



## PENGARUH PELAYANAN RESTORAN DOMESTIK DAN PELAYANAN RESTORAN GLOBAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

### *THE EFFECT OF DOMESTIC RESTAURANT SERVICE AND GLOBAL RESTAURANT SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION*

Mardiyah<sup>1</sup>, Refi Adiyaksa Harahap<sup>2</sup>, Mauren Avelina<sup>3</sup>, Rini Noviardani<sup>4</sup>, Dian Kartika Sari<sup>5</sup>, Felix Wilbert Siburian<sup>6</sup>, Agus Rahmadsyah<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Kewirausahaan, Universitas Negeri Medan

Email : diyahbalaksa@gmail.com

#### Article Info

##### Article history :

Received : 01-10-2024

Revised : 03-10-2024

Accepted : 05-10-2024

Published : 08-10-2024

#### Abstract

*This study aims to analyze the differences resulting from the influence of the two variables, namely domestic restaurant services and global restaurant services on customer satisfaction. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, this study evaluates how the two independent variables affect the dependent variables and explains the resulting differences from the two independent variables. Data was collected from 41 respondents who were some at the State University of Medan. The partial t test shows that domestic and global restaurant services do not have enough influence on consumer satisfaction. The simultaneous F test also showed that together, the two did not have enough influence on consumer satisfaction. The results of the analysis show that service alone is not enough to increase customer satisfaction. The conclusion that can be learned is that the two will not be much different if they get the same service.*

**Keywords:** *International Business, Domestik Business, Restaurant*

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan yang dihasilkan dari pengaruh kedua variabel yaitu pelayanan restoran domestik dan pelayanan restoran global terhadap kepuasan pelanggan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, penelitian ini mengevaluasi bagaimana kedua variabel bebas tersebut mempengaruhi variabel dependen dan menjelaskan perbedaan yang dihasilkan dari kedua variabel independen. Data dikumpulkan dari 41 responden yang merupakan beberapa di Universitas Negeri Medan. Uji t parsial menunjukkan bahwa pelayanan restoran domestik maupun restoran global tidak memberikan pengaruh yang cukup terhadap kepuasan konsumen. Uji F simultan juga menunjukkan bahwa secara bersama-sama, keduanya tidak memberikan pengaruh yang cukup terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelayanan saja tidak cukup untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kesimpulan yang dapat dipetik adalah keduanya tidak akan jauh berbeda jika mendapatkan pelayanan yang sama.

**Kata Kunci:** *Bisnis Internasional, Bisnis Domestik, Restoran*



## PENDAHULUAN

Bisnis adalah setiap kegiatan komersial yang mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa kepada orang lain dengan imbalan uang. Keuntungan yang dimaksud dapat disebut sebagai laba. Laba adalah uang yang tersisa setelah bisnis membayar seluruh biaya pengeluaran atas penyediaan barang dan jasanya. Bisnis memasok barang dan jasa dengan motivasi menghasilkan keuntungan. Tanpa profit, sebuah perusahaan tidak dapat bertahan. Laba adalah imbalan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan bisnis. Kekayaan yang diciptakan oleh bisnis menguntungkan seluruh komunitas karena bisnis membayar pajak dan menyediakan pekerjaan. (Zilfana et al., 2022)

Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis dari bisnis yang mereka lakukan dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian organisasi perusahaan (produksi, pemasaran, personalia, dll) yang akan menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Secara umum tujuan dari bisnis adalah menyediakan produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan. (Hadion Wijoyo et al., 2021)

Selain itu, keberhasilan suatu usaha juga dipengaruhi oleh, artinya apabila sebuah perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan maka akan tersingkir dari dunia bisnis. Pendekatan yang dilakukan dalam melihat peluang bisnis dan lingkungan adalah dengan cara melihat tempat dan kedudukan pada perusahaan, mengerti jenis-jenis lingkungan perusahaan dan pengaruhnya terhadap perusahaan. (Dr. Ir. Edison Siregar, 2021)

