Brainy
Volume 2, No. 2, Bulan Desember 2021, Halaman. 25-29
ISSN 2962-4622

PENGARUH PERSONAL DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *CAFÉ* WAROENG *STEAK AND SHAKE* 3

Muhammad Ihsan Naufal[1]

[1] *Universitas Pasundan, Jl. Tamansari No.6-8, Bandung 40116 Indonesia*

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai Besarnya pengaruh personal dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan di Waroeng *Steak and Shake* Bandung baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini mengambil tempat di Waroeng *Steak and Shake* Bandung yang mana jumlah pengunjung café ebih sedikit dibanding jumlah pengunjung café lainnya. Jumlah keluhan pengunjung café selama 2018 sebanyak 109 keluhan. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh secara simultan personal dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan sebesar 52,4%. Besarnya pengaruh secara partial personal terhadap kepuasan pelanggan sebesar 17%, sedangkan pengaruh secara partial lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan sebesar 38%.

Kata Kunci:
Personal, Lingkungan Fisik, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT
This study aims to examine the effect of personal and physical environment resources on customer satisfaction in Waroeng Steak and Shake Bandung, both simultaneously and partially. This research uses descriptive and verification research methods. This research takes place in Waroeng Steak and Shake Bandung, where the number of café visitors is smaller than the number of other café visitors. The number of complaints of café visitors during 2018 was 109 complaints. From the results of this study, it can be concluded that the magnitude of the simultaneous influence of personal and the physical environment on customer satisfaction is 52.4%. The magnitude of the effect of partial personal on customer satisfaction by 17%, while the effect of partial physical environment on customer satisfaction by 38%.

Keywords: Personal, Physical Environment, Customer Satisfaction

**mihsannaufal21@gmail.com*

PENDAHULUAN

Industri kuliner sebagai salah satu industri kreatif memiliki potensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut menteri perindustrian Airlangga Hartanto dalam skala nasional sektor industri makanan dan minuman mampu memberikan kontribusi tertinggi terhadap PDB industri pengolahan nonmigas hingga 35,87 persen (Tempo 2018).

Kota Bandung sebagai kota terbesar di Jawa Barat memiliki berbagai macam industri kreatif yang menjadikannya salah satu pusat mode di Indonesia. Salah satu industri kreatif yang ada di bandung adalah industri kuliner, fashion, kerajinan dan sebagainya. Industri kreatif di kota Bandung sangat diperhatikan oleh pemerintah daerah kota Bandung karena industri kreatif dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat kota Bandung. Pertumbuhan industri kretif tertinggi dikota Bandung merupakan bisnis kuliner dan fashion. Sektor industri kuliner telah banyak menawarkan produknya dalam berbagai bentuk yang bermunculan. Mulai dari yang sederhana hingga yang mewah, dan umumnya berlokasi di daerah-daerah yang strategis. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh semua orang. Kota Bandung pada saat ini banyak ditemui para pelaku usaha yang memanfaatkan peluang tersebut dan mendirikan sebuah bisnis kuliner

mereka sendiri dengan konsep yang berbeda. Berikut ini data yang diperoleh peneliti dari Badan Pusat Statistika mengenai jenis industri kuliner di Kota Bandung :

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukan secara keseluruhan setiap jenis usaha mengalami peningkatan selama kurun waktu 2016 hingga 2018. Dilihat dari data diatas jenis usaha *cafe* masih mendominasi di Kota Bandung dengan 220 buah di tahun 2016, 267 ditahun 2017 dan 339 ditahun 2018. Sedangkan restoran masih berada dibawah *café*. Maka dari data diatas peneliti memilih industri kuliner *café* untuk diteliti dalam penelitian ini dikarenakan pertumbuhan jumlah *café* di Bandung selalu menempati posisi tertinggi dalam tiga tahun terakhir dibandingkan industri kuliner lainnya seperti restoran yang menempati posisi kedua dan rumah makan diposisi ketiga. Berbagai strategi dilakukan oleh pelaku usaha untuk menarik pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut (Setyobudi Ismanto & Daryanto, 2014) Kepuasan pelanggan merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai Dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Salah satu strategi pelaku usaha untuk memberikan kepuasan adalah dengan dengan memberikan pelayanan yang maksimal melalui sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Dengan sumber daya manusia yang berkualitas maka pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen akan menjadi maksimal sehingga menimbulkan perasaan puas terhadap kinerja perusahaan.

