

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek John HK

Analysis of the Influence of Service Quality and Comfort on Geprek John HK Customer Satisfaction

Faizzatur Rochma¹, Afifatus Sholichah², Alin Riqqoh Dini Safia³ Amanda Louis Vernandia⁴, Akhmad Afandi⁵, Izzatul Islamiyah⁶, Mifta Ayu Maulidiya⁷

1,2,3,4,5,6,7Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama, Sidoarjo 61218, Indonesia

Article info: Research/Review Article

DOI : 10.55732/UNU.TJJ.2024.02.01.5

Kata kunci:

Kualitas Pelayanan, Kenyamanan, Kepuasan Pelanggan

Keywords:

The Multiple Linier Regression Test, Service Quality, Comfort, Satisfaction

Article history:

Received: 27-05-2024

Accepted: 27-05-2024

*Koresponden email:

faizzaturrochma@gmail.com

(c) 2024 Faizzatur Rochma



Creative Commons Licence

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Abstrak

Industri kuliner menjadi salah satu aset yang berkembang pada zaman sekarang seiring dengan perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen. Industri kuliner yang berkembang saat ini yaitu geprek Jhon HK yang khas dengan ayam gepreknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak dari kenyamanan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Geprek John dengan menggunakan sampel jenuh. Dalam penelitian ini, 45 pelanggan Geprek Jhon HK ikut serta sebagai responden, dengan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan yang menjadi objek responden pada penelitian ini yaitu konsumen geprek Jhon HK dengan jumlah 45 orang. Penelitian ini memberikan hasil adanya hubungan linear antara kenyamanan dan kepuasan pelanggan, serta tidak ada masalah multikolinearitas, autokorelasi, atau heteroskedastisitas dalam model regresi. Menggunakan analisis data dengan uji validitas, uji reliabilitas, klasikal uji asumsi, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS. Dan diperoleh kesimpulan yaitu kualitas pelayanan dan kenyamanan berpengaruh positif dengan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kenyamanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The culinary industry is one of the assets that is growing today along with changes in lifestyle and consumer preferences. The culinary industry that is currently developing is geprek Jhon HK which is typical of its geprek chicken. The purpose of this study was to analyze the impact of convenience and service quality on Geprek John customer satisfaction using a saturated sample. In this study, 45 customers of Geprek Jhon HK participated as respondents, using quantitative methods. This study provides the results of a linear relationship between convenience and customer satisfaction, and there are no multicollinearity, autocorrelation, or heteroscedasticity problems in the regression model. Using data analysis with validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test and hypothesis testing with the help of SPSS as a testing tool. And the conclusion in this study is that service quality and convenience have a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Comfort, Satisfaction

Kutipan: Rochma, F., & Sholikhah, A. (2024). Analysis of the Influence of Service Quality and Comfort on Geprek John HK Customer Satisfaction: Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek John HK. *TALI JAGAD JOURNAL*, 2(1). <https://doi.org/10.55732/UNU.TJJ.2024.02.01.3>

1. Pendahuluan

Industri kuliner adalah salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat seiring dengan perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen. Dalam industri ini, kepuasan pelanggan memiliki peranan krusial dalam menjaga dan memperluas pangsa pasar bagi pelaku bisnis. Perusahaan di industri kuliner perlu menilai kualitas dan kuantitas dalam tempat makan dan pilihan makanan, untuk menentukan elemen mana yang berdampak pada kebahagiaan pelanggan.

Konsumen merupakan sumber daya vital yang perlu dimiliki suatu pengusaha agar tetap kuat dan eksis dalam bisnis di tengah persaingan yang ketat. Bisnis ini secara konsisten berupaya mendorong pelanggan untuk menggunakan hal-hal yang disediakan. Dengan Memiliki klien yang berbeda akan membuat bisnis tetap kompetitif di pasar. Jika sebuah perusahaan ingin menjalankan operasinya secara berkelanjutan, pelanggannya adalah prioritas utama. Menjaga kebahagiaan pelanggan sangat penting agar mereka tetap menggunakan produk perusahaan. (Diantari, 2021). Berdasarkan kata Harazneh et al., (2020), Kepuasan pelanggan adalah suatu factor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan terhadap pengusaha. Pelanggan akan tidak menikmati apabila kinerjanya tidak cocok dengan keinginannya dan akan menikmati apabila kinerjanya sesuai dengan harapan mereka. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan bertahan pada bisnis tersebut, sehingga memungkinkan mereka mendukung pemasaran dari mulut ke mulut. (Diantari, 2021).

