



## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEBAB BABA RAFI SURABAYA**

**<sup>1</sup>Safirah Nur Amajida,<sup>2</sup>Mein Kharnolis, <sup>3</sup>Niken Purwidiani, <sup>4</sup>Mauren Gita Miranti**

<sup>1,4</sup>Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Surabaya”.

<sup>2</sup>Pendidikan Tata Busana, Universitas Negeri Surabaya”.

<sup>3</sup>Tata Boga, Universitas Negeri Surabaya”.

### **ABSTRAK**

**Keyword:**

Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Kebab Baba Rafi

**Corresponding author:**

[Safirah.17050394086@mhs.unesa.ac.id](mailto:Safirah.17050394086@mhs.unesa.ac.id)

Berbagai macam makanan dan minuman dalam bentuk yang menarik dapat menarik pelanggan ke industri kuliner, salah satu sektor bisnis yang banyak diminati oleh populasi yang terus berkembang, terutama di Indonesia. Pelanggan harus senang karena mereka memainkan peran penting dalam keberhasilan bisnis. Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menentukan kebahagiaan klien. Lima faktor membentuk kualitas layanan: ketergantungan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan di Kebab Baba Rafi dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Toko Kebab Baba Rafi di Surabaya menjadi lokasi penelitian. Partisipan dalam penelitian ini adalah pelanggan Kebab Baba Rafi Surabaya. Dalam penelitian ini, 50 partisipan dengan usia minimal 17 tahun dijadikan sampel. Kuesioner, uji validitas, dan uji reliabilitas semuanya digunakan dalam proses pengumpulan data. Analisis kuantitatif adalah jenis analisis yang digunakan. Sepuluh uji regresi linier dasar, uji t, dan uji koefisien determinan merupakan metode uji statistik yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan Kebab Baba Rafi Surabaya dengan tingkat kepuasan pelanggan; dan 2) Menurut koefisien determinasi ( $R^2$ ), kualitas layanan menjelaskan 78,4% variasi dalam kepuasan pelanggan, dengan faktor lain menyumbang 21,2% sisanya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menempatkan nilai yang tinggi pada tingkat pelayanan yang mereka dapatkan.

## PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang banyak diminati oleh penduduk dunia yang terus bertambah, termasuk Indonesia. Berbagai makanan dan minuman yang disajikan dengan cara yang menarik dapat menarik pelanggan. Setiap perusahaan pelaku industri kuliner harus mampu menyesuaikan diri dengan setiap perubahan yang mungkin terjadi dan mengutamakan pencapaian kebahagiaan klien sebagai tujuan utama mereka. [1] Masyarakat kita kini mendirikan berbagai perusahaan kuliner, termasuk kuliner khas Arab yang menyediakan kebab sebagai hidangan utamanya.

Kata Arab untuk kebab. Kabab awalnya mengacu pada daging goreng daripada babi panggang atau panggang. Istilah Akkadia untuk kabab adalah kabbu, yang berarti "panggang, panggang" dalam bahasa Inggris. Pada abad ke-14, kebab dan tabahajah, makanan Persia yang terbuat dari potongan daging sapi yang digoreng, dapat dipertukarkan. The Turki Baba Rafi Kebab adalah salah satu perusahaan kebab terbesar di Indonesia [2].

Turki Kebab Hendy Sationo, yang memulai perusahaan kebabnya dengan gerobak sederhana di Jalan Nginden Semolo di Surabaya, Indonesia, meluncurkan Baba Rafi pada tahun 2003. Hendy meminjam uang dari adiknya untuk meluncurkan perusahaan kebab pertamanya dengan modal 4 juta rupiah. Pada tahun 2005, popularitas kebab Turki Baba Rafi meningkat secara signifikan, yang mengarah pada pendirian PT Baba Rafi Indonesia dan waralaba. Kebab orisinal, hitam, chijeu, dan piscok adalah beberapa menu paling populer di Kebab Baba Rafi [3].