Produsen juga harus mampu membuat konsumen merasa puas terhadap pengalaman mereka saat berkunjung ke cafe melalui lingkungan fisik perusahaan. Menurut (Sihombing, 2014) lingkungan fisik merupakan salah satu unsur yang harus didaya gunakan oleh organisasi sehingga menimbulkan rasa nyaman, tentram dan dapat meningkatkan kinerja. Perusahaan harus mengoptimalkan lingkungan fisik dengan mendesain café menjadi semenari mungkin, dengan begitu konsumen akan mendapatkan pengalaman yang berbeda sehingga menimbulkan perasaan puas yang menjadikan konsumen loyal pada perusahaan.

Café yang menawarkan pengalaman berbeda dalam berwisata kkuliner dan memiliki berbagai varian steak di Bandung adalah Waroeng Steak & Shake atau lebih dikenal dengan nama WS, dimana Waroeng *Steak and Shake* ini menawarkan steak dengan kearifan lokal dengan *tag line* "Steaknya orang Indonesia." Waroeng *Steak and Shake* yang merupakan salah satu usaha waralaba yang didirikan oleh Jody Brotosuseno dan Siti Haryani pada 4 september 200 di Yogyakarta. Kini Waroeng Steak & Shake sudah memiliki cabang di beberapa kota di Indonesia, salah satunya di kota Bandung yang memiliki 11 cabang Waroeng Steak and Shake.

Banyaknya *cafe* yang mengutamakan pelayanan yang nyaman dan unik serta produk menu makanan dan minuman yang ditawarkan bervariasi menjadikan bisnis *cafe* begitu ketat antar pelaku usaha yang berdampak pada banyaknya jumlah pengunjung di Waroeng *Steak and Shake.* Berikut ini adalah tabel perbandingab jumlah pengunjung Waroeng *Steak and Shake* dengan *Café* lain: Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukan jumlah pengunjung di Waroeng *Steak and Shake* pada tahun 2018 paling sedikit diantara *café* lainnya yang ada di daerah Tamansari Bandung dengan jumlah 40360 pengunjung sedangkan *Chingu Café* memiliki pengunjung sebanyak 43550 orang dan Kopi Euy sebanyak 44210 orang. Maka dari itu peneliti memilih *Café* Waroeng *Steak and Shake* sebagai tempat penelittian, karena dari tiga *café* yang ada di jalan Tamansari, *Café* Waroeng *Steak and Shake* memilliki jumlah pengujung paling sedikit pada Tahun 2018 dengan 40360 pengunjung.

Rendahnya jumlah pengunjung pada tahun 2018 yang dialami oleh Waroeng *Steak and Shake* dapat menjadi pertanda bahwa tingkat kepuasan pelanggan rendah. Menjaga tingkat kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan agar pelanggan tetap membeli produk dari perusahaan tersebut. Bila perusahaan tidak memperhatikan kepuasan pelanggan maka perusahaan bisa saja kehilangan pelanggan yang sudah loyal pada perusahaan. Kehilangan pelanggan yang loyal dapat berarti kehilangan aliran pendapatan akan pelanggan tersebut dimasa datang yang dapat merugikan perusahaan. Rendahnya tingkat kepuasan pelanggan Waroeng *Steak and Shake* dapat dilihat pada data jumlah keluhan Waroeng *Steak and Shake* pada tahun 2018 berikut: Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah keluhan pengunjung *Café* Waroeng *Steak and Shake* 3 selama satu tahun sebanyak 109 keluhan, keluhan terbanyak terjadi pada bulan Oktober dengan 17 keluhan sedangkan jumlah keluhan paling sedikit terjadi pada bulan Juni dan September dengan 5 keluhan. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan Waroeng *Steak and Shake.* Maka dari itu peneliti tertarik meneliti kualitas pelayanan *café* Waroeng *Steak and Shake 3* karena jumlah keluhan Waroeng *Steak and Shake* yang cukup banyak pada tahun 2018.