Menciptakan konsumen yang puas tidak diragukan lagi merupakan tugas yang sulit. Kepuasan pelanggan juga dapat diperkuat dengan memberikan pelayanan prima. Menurut Tresiya et al., (2019), Karakter suatu penyajian membuat daya suatu produk untuk memuaskan kebutuhan psikologis pelanggannya. Pelanggan yang menerima pelayanan yang baik kemungkinan besar akan memutuskan untuk memakai produk usaha di masa depan. Sementara itu, keamanan klien juga berperan penting dalam menumbuhkan kepuasan. Kenyamanan adalah emosi yang dialami pelanggan ketika menggunakan suatu produk atau sesuatu yang terkait dengannya untuk mengukur tingkat kepuasan mereka sendiri..

Kepuasan pelanggan sangat penting agar bisnis dapat bertahan agar dapat berkembang. Pelanggan yang tidak puas dapat merugikan bisnis dalam jumlah besar. Salah satu cara agar bisnis dapat berkembang dalam menghadapi persaingan adalah dengan terus fokus menjaga kebahagiaan pelanggan sambil mencari solusi dan pendekatan terbaik.

Restoran Geprek Jhon HK, sebagai salah satu warung makan yang menyajikan hidangan khas ayam geprek, menghadirkan pengalaman kuliner yang unik bagi pelanggan. Untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, Geprek Jhon HK perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi

kepuasan pelanggan, terutama berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kenyamanan di outlet-outlet mereka.

Tingkat kepuasan pelanggan beberapa biasanya dimuat dalam Rating Feedback yang diberikan pelanggan kepada perusahaan. Dalam hal ini, Restoran Geprek John HK saat ini memperoleh rating resto sebesar 3,7. Artinya, tingkat kepuasan pelanggan pada resto tergolong rendah. Respon negatif pelanggan sebagian besar terfokus pada tingkat kenyamanan serta kualitas pelayanan yang ada pada Resto Geprek John HK ini. Adapun masalah tersebut jika tidak teratasi, dapat membuat performa resto menjadi buruk. Sasaran observasi ini untuk memahami sampai mana kesenangan pelanggan Geprek John HK dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kenyamanan. Adapun pengertian tersebut, maka pengkaji mendeskripsikan teori selanjutnya.

Ibrahim, Malik dan Marijam Thawil, Sitti (2019). Dampak nilai barang dan Layanan Tentang Kepuasan Pelanggan: Hasil observasi menyatakan bahwa nilai barang mempunyai dampak yang relevan tentang kepuasan pelanggan, tetapi nilai layanan belum bisa menyatakan hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas produk. Hasil temuan analisis dalam penelitian Sri Diantari, Ni Komang, Dkk (2021) menunjukkan secara parsial dan bersamaan, kenyamanan dan karakter layanan mempunyai pengaruh yang menguntungkan dan penting tentang kebahagiaan konsumen saat menggunakan layanan kendaraan *online* Go-Jek di Denpasar Barat. Dengan mengedepankan kenyamanan dan kualitas pelayanan, diyakini kami dapat mempertahankan dan menumbuhkan kepuasan klien.

Dampak observasi oleh (Raditya Satrya & Sayang Telagawathi, 2021) menyatakan bahwa ada kaitan yang relevan kontemporer antara kualitas pelayanan dan suasana toko mengenai kepuasan pelanggan KFC. Ini menunjukkan suasana toko dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga memiliki efek baik secara parsial pada kepuasan pelanggan KFC. Kualitas penyajian yang tinggi dapat memenuhi harapan konsumen dan menaikkan kepuasan dan kenyamanan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti tertarik menguji pengaruh kualitas dan kenyamanan pelanggan pada kepuasan pelanggan Geprek HK John. Penelitian ini krusial sebab membantu Geprek John HK dalam mengidentifikasi area kunci untuk pemugaran, membuat taktik yang sempurna buat meningkatkan kepuasan pelanggan, serta pada akhirnya menaikkan keberhasilan bisnis.

