

Hubungan Antara Kualitas Makanan dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Pesan Antar Ojek *Online* (Studi Kasus di Kantin Bunda, Kota Bima NTB)

Cindita Ginting¹, Mariska Putri Armul²

^{1,2} Akademi Kuliner Monas Pasifik Surabaya, Jl. Bratang Binangun No.37, Baratajaya, Kec. Gubeng, Kota SBY, Jawa Timur

e-mail: cinditaginting@monaskuliner.ac.id¹, mariskaaputri30@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan pengguna layanan ojek *online*. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey untuk mencari hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 67 orang pelanggan yang melakukan pembelian lebih dari 3 kali di Kantin Bunda Bima NTB. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel *random* dengan menyebarkan kuesioner menggunakan google docs. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji korelasi, sedangkan untuk menguji hipotesis menggunakan uji korelasi spearman. Berdasarkan penelitian taraf kesalahan yang digunakan adalah 0,05. Hasil model analisis korelasi menunjukkan terdapat hubungan antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan pengguna layanan pesan antar ojek online dengan nilai rho hitung 0,57 lebih besar dari rho tabel 0,20. Berdasarkan hasil perhitungan karena rho hitung lebih besar dari rho tabel maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan pengguna layanan pesan antar ojek online.

Kata kunci : Kualitas Makanan, Kepuasan Pelanggan, layanan pesan antar *online*

Abstract

This study aims to determine the relationship between food quality and customer satisfaction of users of online motorcycle taxi services. This type of research is survey research to find causal relationships between variables through hypothesis testing. This study conducted with a total of 67 respondents who made purchases more than three times at the Kunda Bunda Bima NTB. Sampling using the Random sample technique by distributing questionnaires using Google Docs. Data analysis method used in this study is to use a correlation test, while to test the hypothesis using the Spearman correlation test. Based on the research the error level used was 0.05. The results of the correlation analysis model show that there is a relationship between the quality of food and customer satisfaction of users of messaging services between online motorbike taxi drivers with assisted rho values of 0.57 higher than rho table 0.20. Based on the results of the calculation because rho counts are more significant than rho table, it can be concluded that there is a relationship between food quality and customer satisfaction among service users among online motorbikes.

Keywords: *Food Quality, Customer Satisfaction, Online Delivery Services*

PENDAHULUAN

Kecanggihan teknologi saat ini memfasilitasi masyarakat, khususnya pelaku usaha, untuk memanfaatkan dunia maya sebagai langkah besar untuk meraup konsumen sebanyak-banyaknya (Puspita, 2017:18). Selain praktis, pemasaran dalam dunia maya atau

yang lebih dikenal dengan istilah *online*, biaya yang diperlukan juga jauh lebih murah dibandingkan dengan cara-cara konservatif pemasaran sebelumnya (pengiklanan di televisi, banner, spanduk dll.). Oleh sebab itu, pemasaran dengan cara *online* saat ini banyak ditempuh oleh pengusaha UKM untuk memasarkan produk-produknya.

Salah satu jenis fasilitas *online* yang sering kali dimanfaatkan oleh para pelaku UKM adalah aplikasi ojek online. Aplikasi ini menyediakan layanan kemitraan jasa pemasaran sekaligus pengiriman produknya. Sehingga fasilitas layanan ini menjadi pilihan banyak pelaku usaha khususnya dalam bidang makanan. Oleh karena itu, dengan layanan ojek *online*, para pelaku UKM makanan dapat bersaing dengan jasa antar (*delivery*) dari perusahaan makanan besar untuk meraih banyak konsumen.

Ketatnya persaingan yang terjadi antar para pelaku usaha makanan setelah maraknya minat kemitraannya dengan ojek *online* membuat masing-masing pelaku usaha tersebut meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendapatkan pelanggan. Pelanggan akan meningkatkan frekuensi bisnis dengan pelaku usaha tertentu yang dapat memenuhi kepuasannya. Sebaliknya jika kepuasannya tidak terpenuhi, maka pelanggan akan memalingkan bisnis ke tempat lain (Gerson, 2001). Semua upaya yang pelaku usaha lakukan untuk mencapai mutu dan memberikan pelayanan yang unggul tidak akan ada artinya jika pelaku usaha tersebut tidak berusaha untuk memuaskan pelanggan. Samanya pelayanan yang di dapatkan dari ojek *online* seperti publikasi atau waktu yang diberikan, maka pelaku usaha makanan hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada aspek kualitas makanan.

Kualitas makanan merupakan salah satu cara dalam memaksimalkan keberhasilan dalam usaha kuliner. Konsumen akan melakukan perekomendasi ketika suatu produk memiliki kualitas yang baik (Hermawan, 2011:14). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas makanan pun sama pentingnya dalam menjaga reputasi suatu usaha. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam aspek kualitas makanan tidak hanya diperhatikan oleh perusahaan besar saja melainkan pelaku usaha kelas UKM pun harus memperhatikan kepuasan pelanggan pada aspek kualitas makanan dalam mempertahankan reputasi.