Kepuasan pelanggan yang merupakan perasaan senang maupun kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan performa produk atau hasil dengan ekspektasi (Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller., 2016) sangat dipengaruhi oleh kinerja pemasaran atau karyawan perusahan. Maka dari itu untuk mengetahui lebih jauh mengenai kinerja pemasaran Waroeng *Steak and Shake* maka penulis melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Waroeng *Steak and Shake* Taman Sari Bandung. berikut ini penelitian pendahuluan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen pada Waroeng *Steak and Shake*: Berdasarkan Tabel 1.3 mengenai hasil penelitian pendahuluan terkait tingkat kepuasan pelanggan pada Waroeng *Steak and Shake* memeliki permasalahan yaitu pada kualitas produk yang disediakan di Waroeng *Steak and Shake* membuat konsumen puas dengan rata-rata 2,2 dapat dikatakan tidak baik. Pernyataan lain mengenai pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat dilakukan Waroeng *Steak and Shake* memiliki rata-rata 2,1 dengan kata lain kepuasan pelanggan tidak terpenuhi dengan baik. Dari beberapa permasalahan tersebut maka kepuasna pelanggan dapat dijadikan sebagai suatu permasalahan yang melatar belakangi suatu penelitian.

Kepuasan pelanggan dapat terbentuk jika kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, pelanggan memiliki kemauan untuk berkunjung kembali dan bersedia merekomendasikan perusahaan terhadap orang lain (Tjiptono & F., 2004). Kepuasan pelanggan Waroeng *Steak and Shake* sangat dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang dimiliki peursahaan. Dengan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas maka kemungkinan pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Alhelalat et al., 2017) yang mengatakan bahwa sumber daya manusisa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Irawan & Handi D., 2009) faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk, *emotional factor,* biaya dan kemudahan.

Maka untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan melalui penyebaran kuisioner terhadap 30 responden yang berkunjung ke Waroeng *Steak and Shake* yang hasilnya peneliti sajikan dalam tabel 1.4 sebagai berikut:

Maka, berdasarkan data diatas peneliti memilih judul pengaruh personal dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan. Karena dari hasil keseluruhan penelitian pendahuluan menunjukkan dimensi kepuasan pelanggan, people dan *Physical Evidence* yang bermasalah di *café* Waroeng *Steak and Shake.*

Kajian Literatur Personal

Setiap perusahaan yang berjalan dibidang jasa maupun produk sangat memerlukan tenaga keraja berupa manusia yang berkualitas untuk melaksanakan setiap kegiatan produksi di perusahaan. Dengan personal yang berkualitas maka setiap target yang ditentukan oleh perusahaan akan dapat tercapai. Berikut beberapa pengertian personal menurut para ahli: Menurut Nawawi dalam (Gaol et al., 2014), Personal adalah orang yang bekerja dan berfungsi sebagai aset organisasi/perusahaan yang dapat dihitung jumlahnya (kuantitatif), dan SDM merupakan potensi yang menjadi penggerak organisasi. Sedangkan menurut (Sutrisno Edy, 2014), Personal merupakan satu-satunya sumber daya yang memiliki akan perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, dorongan, daya, dan karya (rasio, rasa, dan karsa). Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam mencapai tujuan. Menurut (Dessler & G., 2015) mengatakan bahwa: Personal merupakan proses memperoleh, melatih, menilai dan memberikan kompensasi kepada karyawan, memperhatikan hubungan kerja karyawan, kesehatan, keamanan dan masalah keadilan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa personal adalah aset terpenting di sebuah organisasi yang membantu organisasi untuk beroperasi dan mencapai tujuan.

Lingkungan Fisik

Lingkungan fisik merupakan hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Jika lingkungan dari sebuah pesahaan terlihat indah maka akan memberikan kesan positif pada pelanggan. Unsur-unsur yang termasuk sarana fisik adalah bangunan fisik, peralatan, logo, warna dan barang-barang lainnya. Berikut pengertian lingkungan fisik menurut para ahli: Menurut (Sihombing, 2014) mengatakan bahwa: Lingkungan fisik adalah salah satu unsur yang harus didaya gunakan oleh organisasi sehingga menimbulkan rasa nyaman, tentram dan dapat meningkatkan kinerja. (Gie & Liang., 2000) juga berpendapat bahwa: lingkungan fisik merupakan segenap faktor fisik yang bersama-sama merupakan suatu suasana fisik yang melingkupi suatu tempat kerja. (Sedarmayanti., 2007) berpendapat bahwa: Lingkungan fisik merupakan semua keadaan berbentuk

fisik yang terdapat disekitar tempat kerja yang dapat mempengaruhi karyawan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa lingkungan fisik merupakan setiap keadaan yang berada didekat pegawai yang mana keadaan ini harus di daya gunakan.

Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan atau jasa memiliki kewajiban untuk dapat memuaskan pelanggan agar tetap loyal terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan dari perusahaan jika perusahaan memiliki orientasi pada pelanggan. Jika seorang pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan mejadi pelanggan dalam waktu lama. Terdapat beberapa definisi kepuasan pelanggan, yaitu: Menurut (Tjiptono & F., 2004) Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan pengorbanan yang dilakukan. (Setyobudi Ismanto & Daryanto, 2014) mengemukakan bahwa: Kepuasan pelanggan merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut (Kotler, Philip, & Amstrong., 2016)bahwa: "*Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance or outcome to expectation. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted*". Yang berarti kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas. Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang ataupun kecewa pelanggan yang timbul setelah membandingkan harapan atas satu produk dengan produk sebenarnya dan kesesuaian produk dan layanan yang diberikan dengan pengorbanan yang telah dilakukan oleh pelanggan. Jika pelanggan merasa puas atau amat puas dengan produk yang diberikan bisa saja pelanggan tersebut akan menjadi loyal pada *store* tersebut dan melakukan promosi secara *mouth to mouth* (mulut ke mulut) dengan merekomendasikan *store* yang menurutnya sangat memuaskan.

Pengaruh Personal Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis koefesien determinasi secara parsial, diketahui bahwa personal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 17%, yang mana dapat diartikan bahwa semakin baik personal akan semakin baik kepuasan pelanggan. Personal merupakan asset perusahaan yang memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak perusahaan.

Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis koefesien determinasi secara parsial, diketahui bahwa lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 34%, yang mana dapat diartikan bahwa semakin baik lingkungan fisik akan semakin baik kepuasan pelanggan. Lingkungan fisik merupakan unsur yang harus dipergunakan oleh perusahaan sehingga menimbulkan rasa nyaman, tentram dan meningkatkan kinerja.

Pengaruh Personal dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis koefesien determinasi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa personal dan lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruhnya sebesar 0,528 atau 52,8%, maka dapat diartikan bahwa semakin baik personal dan lingkungan fisik maka semakin baik pula kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sumber daya manusia dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat ditarik kesimpulansebagai berikut :

1. Personal Café Waroeng *Steak and Shake* 3 pada rentang kriteria kurang baik. Terdapat beberapa indikator yang perlu mendapatkan
   perhatian dan peningkatan yaitu keterampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan baik.
2. Lingkungan fisik Café Waroeng *Steak and Shake* 3 berada pada rentang kriteria kurang baik. Terdapat beberapa indikator yang perlu mendapatkan perhatian dan peningkatan yaitu kebersihan lingkungan outlet Café Waroeng *Steak and Shake* 3 dan keramahan karyawan cafe kepada pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan Café Waroeng *Steak and Shake* 3 berada pada rentang kurang puas. Terdapat beberapa indikator yang perlu mendapatkan perhatian dan peningkatan

yaitu kebersediaan pelanggan mempromosikan Café Waroeng *Steak and Shake* 3 serta kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

4. Besarnya pengaruh secara simultan personal dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan sebesar 52,4%. Besarnya pengaruh secara partial personal terhadap kepuasan pelanggan sebesar 17%, sedangkan pengaruh secara partial lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan sebesar 38%.

DAFTAR PUSTAKA

Alhelalat, Jebril A, Ma'moun, A Habiballah, & Naseem M Twaissi. (2017). The Impact of Personal and Functional Aspects of Restaurant Employee Service Behaviour on Customer Satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*.

Dessler, & G. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (10th ed.). Paramita Rahayu.

Gaol, CHR, & Jimmy L. (2014). *A to Z Human Capital (Manajemen Sumber Daya Manusia) Konsep, Teori, dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik dan Bisnis*. Gramedia Widiasarana.

Gie, & Liang. (2000). *Administrasi PerkantoranModern*. Liberty.

Irawan, & Handi D. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (2nd ed.). Elex Media Komputindo.

Kotler, Philip, & Amstrong. (2016). *Principle of Marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education,Inc.

Sedarmayanti. (2007). *Manajemen sumber daya manusia*. Refika Aditama.

Setyobudi Ismanto, & Daryanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.

Sihombing, K. S. (2014). *ANALISIS FRAUD DIAMOND DALAM MENDETEKSI FINANCIAL STATEMENT FRAUD : STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2010-2012*.

Sutrisno Edy. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pranada Media Group.

Tjiptono, & F. (2004). *Manajemen Jasa*. Andi Offset.