Kebab Baba Rafi memberikan diskon kepada konsumen dan berkolaborasi dengan beberapa selebgram untuk produk yang dijualnya. Kualitas layanan yang baik harus menciptakan kepuasan pelanggan. Jika konsumen puas, peluang baru dapat

menawarkan konsumen baru untuk mencoba produk kebab baba rafi.

Kualitas adalah salah satu aspek dari hampir semua item layanan yang paling diinginkan oleh pelanggan. Kualitas tinggi dan eksklusif adalah cara untuk menarik pelanggan dan membuat mereka setia untuk waktu yang lama untuk datang [4]. Kualitas pelayanan adalah tingkat yang diharapkan dapat memuaskan keinginan atau kepuasan pelanggan. Tingkat keunggulan ini adalah bagaimana pelayanan disampaikan dengan mengutamakan pelanggan sehingga dapat memberikan nilai tambah terhadap pelayanan, dan dengan tingkat keunggulan tersebut diharapkan dapat memuaskan konsumen. Ada korelasi antara tingkat kualitas layanan yang tinggi dan pelanggan yang puas [5]. Dengan kata lain, tingkat kepuasan klien sangat erat kaitannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Karena mendorong konsumen untuk mengembangkan hubungan intim dengan perusahaan, kualitas layanan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan yang dicapai. Jangka panjang, bisnis dapat lebih memahami kebutuhan dan harapan konsumen berkat koneksi ini. [6].

Kelima aspek kualitas layanan akan membentuk metrik atau ukuran kualitas layanan. Kriteria yang paling populer untuk mengevaluasi harapan klien dan persepsi mereka tentang kualitas layanan adalah model bukti fisik, ketergantungan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Lima dimensi berikut tercantum: 1) berwujud: fasilitas fisik, alat, dan bahan komunikasi; 2) keandalan: kapasitas untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal; 3) daya tanggap: membantu klien dan menawarkan layanan yang cepat; 4) jaminan: ini berkaitan dengan keahlian, kesopanan karyawan, dan kapasitas untuk menginspirasi kepercayaan klien pada penyedia layanan; 5) Empati: menekankan perhatian dan memberikan setiap pelanggan layanan yang dipersonalisasi [7].

Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi yang dapat dibuktikan oleh konsumen dalam hal perasaan bahwa mereka rasakan setelah menggunakan jasa atau produk jika layanan atau produk terpenuhi, juga di luar kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen adalah rasa kesenangan konsumen merasa seperti membandingkan hasil dan kinerja suatu produk yang konsumen harapkan sebelumnya [6]. Ada tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu : kesesuaian harapan, minat berkunjung dan kesediaan merekomendasikan.

Berdasarkan Wawancara dan Observasi terhadap konsumen Kebab Baba Rafi, memperoleh informasi bahwa mereka sering membeli Kebab Baba Rafi dengan kebutuhan untuk makan pagi, makan siang dan makan ringan (*snack*). Konsumen Kebab Baba Rafi yang diwawancarai, mengatakan datang ke Kebab Baba Rafi disebabkan makanan yang seimbang untuk seorang, harga sesuai dengan mahasiswa, melayani konsumen dengan cepat dan menu di Kebab Baba Rafi lengkap. Namun ada satu konsumen yang mengatakan pelayanan melakukan kesalahan disebabkan makanan tidak sesuai dengan pesanan, sehingga konsumen kecewa dengan pesanan tersebut.

penelitian dengan judul kerja, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kebab Baba Rafi". Keputusan ini didasarkan pada informasi latar belakang yang disajikan di atas.

**METODE**

Teknik kuantitatif yang digunakan dalam pekerjaan ini menekankan perlunya penilaian objektif berbasis survei dari proses sosial [8]. Penelitian dengan menggunakan survei dilakukan untuk mengumpulkan fakta dari data yang telah dikumpulkan. Saat melakukan penelitian survei, informasi biasanya dikumpulkan dari responden melalui penggunaan semacam kuesioner. Dalam melakukan penelitian survei, pengumpulan data dapat dilakukan melalui penggunaan instrumen atau wawancara untuk memperoleh tanggapan dari responden.[9].