Kantin bunda sudah berdiri sejak tahun 2011 dimana selama itu dengan berjalannya waktu lambat laun Kantin bunda memiliki pelanggan. Kantin Bunda merupakan salah satu UKM yang bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Tiga tahun pertama Kantin Bunda hanya bertahan dengan omzet rata-rata per bulan sebesar 10-15 juta dengan jumlah pelanggan tidak lebih dari 20. Pada tahun ke empat kantin bunda sempat mengalami penurunan omzet hingga kurang dari lima juta per bulannya dan hal ini berjalan sampai tahun ke-enam. Masuk tahun ke-tujuh Kantin Bunda mulai mendapatkan kenaikan omzet terutama setelah bergabung menjadi kemitraan pesan antar makanan ojek *online* sekitar 30-40 juta per bulan. Bersamaan dengan hal tersebut, pelanggan Kantin Bunda semakin bertambah hingga lebih dari 100 pelanggan baik yang pembelian langsung maupun tidak langsung dari berbagai macam kalangan. Berdasarkan jumlah tersebut, tidak semua pelanggan melakukan pembelian secara langsung melainkan pembelian melalui layanan ojek *online*. Pelanggan Kantin Bunda kebanyakan melakukan pembelian melalui aplikasi ojek online, sehingga tidak diketahui kepuasan pelanggan mengenai kualitas makanan yang diberikan. Banyaknya pelanggan Kantin Bunda yang memesan makanan melalui layanan pesan antar ojek *online*, maka penelitian ini ditunjukan pada pelanggan pengguna layanan pesan antar ojek *online*. Hal tersebut menjadi alasan untuk dilakukan penelitian di Kantin Bunda mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan aspek kualitas makanan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian survey dimana penelitian dilakukan dengan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai pengumpul data pokok. Metode pengumpulan data digunakan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan terhadap responden dengan panduan kuesioner dan *google docs*. Item kuesioner diukur dengan menggunakan skala jawaban sangat setuju sampai sangat tidak

setuju. Angka skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 5 untuk skala jawaban sangat setuju hingga 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari variabel kualitas makanan dan variabel kepuasan pelanggan berdasarkan penilaian yang diberikan responden sebanyak 67 responden, melalui kuesioner sebanyak 15 responden dan *google docs* sebanyak 52 responden. Teknik analisis tersebut digunakan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan pengguna layanan ojek *online* yang bertepatan di Kecamatan Karawang Barat, Kabupaten Karawang. Hasil dalam pengujian ini meliputi hasil uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji non parametrik koefisien korelasi.

Tabel 1. Data Kepuasan Pelanggan

Butir	5		4		3		2		1		Jumlah		Mea	Media	Modu
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	jumlah	%			
y1	29	43,2	32	47,7	6	8,96	0	0	0	0	67	100	4,34	4	4
y2	28	41,7	35	52,2	4	5,97	0	0	0	0	67	100	4,36	4	4
y3	19	28,3	36	53,7	12	17,9	0	0	0	0	67	100	4,10	4	4
y4	19	28,3	36	53,7	12	17,9	0	0	0	0	67	100	4,25	4	4
y5	20	29,8	35	52,2	11	16,4	1	1,4	0	0	67	100	4,10	4	4
y6	21	31,3	38	56,7	8	11,9	0	0	0	0	67	100	4,19	4	4
y7	15	22,3	40	59,7	11	16,4	1	1,4	0	0	67	100	4,03	4	4
y8	23	34,3	40	59,7	4	5,97	0	0	0	0	67	100	4,28	4	4
y9	24	35,8	36	53,7	7	10,4	0	0	0	0	67	100	4,25	4	4
y10	23	34,3	35	52,2	9	13,4	0	0	0	0	67	100	4,21	4	4

Berdasarkan sebaran data di atas, nilai mean yang diperoleh pada setiap butir pernyataan memiliki hasil 4,34 pada butir 1; 4,36 pada butir 2; 4,10 pada butir 3 dan 5; 4,25 pada butir 4; 4,19 pada butir 6; 4,03 pada butir 7; 4,28 pada butir 8; 4,25 pada butir 9 dan 4,21 pada butir 10. Nilai median dan modus yang diperoleh adalah 4 yang artinya nilai tengah pada setiap butir pernyataan adalah 4 dan nilai yang sering muncul pada seriap pernyataan adalah skor 4.