2. Kajian Teori

2.1 Kualitas Pelayanan

(Kotler & Keller, 2021) Menyatakan bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yg mereka dapatkan dan taraf yang mereka harapkan adalah semacam kualitas layanan. Kualitas pelayanan dikatakan dapat diterima serta memuaskan bila dirasakan atau diterima sesuai menggunakan asa. Kepuasan pelanggan serta kualitas layanan memiliki korelasi yang erat. (Martono et al., 2021) Kemampuan perusahaan untuk menawarkan layanan yang luar biasa mendorong pelanggan untuk menjalin kemitraan jangka panjang yang menguntungkan dengan perusahaan tersebut. Hubungan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pemahaman yang tepat tentang kebutuhan dan harapan pelanggan secara spesifik (Imelda et al., 2021; Leonardo et al., 2021). Selain sifat subjektif dari persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap layanan, tidak ada tolok ukur yang ditetapkan untuk menilai kepuasan pelanggan.

Menurut Tresiya et al., (2019), Kualitas suatu pelayanan artinya kemampuan suatu produk dalam memuaskan kebutuhan psikologis pelanggannya. Pelanggan yang mendapatkan pelayanan yg baik kemungkinan besar akan menentukan untuk memakai produk perusahaan di masa depan. Selain itu, ketenangan konsumen jua berperan penting dalam menumbuhkan kepuasan.. berdasarkan Parasuraman, Zeithaml & Berry (Tjiptono, 2017), ada lima indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. Berwujud (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Dzikra (2020) berpendapat Kualitas layanan adalah sistem strategis yang mengintegrasikan semua unit kerja atau organisasi, mulai dari manajer hingga karyawan, dalam menanggapi kebutuhan pelanggan. Putri (2020) berpendapat Ketika sebuah layanan memenuhi standar layanan yang ditetapkan dan dikodifikasikan dalam aturan pengiriman, maka layanan tersebut dikatakan berkualitas unggul..

Kenyamanan

Kenyamanan adalah faktor penting yang mempengaruhi kualitas hidup dan kesejahteraan manusia. Dalam konteks lingkungan binaan, kenyamanan mengacu pada kondisi yang memberikan perasaan yang menyenangkan dan memuaskan bagi pengguna (Altomonte et al., 2020). Kenyamanan memanifestasikan dirinya melalui emosi yang berbeda, mulai dari kenyamanan yang maksimal hingga yang tidak maksimal. Terakhir

ini diukur menurut perspektif masing-masing individu terhadap situasi, yang berarti bahwa kenyamanan dapat berbeda tiap orang. Tingkat kenyamanan seseorang tidak dapat diukur melalui pengamatan langsung atau survei; harus ditanyakan secara langsung. Pelanggan ingin kesejahteraan mereka menyenangkan, menggairahkan, dan nyaman. Karena kenyamanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, penting untuk menjamin kenyamanan dalam kualitas layanan. Sensasi yang didapat pelanggan ketika memanfaatkan suatu produk atau sesuatu yang berhubungan dengannya sebagai alat evaluasi diri disebut dengan kenyamanan. Ketika konsumen merasa nyaman dengan penawaran suatu perusahaan, kecil kemungkinannya mereka akan berpindah ke merek pesaing. (Sanjaya dan Sawitri, 2018). Elemen-elemen seperti kenyamanan memiliki pengaruh besar pada kebahagiaan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks layanan, kenyamanan pelanggan mengacu pada perasaan nyaman, puas, dan senang yang dirasakan pelanggan selama interaksi dengan penyedia layanan (Kaur et al., 2021). Penelitian Asyifa serta Rahayu (2019) yang menunjukkan kenyamanan memiliki korelasi signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Kebersihan
2. Suhu ruang
3. Keamanan

2.2 Kepuasan Pelanggan

kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam menjaga loyalitas pelanggan dan membentuk hubungan jangka panjang. Perusahaan yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan memiliki peluang lebih besar buat menciptakan korelasi yg kuat dan berkelanjutan. (Tjiptono & Chandra, 2020) Kepuasan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mencapai sesuatu atau menghasilkan sesuatu yang memuaskan. Salah satu kriteria kinerja pasar adalah kepuasan pelanggan. Menurut Harazneh et al., (2020), Kepuasan pelanggan ialah keliru satu faktor yg mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap organisasi. Utomo dan Riswanto (2019) berpendapat Kepuasan pelanggan mengacu pada persepsi pelanggan mengenai perbedaan atau kontradiksi antara harapan mereka sebelumnya (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk seperti yang dialami dalam penggunaan. Gunawan et al, (2019) menyatakan Evaluasi pelanggan terhadap suatu barang atau jasa dalam hal persyaratan dan harapan mereka, atau dalam menanggapi harapan ini, didefinisikan sebagai kepuasan pelanggan. Armaniah et al (2019) menyatakan kepuasan merupakan menjadi suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan di waktu mereka menikmati pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi produk/jasa. Sedangkan Kepuasan Pelanggan menurut Supriyanto et al., (2021), ditentukan oleh faktor-faktor menjadi berikut:

1. Sikap Pelanggan
2. Kebahagiaan Pelanggan
3. Kepuasan Pelanggan

Dari penjelasan sebelumnya, dirumuskan hipotesis berikut ini.