Konsumen yang berkunjung ke toko kebab baba rafi yang terdiri dari 50 responden berusia minimal 17 tahun merupakan demografi yang dijadikan fokus penelitian. Metodologi purpose sampling, strategi non-probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini, membatasi sampel pada pelanggan Kebab Baba Rafi yang telah melakukan pembelian. Teknik pengambilan sampel ini untuk memastikan sampel memiliki respon evaluasi tertentu terhadap *object*, sehingga diperoleh data yang lebih representatif[8].

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini berupa kuesioner (angket) meliputi kualitas layanan dan kepuasan konsumen, uji validitas, dan uji reliabilitas. Panelis akan memberikan kertas kuesioner yang telah disediakan dengan mencentang kotak sesuai dengan nilai sensori dan dibagiakan kepada sampel dengan batas waktu yang ditentukan. Untuk mengukur kepuasan konsumen, data yang dikumpulkan diperiksa secara statistik, dengan tanggapan alternatif diberi skor 1 sampai 5 pada skala Likert [10].

Table 1. Kriteria dan Skor Penilaian dengan skala *Likert*

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Riduwan (2008:86)

**Uji Validitas Instrumen Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen**

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menetapkan apakah data yang dikumpulkan cocok atau tidak dengan data yang sebenarnya terjadi pada fenomena yang menjadi subjek penelitian. Saat menentukan validitas hipotesis ini menggunakan software SPSS 25.

Uji 2 sisi dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah data (n) = 50 menghasilkan r tabel

sebesar 0,279 jika instrumen atau item memiliki hubungan yang signifikan dengan skor keseluruhan. Berikut ini adalah persyaratan tes: Jika r hitung melebihi r tabel, instrumen atau item pertanyaan dianggap dapat diterima jika ada hubungan yang berarti antara itu dan skor akhir.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	0,745	0,279	Valid
	0,776	0,279	Valid
	0,683	0,279	Valid
Kepuasan Konsumen	0,797	0,279	Valid
	0,821	0,279	Valid
	0,822	0,279	Valid

Sumber : Perhitungan SPSS Versi 25

“Berdasarkan Tabel 2, hasil uji validitas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan tersebut disetujui sebagai instrumen penelitian”.

### Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur indikator kuesioner[17]. Jika kuesioner dapat diukur dua kali, maka dianggap reliabel dan hasil yang diperoleh akan konsisten. Reliabilitas dapat menunjukkan stabilitas suatu alat ukur untuk fenomena yang sama. Menggunakan software SPSS 25 Cronbach's Alpha adalah metode yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas, dan pengukuran ini dapat dilakukan untuk penelitian ini dengan menggunakan metode tersebut. Dalam hal nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, bahwa kuesioner tersebut dapat dinyatakan reliabel[11].

Berdasarkan hasil uji reliabilitas Tabel 3, semua item pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar atau sama dengan r tabel (0,279), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai tersebut item pada variabel pertanyaan dalam penelitian ini dianggap dapat diandalkan.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R tabel	Cronbach's Alpha
Kualitas layanan	0,279	0,943
Kepuasan Konsumen	0,279	0,930

Sumber : Perhitungan SPSS Versi 25

Analisis data kuantitatif, yang melibatkan pengujian dan analisis data dengan menghitung, adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mencapai temuan. Uji regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinan merupakan metode uji statistik yang digunakan.

uji sederhana untuk regresi linier. Software SPSS 25 digunakan untuk uji-t dan koefisien determinan. Untuk memastikan ada tidaknya perubahan cara variabel terikat bereaksi terhadap variabel bebas dilakukan uji regresi linier sederhana. Uji-t menganalisis hubungan antara faktor-faktor independen, seperti kualitas layanan, dan variabel dependen, seperti kepuasan pelanggan (Y). koefisien determinan, yang digunakan untuk menghitung persentase yang dijelaskan oleh mitra independen variabel dependen [12].

