitasari yang menunjukkan bahwa emosional berpengaruh secara signifikan positif pada kepuasan pelanggan [9]. Harga merupakan peranan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, seperti Kampung Kecil yang memiliki moto "Mau Makan Banyak dan Enak Tapi Murah". Kampung Kecil memperhatikan pelanggannya dengan menyediakan makanan dengan harga yang terjangkau, namun tetap berkualitas agar pelanggannya merasa puas. Menurut Indrasari harga adalah sejumlah nilai yang diberikan terhadap suatu produk atau jasa untuk nilai yang ditukar konsumen atas manfaat yang dirasakan [10]. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mahaputra serta Gunawan dan Pramuditha yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan harga merupakan faktor yang diperhatikan pelanggan sebelum melakukan pembelian[11].

METODE

Penelitian bersifat kuantitatif, karena pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan populasi pengunjung Kampung Kecil Palembang. Sampel yang digunakan sebanyak 217 responden dengan kriteria lebih dari dua kali berkunjung ke kampung kecil dengan menggunakan rumus *Slovin*. Penelitian ini menggunakan data data primer yang berupa kuisisioner dan angket di kampung kecil Palembang. Pengujian dilakukan dengan uji parsial (t), uji simultan (F), dan analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.744	.566		6.618	.000
	Kualitas Pelayanan	.134	.037	.228	3.671	.000
	Emosional	.229	.047	.298	4.839	.000
	Aksesibilitas	.174	.037	.333	4.722	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $3.671 > 1.970$ dan memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Variabel emosional memiliki nilai $4.839 > 1.970$ dan memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Variabel harga memiliki nilai $4.722 > 1.970$ dan memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, emosional, dan harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.775	3	60.258	88.308	.000 ^b
	Residual	145.344	213	.682		
	Total	326.120	216			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan data dari tabel 4 diatas, untuk hasil uji F dapat dilihat bahwa nilai $88.308 > 2.10$ dan memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, emosional, dan harga berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.744	.566	
	Kualitas Pelayanan	.134	.037	.228
	Emosional	.229	.047	.298
	Aksesibilitas	.174	.037	.333

Sumber Hasil Pengolahan Data, 2022

Dari tabel 5 diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 3.744 + 0.134 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0.229 \text{ Emosional} + 0,174 \text{ Harga.}$$

Nilai koefisien kualitas pelayanan bernilai 0,134 berarti saat kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan 0,134. Nilai koefisien emosional bernilai 0,229 berarti saat emosional mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan 0,229. Nilai koefisien harga bernilai 0,174 berarti saat harga mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan 0,174.

Pembahasan Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan secara parsial dan juga simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Tjiptono yakni pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan, maka dari itu Restoran Kampung Kecil Ilir Barat II Palembang memberikan pelayanan yang terbaik seperti memberikan ucapan selamat datang bagi para pelanggan yang datang, memiliki seragam yang sama sehingga memudahkan bagi para pelanggan dalam melakukan pemesanan, dan Kampung Kecil sudah bisa dalam melakukan metode pembayaran dengan cashless (non tunai) [5]. Emosional berpengaruh positif signifikan secara parsial dan juga simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Candrianto yakni emosional merupakan perasaan bangga ketika seseorang menggunakan produk atau menikmati jasa yang di dapatkan. Perasaan bangga ini didapat bukan dari kualitas produk akan tetapi dari nilai sosial yang membuat pelanggan merasa puas [8]. Kampung Kecil memiliki tempat makan dengan tempat duduk lesehan yang membuat para pelanggannya merasa nyaman sehingga mempengaruhi emosional pelanggan untuk berkunjung kembali ke kampung kecil.

Harga berpengaruh positif signifikan secara parsial dan juga simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Indrasari yakni harga adalah sejumlah nilai yang diberikan terhadap suatu produk atau jasa untuk nilai yang ditukar konsumen atas manfaat yang dirasakan [10]. Harga merupakan peranan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, seperti Kampung Kecil yang memiliki moto "Mau Makan Banyak dan Enak Tapi Murah". Kampung Kecil memperhatikan pelanggannya dengan menyediakan makanan dengan harga yang terjangkau, namun tetap berkualitas agar pelanggannya merasa puas.

SIMPULAN

Kepuasan pelanggan, emosional, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Semakin tinggi pengaruh kualitas pelayanan, emosional, dan harga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang semakin meningkat, sehingga Restoran Kampung Kecil diharapkan untuk bisa tetap meningkatkan kualitas pelayanan, emosional, dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Noniya, D. (2022). *Perbedaan Restoran Dengan Rumah Makan*. <https://arafuru.com/lifestyle/apa-bedanya-restoran-dengan-rumah-makan.html#:~:text=Restoran memiliki sistem manajemen yang,memiliki aturan-aturan yang baku.&text=Pada dasarnya%2C ukuran interior sebuah restoran selalu luas.>
- [2] Rifai. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Deepublish.
- [3] Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Bukunesia.
- [4] Manvi, K. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Lamun Ombak Kota Padang*
- [5] Wulandari dan Lestari. (2022). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa XYZ di Palembang*.
- [6] Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan*. Literasi Nusantara.
- [7] Puspitasari, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan The Kitchen Yogyakarta*. 1.
- [8] Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- [9] Mahaputra, K. A. W. (2022). *Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tamarind Mediterranean Restoran*. 01(04), 735–743.
- [10] Gunawan dan Pramuditha. (2022). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mie Ayam Atet Palembang)*.