Pada zaman globalisasi, dunia yang paling transparan kita lihat bagaimana hebatnya persaingan bisnis perusahaan nasional, multinasional, perang ekonomi lewat perdagangan antar bangsa, yang saling berebut untuk menguasai pasar dunia dalam bidang barang dan jasa. Adapun sejarah bisnis secara garis besar meliputi beberapa hal berikut ini :

### 1. Era Industri

Era industri dengan pionirnya Henry Ford pemilik dari Ford Industry mendapatkan penghasilan sebesar 10 triliun pertamanya dalam kurun waktu karir kerja selama 25 tahun. Dimasa ini barang siapa yang tidak bekerja maka tidak akan mendapatkan penghasilan, namun bagi yang bekerja dengan keras dan dengan prestasi yang cukup baik dalam ruang lingkup kerjanya akan mendapatkan jaminan pensiunan dari Perusahaan.

### 2. Era Teknologi

Era Teknologi, masa dimana teknologi teknologi menjadi tolak ukur penghasilan yang tidak terbatas karena semakin bagus mutu dari suatu teknologi maka yang menciptakan akan menciptakan suatu yang passive income yang tak terbatas dari hasil karya yang diciptakan dan menghasilkan royalti. Dimasa ini yang menjadi pionir adalah Bill Gates pemilik Microsoft dengan penghasilan 10 triliun pertama setelah 12 tahun.



### 3. Era Reformasi

Era informasi yang diawali pada awal tahun 1990 dan terus berkembang pesat sampai saat ini dan diyakini akan terus Ali Sadikin, Isra Misra & Muhammad Sholeh Hudin berkembang dari tahun ketahun selanjutnya. Kecepatan dunia informasi akan memegang penuh dalam perkembangan dunia bisnis dimasa mendatang dimulai dari industry kecil sampai industry besar.(Ali Sadikin et al., 2020)

Bisnis dapat dibedakan menjadi 2 jenis yaitu, bisnis domestik dan bisnis internasional. Bisnis domestik dapat kita artikan sebagai kegiatan atau aktivitas bisnis di dalam negeri, sedangkan bisnis internasional adalah bisnis yang dijalankan dengan melibatkan beberapa negara. Contoh bisnis domestik dapat kita temukan dari beberapa produk Indonesia yang dihasilkan dari perusahaan di Indonesia seperti produk indomie yang dihasilkan dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk, tolak angin tau dikenal dengan obat masuk angin yang diproduksi dari PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk atau restoran-restoran local di Indonesia seperti Rumah akan Sederhana dan masih banyak lagi. Sedangkan bisnis global dapat kita temukan pada beberapa restoran yang cukup terkenal dan beroperasi di seluruh dunia seperti McDonald's, KFC, Solaria dan masih banyak lagi.

Beberapa tahun terakhir ini, bisnis kuliner meningkat dan diminati oleh banyak orang. Beberapa alasan yang menjadikan bisnis tersebut menjadi sangat menarik antara lain disamping profit margin yang cukup besar dan sangat menjanjikan, juga pasarnya yang begitu luas. Salah satunya adalah restoran cepat saji yang hamper dapat kita temukan di daerah manapun. Tujuan restoran adalah menyajikan makanan dan minuman umumnya pada harga tinggi dengan tingkat pelayanan yang tinggi. Sudah banyak usaha atau bisnis restoran baru yang tumbuh dan berkembang saat ini, dikarenakan kebutuhan akan dine out (makan di luar) sudah menjadi trend dan kebiasaan yang lazim dilakukan banyak komunitas. Hal ini terlihat dari data yang menyebutkan bahwa dari 1.588 restoran dan kafe pada 2001 menjadi 2.050 pada Mei 2003. Tingkat pertumbuhan yang tinggi ini sejalan dengan tingkat persaingan antar restoran yang juga semakin tinggi.(Rachmawati et al., 2011)

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian bersifat kuantitatif. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa di Universitas Negeri Medan dengan mengisi survei melalui *google form*. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 41 responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode statistik analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS untuk mendapatkan gambaran bagaimana perbedaan pengaruh antara kedua variabel pelayanan restoran domestik dan pelayanan restoran global terhadap kepuasan pelanggan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan data yang telah terkumpul sebanyak 41 responden yang berupa mahasiswa, ditemukan hasil analisis regresi berganda berikut:



**Tabel 1. Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,393	2,256		1,504	,142
	Pelayanan Restoran domestik	,425	,330	,275	1,289	,206
	Pelayanan Restoran global	,127	,274	,099	,463	,647

a. Dependent Variable: totaly

**Tabel 2. Anova**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35,673	2	17,837	2,338	,112 <sup>b</sup>
	Residual	259,354	34	7,628		
	Total	295,027	36			

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat nilai konstanta ( $\beta_0$ ) sebesar 3.393, untuk variabel X1 yaitu pelayanan restoran domestik (nilai  $\beta_1X_1$ ) sebesar 0.425 dan pada variabel X2 yaitu pelayanan restoran global (nilai  $\beta_2X_2$ ) sebesar 0.127. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.393 + 0.425X_1 + 0.127X_2$$

Dari hasil analisis regresi linear diatas menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif yang diberikan oleh kedua variabel bebas. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai konstanta ( $\beta_0$ ) yang menunjukkan nilai positif. Sehingga kita dapat menemukan pengujian hipotesisnya. Berikut adalah pengujian hipotesis berdasarkan data yang tertera:

**1. Hipotesis pengaruh pelayanan restoran domestik terhadap kepuasan pelanggan**

Diketahui nilai signifikansi pada variabel pelayanan restoran domestik (X1) sebesar 0.206 yang dimana lebih besar (>) dari 0.05 dan nilai t hitung sebesar 1.289 dan t tabel sebesar 2.022, sehingga t hitung lebih kecil (<) daripada t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak adanya pengaruh dari variabel pelayanan restoran domestik (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

**2. Hipotesis pengaruh pelayanan restoran global terhadap kepuasan pelanggan**

Diketahui nilai signifikansi pada variabel sosial media (X2) sebesar 0.647 yang dimana lebih besar (>) dari 0.05 dan nilai t hitung sebesar 0.463 dan t tabel sebesar 2.022, sehingga t hitung (<) t table. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh dari variabel pelayanan restoran global terhadap kepuasan pelanggan (Y).



### 3. Hipotesis pengaruh keduanya secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui nilai signifikansi pada variabel bebas sebesar 0.112 yang dimana lebih kecil (>) dari 0.05 dan nilai F hitung sebesar 2,338 dan F tabel sebesar 3.24, sehingga F hitung (<) F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan tidak adanya pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas kepada variabel terikat.

## KESIMPULAN

Dari data yang telah di analisis, dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak sepenuhnya memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, baik itu restoran domestik maupun global. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tidak hanya melalui pelayanan namun juga dapat melalui kualitas dan cita rasa makanan, kebersihan, kenyamanan, dan factor-faktor lain yang menjadi pendukung untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Diantara restoran domestik dengan restoran global, tidak jauh berbeda jika di beri pelayanan yang sama. Maka dari itu, selain memperhatikan pelayanan di restoran, kita juga harus memperhatikan yang lainnya untuk meningkatkan titik kepuasan pelanggan terhadap restoran kita.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Sadikin, S. E. , M. Si., Isra Misra, S. E. , M. Si., & Muhammad Sholeh Hudin. (2020). *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*.
- Dr. Ir. Edison Siregar, M. M. (2021). *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*.
- Hadion Wijoyo, Denoj Sunarsi, Yoyok Cahyono, & Aris Ariyanto. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.
- Rachmawati, R., Jasa, J. T., Produksi, D., & Semarang, U. N. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). In *Jurnal Kompetensi Teknik* (Vol. 2, Issue 2).
- Zilfana, M., Abdul Rozak Fahrudin, Ms., Dra Tri Andjarwati, Mp., Drdraecendah Budiarti, M., Muhammad Rakib, Ms., Dra Ratnaningsih, Ms. S., Andi Sawe Riesso, M., Zainul Muttaqin, Ms., Regi Sanjaya, M., Nurdiana, M., Dra Ec Dyah Rini Prihastuty, Ms., & Arum Arupi Kusnindar, M. (2022). *Pengantar Bisnis Manajemen*. Tahta Media Group.