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Layanan (Uji Regresi Linier Sederhana)

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana yang disajikan pada Tabel 4 dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai konstanta sebesar 6,289 menunjukkan nilai kepuasan sebesar 0,632 jika tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Berdasarkan nilai koefisien X yaitu sebesar 6,289 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 6,289 untuk setiap penambahan variabel kualitas pelayanan yang ditambahkan.

### Uji t

Tentukan sejauh mana setiap variabel independen (X) memiliki dampak independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji ini (Y). Untuk melakukan ini, uji-t dijalankan dengan membandingkan nilai t yang diperkirakan dengan nilai yang diperoleh sebelumnya melalui analisis regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji t

menggunakan tabel t dengan tingkat kesalahan 5% atau 2,458. Variabel kualitas pelayanan (X), thitung > ttabel, terlihat dari Tabel 4.

Hipotesa:

H0 : b = 0 : Tidak terdapat koefisien regresi yang signifikan.

H1: b ≠ 0: Koefisien regresi signifikan

Nilai ttabel dan thitung pada taraf signifikansi 5% berturut-turut adalah 2,458 dan 13.354. Dapat disimpulkan bahwa H1 diperbolehkan sedangkan H0 ditolak karena thitung > t tabel. Fakta ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh statistik terhadap Kebab Baba Rafi. Nilai Sig. = 0,000, yang jauh di bawah batas signifikansi 5%, menjadi buktinya. Oleh karena itu, hipotesis variabel kepuasan H1 terbukti signifikan terhadap tingkat pelayanan Kebab Baba Rafi berdasarkan hasil analisis uji-t (Uji Parsial).

**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Kosumen di Kebab Baba Rafi**

Perhitungan R2 square digunakan untuk melakukan uji koefisien determinan untuk memastikan dampak kualitas layanan X terhadap Y (kepuasan pelanggan) (koefisien determinasi). Tabel 5 menampilkan nilai R kuadrat.

Tabel 5. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>						
<b>Model</b>	<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		
	B	Std. Error	Beta			
<b>1</b>	(Constant)	6,289	2,559	2,458	0,018	
	KUALITAS	0,632	0,047	0,888	13,354	0,000

**a. Dependent Variable: KEPUASAN**

Sumber : Perhitungan SPSS 25

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 <sup>a</sup>	0,788	0,784	3,08492

a. Predictors: (Constant), KUALITAS

Sumber: Data Hasil Penolahan SPSS 25.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui nilai R yang dicapai sebesar 0,888. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara X (kualitas pelayanan) dan Y (kepuasan pelanggan). Nilai R Square hitung adalah 0,784, yang menunjukkan bahwa hubungan antara X (kualitas pelayanan) dan Y (kepuasan pelanggan) adalah 0,788 atau 78,4%. Hasil R Square mengungkapkan bahwa 21,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak terkait dengan kualitas layanan dan tidak diperhatikan.

**PEMBAHASAN**

Tingkat kepuasan klien secara internal dan lahiriah terhadap barang dan jasa yang diperolehnya sesuai dengan standar yang telah ditentukan disebut sebagai kualitas pelayanan. [13]. Hal ini sependapat dengan penelitian Situmeang, yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan [14]. Ketika suatu layanan dapat menyediakan barang atau jasa yang memenuhi persyaratan, keinginan, dan harapan klien, itu dianggap berkualitas tinggi. Tujuan utama dari menawarkan layanan berkualitas tinggi adalah untuk membuat klien senang [6].

Berdasarkan hasil uji-t yang dilakukan diperoleh nilai ttabel pada variabel X sebesar 2,458. Thitung > TTable, atau

13.354 > 2.458, adalah hasilnya. Selain itu, H0

ditolak karena diketahui bahwa nilai signifikansi X terhadap Y adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 (=5%). Karena kualitas layanan mempengaruhi kebahagiaan pelanggan, maka dampaknya adalah 78,8%. Ketika sebuah bisnis meningkatkan kepuasan pelanggan, pelanggan berbelanja di sana dan memberi tahu keluarga dan teman dekat mereka tentang hal itu. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ide tersebut telah divalidasi di Kebab Baba Rafi Surabaya. Hal ini menunjukkan validitas hipotesis Thomas bahwa tingkat kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas layanan. Dengan kata lain, tingkat kepuasan klien berkorelasi langsung dengan kualitas pelayanan. Karena berkontribusi pada pengembangan hubungan jangka panjang antara klien dan perusahaan, tingkat layanan pelanggan merupakan faktor kepuasan secara keseluruhan. Jangka panjang, koneksi ini akan membuat bisnis sepenuhnya memahami kebutuhan dan keinginan kliennya [15].