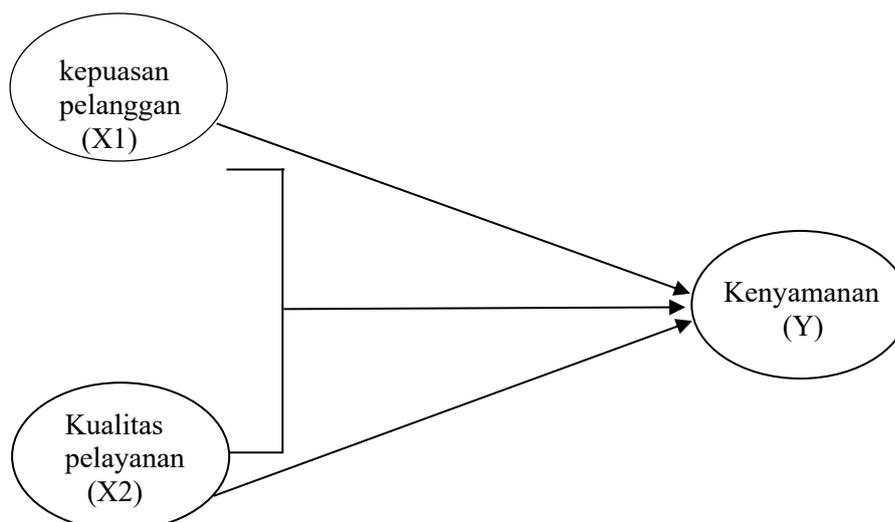
H1: Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

H2: Kenyamanan terhadap Kepuasan Pelanggan

3. Metode

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena bersifat obyektif; hipotesis diverifikasi dengan mengumpulkan data dan tindakan dievaluasi dengan menggunakan kriteria statistik. (Hair et al., 2020). Penelitian ini di laksanakan di Geprek John Hk. Populasi dalam penelitian ini menggunakan observasi pelanggan sebanyak 45 pelanggan. Pengambilan sample menggunakan sample jenuh yaitu semua populasi dijadikan sample, dimana jumlah responden berjumlah 45 orang. Informasi sekunder berasal dari media perantara seperti buku, situs web, artikel, dan sumber-sumber, sedangkan informasi primer berasal dari jawaban responden atas kuesioner yang didistribusikan melalui Google Form. Skala Likert yang terdiri dari elemen-elemen berikut: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5). Observasi dilakukan terhadap pelanggan Geprek John HK Sidoarjo dengan rata-rata populasi yaitu kurang lebih sebanyak 45 pelanggan.

Kerangka konseptual pada penelitian ini yaitu:



4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas korelasi Pearson melibatkan perbandingan skor item dengan skor keseluruhan. Skor keseluruhan adalah total dari semua item dalam suatu variabel. Kemudian dilakukan uji dua sisi terhadap nilai r hitung dari hasil pengolahan data dan r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05. Butir tersebut dianggap valid jika r hitung lebih dari r tabel dan dinyatakan tidak valid jika r hitung kurang dari r tabel.

Adapun dari data yang telah dikumpulkan, untuk variabel X1 (*kualitas pelayanan*), X2 (*Kenyamanan*) dan Y (*kepuasan pelanggan*). Uji validitas seluruh item kuesioner dapat dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Sehingga semua instrumen ini dapat disertakan selama pengujian berikutnya.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya dilakukan ketika suatu penelitian menggunakan data dari sumber primer. Dengan kata lain, penelitian yang menggunakan data primer terlebih dahulu menguji kualitas data yang dikumpulkan sebelum melakukan analisis data, yang salah satunya adalah uji reliabilitas.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Dimension	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>		<i>Cronbach alpha</i>	
		Nilai	Status	Nilai	Status
<i>Kualitas Pelayanan</i>	X1.1	0,872	Valid	0,951	Reliabel
	X1.2	0,735	Valid		
	X1.3	0,896	Valid		
<i>Knowledge Sharing</i>	X2.1		Valid	0,951	Reliabel
		0,764			
	X2.2	0,884	Valid		
	X2.3	0,701	Valid		
<i>Kepuasan Pelanggan</i>	Y1	0,539	Valid	0,951	Reliabel
	Y2	0,846	Valid		
	Y3	0,828	Valid		
	Y4	0,807			

Penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha untuk menguji reliabilitas seluruh item kuesioner. Jika nilai Cronbach Alpha > dari 0,951 maka variabel tersebut dinyatakan valid. Dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas terlihat nilai r Alpha > dari 0,951, dapat disimpulkan seluruh alat kuesioner dalam penelitian ini meliputi *kualitas pelayanan* (X1), *kenyamanan* (X2) dan *kepuasan pelanggan* (Y), dapat dinyatakan handal. Oleh karena itu, dapat digunakan dalam penelitian ini

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0,017	Sig>0,05	Data terdistribusi normal
Uji Multikolinieritas	Tolerance VIF		Bebas multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,330 3.026	Tolerance > 0,1	Bebas multikolinieritas
Kenyamanan (X ₂)	0,330 3.026	VIF < 10	
Uji Heteroskedastisitas			
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Sig.= 0,129	Sig. > 0,05	Bebas heteroskedastisitas
Kenyamanan (X ₂)	Sig.= 0,189		Bebas heteroskedastisitas
Uji Autokorelasi	2.572	1.4226<DW<1.6120	Bebas autokorelasi

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.687	.331
Kualitas Pelayanan	.745	.156
Kenyamanan	.140	.141

$$Y = 0,687 + 0,745X_1 + 0,140X_2 + e$$

Keterangan dari persamaan:

1. Nilai konstanta sebesar 0,687 yang merupakan nilai positif artinya tanpa menjelaskan dampak kualitas pelayanan dan kenyamanan, maka kepuasan pelanggan sebesar 0,687.
2. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,745 bernilai positif, Artinya setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,745 satuan.
3. Nilai koefisien kenyamanan yang diperoleh sebesar 0,140 yang merupakan nilai positif, Artinya setiap peningkatan satu satuan pada variabel kenyamanan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,140 satuan.

Uji Signifikan t (uji persial)

Tabel 4. Hasil Uji Signifikan T

Variabel	T _{hitung}	Signifikansi
Kualitas Pelayanan	4,788	.000
Kenyamanan	0,987	.329

Berdasarkan tabel diatas membuktikan bahwa;

- a) Nilai t_{hitung} Kualitas Pelayanan sebesar 4,788 > t_{tabel} (lihat di residual (df)) 1,664 dengan signifikansi 0,000 > 0,05 karena nilai t_{hitung} > dari t_{tabel}. Artinya hal ini mengidentifikasi bahwa terdapat pengaruh antara variable Pelayanan pada Kepuasan.
- b) Nilai t_{hitung} Kenyamanan sebesar 0,987 < 1,664 dengan signifikansi 0,329 > 0,05 karena nilai t_{hitung} < t_{tabel}. Artinya hal ini mengidentifikasi tidak ada pengaruh antara variable Kenyamanan terhadap Kepuasan.

Uji F, Uji R, Uji R Square

Tabel 5. Hasil Uji F, Uji R, Uji R Square

Residual	F hitung	Signifikansi	R	R Square
	47.859	0,000	0,834	0,695

Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya secara simultan Kualitas Pelayanan serta kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien hubungan, diperoleh nilai R sebesar 0,834. merupakan naik turunnya Kepuasan Pelanggan terpengaruh kualitas pelayanan serta kenyamanan sebesar 83,4%. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,695 adalah naik turunnya kepuasan pelanggan bisa dijelaskan kualitas pelayanan dan kenyamanan sebesar 69,5%.