Tabel 2. Data Kualitas Makanan

Butir	5		4		3		2		1		Jumlah		Mea	Media	Modu
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	jumlah	%			
x1	23	34,3	17	25,3	27	40,3	0	0	0	0	67	100	3,94	4	3
x2	29	43,2	29	43,2	9	13,4	0	0	0	0	67	100	4,30	4	4

x3	2 9	43,2 8	2 7	40,3 0	9	13,4 3	2 9	2,9 0	67	10	4,24 0	4	5
x4	1 9	28,3 6	2 9	43,2 8	1 4	20,9 0	5 6	7,4 0	67	10	3,93 0	4	4
x5	2 2	32,8 4	3 0	44,7 8	1 5	22,3 9	0	0	67	10	4,10 0	4	4
x6	2 8	41,7 9	3 6	53,7 3	3	4,48	0	0	67	10	4,37 0	4	4
x7	2 2	32,8 4	3 7	55,2 2	7	10,4 5	1 9	1,4 0	67	10	4,19 0	4	4
x8	3 0	44,7 8	2 8	41,7 9	8	11,9 4	1 9	1,4 0	67	10	4,30 0	4	5
x9	2 2	32,8 4	3 2	47,7 6	1 1	16,4 2	2 9	2,9 0	67	10	4,10 0	4	4
x10	3 5	52,2 4	2 4	35,8 2	5	7,46	3 8	4,4 0	67	10	4,36 0	5	5

Berdasarkan sebaran data di atas, nilai mean yang diperoleh pada setiap butir pernyataan memiliki hasil 3,94 pada butir 1; 4,30 pada butir 2; 4,24 pada butir 3 ; 3,93 pada butir 4; 4,10 pada butir 5 dan 9; 4,37 pada butir 6; 4,19 pada butir 7; 4,30 pada butir 8 dan 4,36 pada butir 10. Nilai median yang diperoleh pada butir satu sampai 9 adalah 4 sedangkan pada butir 10 adalah 5. Nilai modus yang diperoleh pada butir satu adalah 3, pada butir 2, 4, 5, 6, 7, dan 9 diperoleh nilai 4, sedangkan pada butir 3, 8, dan 10 diperoleh nilai modus 5.

Hasil Uji Normalitas

Hasil analisis diperoleh taraf signifikansi untuk kualitas makanan didapat nilai $L_{hitung} = 0,11$ dan kepuasan pelanggan didapat nilai $L_{hitung} = 0,12$. Hasil nilai L_{hitung} yang didapat menunjukkan bahwa nilai L_{hitung} masing-masing variabel lebih besar dari $L_{tabel} = 0,10$. Karena L_{hitung} untuk seluruh variabel lebih besar dari L_{tabel} pada tingkat $\alpha 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data pada seluruh variabel tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil pada tabel normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov maupun Shapiro Wilk menunjukkan bahwa baik variabel kualitas makanan maupun kepuasan pelanggan memperoleh nilai signifikansi $<0,05$ sehingga kedua variabel tersebut tidak terdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa tidak dapat dilakukan uji asumsi linieritas, oleh sebab itu uji lanjutan yang dilakukan adalah uji nonparametrik koefisien korelasi spearman.

Hasil Uji Nonparametrik Koefisien Korelasi

Hasil perhitungan uji nonparametrik koefisien korelasi diperoleh $\rho_{hitung} 0,57 > \rho_{tabel} 0,203$. Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat dilihat bahwa nilai ρ_{hitung} antara variabel kualitas makanan dengan variabel kepuasan pelanggan lebih besar dari pada ρ_{tabel} yang artinya terdapat hubungan antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi yang diperoleh maka dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang dapat di artikan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan pengguna layanan pesan antar ojek online.

SIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan bahwa kualitas makanan terdapat hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji nonparametrik koefisien korelasi spearman yang didapat nilai korelasi sebesar $\rho_{hitung} 0,57 > \rho_{tabel} 0,203$. Berdasarkan hasil uji korelasi maka memberikan hasil hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat hubungan antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan pengguna layanan pesan antar ojek online di Kantin Bunda.

Variabel kualitas makanan terdapat hubungan dengan kepuasan pelanggan, hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Amanah (2010:85) kualitas makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 48,3% dan 51,7% merupakan faktor lain yang mempengaruhinya. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian oleh Hermawan (2011:14) yang menyatakan bahwa kualitas produk yang baik secara langsung dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Badan usaha memiliki karakteristik tersendiri untuk produk yang ditawarkan dengan produk pesaing walaupun jenis produknya sama sehingga produk memiliki keunikan tersendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita. 2010. Pengaruh harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis. Vol. 2 (1)*
- Gerson, R. F. (2002). Mengukur kepuasan pelanggan: Panduan menciptakan pelayanan bermutu. *Penerbit PPM, Jakarta*.
- Hermawan, B. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management, 4(2)*.
- RM, Puspita. 2017. Cara Laris Jualan Kuliner Via Media Sosial. Yogyakarta : Laksana