## SIMPULAN

Penulis dapat menarik berbagai kesimpulan dari penelitian mengenai pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Baba Rafi di Surabaya, antara lain sebagai berikut:

1. Tingkat pelayanan yang diberikan di Kebab Baba Rafi Surabaya memiliki dampak yang cukup besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap restoran tersebut.
2. Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), kualitas pelayanan menyumbang 78,4% dari variasi kepuasan pelanggan. Sisanya 21,2% variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang sangat diperhatikan oleh pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil analisis mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Kebab Baba Rafi Surabaya, maka penulis memberikan saran bagi Kebab Baba Rafi Surabaya:

1. Personil Kebab Baba Rafi harus sopan saat melayani pelanggan dan cepat menjawab kebutuhan mereka. Mereka juga perlu memiliki kemampuan dan keahlian yang diperlukan di bidang layanan pelanggan.
2. Karena masih ada beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi kebahagiaan pelanggan, penulis menyarankan penelitian selanjutnya yang tertarik untuk menangani masalah yang sama untuk lebih fokus pada perilaku konsumen.

## REFERENSI

- [1] Kotler Philip, "Manajemen Pemasaran," 2005.
- [2] O. Dian Swandayani, "KEBAB, CITA RASA DAN SEBUAH IDENTITAS," 2009.
- [3] Setiono Hendy, "Kebab Turki Baba Rafi," *babarafi.com*, 2019. <https://www.babarafi.com/history> (accessed Sep. 20, 2021).
- [4] B. Gopi and N. Samat, "The influence of food trucks' service quality on customer satisfaction and its impact toward customer loyalty," *British Food Journal*, vol. 122, no. 10, pp. 3213–3226, Oct. 2020, doi: 10.1108/BFJ-02-2020-0110.
- [5] Q. Nguyen, T. M. Nisar, D. Knox, and G. P. Prabhakar, "Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry: The influence of the tangible attributes of perceived service quality," *British Food Journal*, vol. 120, no. 6, pp. 1207–1222, Jul. 2018, doi: 10.1108/BFJ-08-2017-0449.

- [6] A. Syarif Maulana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta Jln Arjuna Utara No and K. Jeruk Jakarta, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT," 2016.
- [7] H. Fitri, A. Hasan, A. Ilias, R. Abd, R. Mohd, and Z. A. Razak, "Service Quality and Student Satisfaction: A Case Study at Private Higher Education Institutions," 2008.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- [9] Firmanda Deni, "PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAB TURKI BABA RAFI (Studi Kasus Gerai Kebab Turki Baba Rafi Perumahan Villa Mutiara Gading 2 Tambun Utara)."
- [10] Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung, 2008.
- [15] M. A. Firmansyah, "PEMASARAN JASA," 2019. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/331546499>
- [11] V. Yolanda, S. Suyono, and I. Kartika Eka Wijayanti, "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KERIPIK SALAK UMKM SALAK CRISTAL DI KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA," *Forum Agribisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 131–144, Sep. 2020, doi: 10.29244/fagb.10.2.131-144.
- [12] J. suwito, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC BanjarBaru," vol. 14, pp. 255–262, 2018.
- [13] A. Tulim, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli konsumen Pada PT. Triyasa Sukses Makmur Medan," 2019.
- [14] T. Ningtiyas, "PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENGIRIMAN BARANG," vol. 2, 2019, Accessed: Jan. 08, 2022. [Online]. Available: <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/551/436>