Pelayanan Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh, Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif atau signifikan oleh kualitas layanan. Temuan uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa pemberian pelayanan prima dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hubungan pelanggan yang solid dan jangka panjang dengan organisasi didorong oleh kualitas layanan yang tinggi. Jenis hubungan ini memungkinkan bisnis untuk memahami keinginan dan harapan pelanggannya. Hal ini didukung penelitian Mar'ati dan Sudarwanto (2016), kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kenyamanan Berpengaruh Negatif dan Tidak signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis data diperoleh menunjukkan kenyamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Uji hasil hipotesis dua ini menunjukkan kenyamanan tidak mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Kenyamanan penelitian ini diukur dengan 3 dimensi yaitu; kebersihan, suhu ruang dan keamanan. Namun di geprek John HK ini tentang kebersihan dan keamanannya masih kurang karena, jadi para pelanggan atau customer masih kurang nyaman dengan tempat di geprek John HK. Masalah ini menimbulkan efek negatif dalam penjualan geprek John HK. Selaras dalam penelitiannya Kim et al. (2020) pada industri perhotelan menunjukkan bahwa kenyamanan tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis data, kualitas pelayanan dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Uji hasil hipotesis dua menunjukkan kualitas pelayanan dan kenyamanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Didukung penelitian Tresiya et al., (2019), hasil penelitian menunjukkan kenyamanan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, penulis menarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil

penelitian menunjukkan adanya hubungan linear antara kenyamanan dan kepuasan pelanggan, serta tidak ada masalah multikolinearitas, autokorelasi, atau heteroskedastisitas dalam model regresi. Variabel kepuasan pelanggan sebanyak 70% dapat dijelaskan oleh pelayanan dan kenyamanan. Oleh karena itu, penting bagi industri kuliner seperti Geprek John HK untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan guna mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, serta menjaga loyalitas pelanggan untuk menciptakan hubungan jangka panjang. Faktor-faktor seperti kenyamanan, kepuasan, dan responsivitas juga terbukti penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan metode penelitian kuantitatif yang valid dan reliabel.

Daftar Pustaka

- Altomonte, S., Allen, J., Bluysen, P. M., Brager, G., Heschong, L., Loder, A., ... & Wargoeki, P. (2020). Ten questions concerning well-being in the built environment. *Building and Environment*, 180, 106949.
- Asyifa, L. S., & Rahayu, A. (2019). Kenyamanan Dan Kepercayaan Konsumen Blibli.Com Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Journal Of Business Management Education (Jbme)*, 2(2), 49–56
- Cahya Nugraha, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi Pada Konsumen Circle-K). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(1), 1–17.
- Raditya Satrya, M. A., & Sayang Telagawathi, N. L. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 236. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32134>
- Febriah, I., Hanum, K. Z., & Saleh, M. Z. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Kepuasan Pelanggan Mcdonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(1), 157-165.
- Harazneh, I., Adaileh, M. J., Thbeitat, A., Afaneh, S., Khanfar, S., Harasis, A. A., & Elrehail, H. (2020). The impact of quality of services and satisfaction on customer loyalty: The moderate role of switching costs. *Management Science Letters*, 10(8), 1843–1856.
- Junaedi, D., Redjeki, F., & Priadi, M. D. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian: studi kasus pada Koperasi Mitra Dhuafa Cabang Mande-Cianjur. *Indonesian Journal of Economic and Business*, 1(2), 106-120.

- Ibrahim, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)*, Vol 4. No.1, 175-182.
- Leonardo, V., Yuliana, Y., Arwin, A., Hutabarat, F. A. M., & Sulaiman, F. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus pada Perkantoran Maha Vihara Maitreya Cemara Asri, Deli Serdang. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 466– 470
- Mar'ati, N. C., & Sudarwanto, T. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). 4(3), 1–12.
- Martono, M., Arwin, A., Yuliana, Y., Lisa, L., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Pengangkutan TS Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 411–415.
- Philip Kotler and Gary Armstrong. (2017). *Principles of Marketing (seventeenth)*. Pearson Education Limited.
- Kaur, P., Dhir, A., Talwar, S., & Ghuman, K. (2021). The value proposition of food delivery apps from the perspective of theory of consumption value. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(4), 1129-1159.
- Kim, S., Lee, J. S., & Kim, M. (2020). How perceived control affects customer satisfaction in the hospitality industry: The moderating roles of service contexts. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102540.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Sanjaya, L. J., & Sawitri, D. R. (2018). Hubungan Antara Kenyamanan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Go-Jek Di Semarang. *Jurnal EMPATI*, 6(4), 149–156.
- Sri Diantari, N. K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Pada Pelanggan Go-Jek Di Denpasar Barat). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, Vol. 1 (No. 4), 1321-1329.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Service, Quality dan Satisfaction (5th ed.)*. Andi.
- Tresiya, D., Djunaidi, & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri. *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208.