

## PENGARUH DIMENSI LAYANAN FASILITAS MAKAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

*Ernest Matindas*  
*ematindas@unklab.ac.id*  
Universitas Klabat

### ABSTRAK

Fern Wallace Cafeteria (*Dining*) sebagai salah satu fasilitas yang ada di dalam Universitas Klabat diharuskan mampu memenuhi kebutuhan makanan dari para mahasiswa yang tinggal di asrama, namun meskipun kebutuhannya dapat terpenuhi banyak mahasiswa yang memilih untuk tidak makan di *Dining*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dari mahasiswa terhadap layanan *Dining* dengan mengukur kualitas makanan, kualitas layanan, suasana, kewajaran harga, dan kemudahan serta untuk melihat apakah faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan yang diberikan. Sampel pada penelitian ini berjumlah 358 responden yang diambil secara acak dari total mahasiswa yang tinggal di asrama sebesar 797. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif sedangkan uji regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh faktor-faktor layanan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil yang didapat variabel kualitas makanan, kualitas layanan, dan kewajaran harga secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan *Dining* dan di antara ketiga variabel tersebut, kewajaran harga memiliki pengaruh paling tinggi.

**KATA KUNCI:** Kenyamanan, Kepuasan Layanan, Kewajaran Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Suasana.

### ABSTRACT

Fern Wallace Cafeteria (*Dining*) as one of the existing facilities at the University Klabat was required to meet students' needs of food. Although their needs can be met, many students choose not to eat at *Dining*. This study aims to examine the level of student satisfaction with *Dining* services by measuring the Atmosphere, Food quality, Service Quality, Price fairness, and Convenience as well as to see whether these factors have a significant influence on student satisfaction on services provided. Research samples were 358 respondents randomly drawn from the total student living at dorms which are 797 students. This study design was associative and to measure the effect of the factors service quality toward students' satisfaction multiple regression was utilized. The results suggest food quality, service quality, and the price fairness has a significant positive effect on student satisfaction and among the three variables, price fairness was having the highest influence.

**KEYWORDS:** Atmosphere, Convenience, Food quality, Price fairness, Satisfaction Service, Service Quality

### LATAR BELAKANG

Fern Wallace Cafeteria (*Dining*) adalah fasilitas makan untuk mahasiswa yang berkuliah di Universitas Klabat khususnya yang tinggal di dalam asrama. *Dining* diadakan untuk mendukung tujuan pendidikan Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh (GMAHK) untuk membentuk sumber daya manusia seutuhnya baik mental, fisik, dan sosial juga spriritual (UNKLAB, 2013) melalui pembelajaran pola hidup sehat misalnya pola makan teratur, kombinasi makanan dengan gizi seimbang serta membiasakan diri dengan makanan vegetarian (White, 1903).

Namun meskipun diadakan untuk para mahasiswa, tidak semua mahasiswa yang tinggal di asrama secara teratur makan di *Dining*. Berdasarkan informasi dari pihak pengelola, di tahun ajaran 2015/2016 rata-rata jumlah mahasiswa yang datang di *Dining* secara rutin tidak pernah mencapai 60% dari yang jumlah semua mahasiswa yang tinggal di asrama-asrama. Contohnya untuk semester 2 tahun ajaran 2014/2015 secara rata-rata hanya sekitar 52% dari jumlah mahasiswa yang seharusnya makan di fasilitas tersebut.

Menurut Gramling, et al. (2005) pihak sekolah perlu mengetahui seberapa penting fasilitas perlu disediakan bagi para pelajar. Lebih lanjut lagi terkait dengan fasilitas makan, pihak pengelola juga perlu mencari tahu faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong kepuasan pada fasilitas tersebut. Edwards (2013) menyatakan bahwa kepuasan pada pengalaman makan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor makanan, bisa juga oleh faktor-faktor lainnya. Kotler, Bowen, dan Makens (2014) menjelaskan faktor tersebut dapat berupa layanan yang berkualitas.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) menyatakan kunci persaingan adalah mengerti faktor-faktor apa saja yang membentuk dimensi layanan di benak pelanggan dan untuk tujuan tersebut dibuatlah SERVQUAL, suatu metode pengukuran kualitas layanan yang terdiri dari *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti terukur), *empathy* (Empati), dan *responsiveness* (daya tanggap). Selanjutnya Stevens, Knutson, dan Patton (1995) merumuskan DINESERV yang merupakan pengembangan SERVQUAL untuk mengukur dimensi layanan pada industri rumah makan.

Kim, Ng, dan Kim (2009) - yang melakukan penelitian pada fasilitas makan di universitas – memodifikasi dan meleburkan variabel DINESERV ke dalam lima variabel institusional yaitu kualitas makanan, kualitas layanan, kewajaran harga, suasana, dan kemudahan.

Penelitian-penelitian terdahulu mendapati, dalam mengukur dimensi layanan rumah makan, kualitas makanan sering dianggap sebagai faktor yang paling dinilai oleh seseorang ketika berkunjung ke rumah makan (Gramling, et al., 2005, Ha & Jang, 2010; Petzer & Mackay, 2014). Selanjutnya Kualitas layanan merupakan faktor kedua yang sering digunakan untuk menilai kepuasan (Kim et al., 2009). Penelitian lainnya mendapati suasana yang dirasakan ketika berkunjung atau makan dapat berpengaruh pada pengalaman makan dari pengunjung (Petzer & Mackay, 2014).

Penelitian terdahulu juga mendapati kewajaran harga dan kemudahan untuk mengakses lokasi dapat memengaruhi kepuasan dari pengunjung. Kim et al. (2009) menyatakan sering kali harga yang dianggap berlebihan oleh pelanggan bisa menyebabkan menurunnya kepuasan pada hidangan yang dimakan.

Meskipun banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mempelajari kepuasan pada dimensi layanan rumah makan, namun sedikit informasi yang bisa didapat terkait penelitian yang dilakukan pada fasilitas makan di dalam kampus yang mengharuskan mahasiswanya untuk makan di tempat tersebut. Berdasarkan masalah kurangnya mahasiswa yang memanfaatkan fasilitas makan di UNKLAB serta kurangnya literatur terkait fasilitas makan di dalam kampus sejenis *Dining*, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terkait kepuasan mahasiswa terhadap dimensi layanan *Dining*. Lebih khusus lagi penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan, kualitas makanan, kewajaran harga, suasana, dan kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan *Dining*.
2. Untuk mengukur faktor layanan *Dining* manakah yang paling berpengaruh pada kepuasan mahasiswa.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

***Kepuasan Pada Layanan.*** Oliver (2014) menggambarkan kepuasan sebagai perasaan yang didapat sebagai bentuk tanggapan dari pemenuhan kebutuhan atau keinginan. Kotler dan Keller (2012) menggambarkan kepuasan untuk seorang pengguna produk atau jasa sebagai suatu kondisi ketika kinerja dari produk atau jasa yang didapat sesuai dengan yang kinerja yang diharapkan sehingga bisa dikatakan ia mengalami kepuasan pelanggan dengan kata lain perusahaan perlu untuk mengetahui apa yang diharapkan oleh pelanggan untuk bisa memberi kepuasan kepadanya.

Terkait industri jasa Parasuraman et al. (1988) menyatakan harapan orang bisa dilihat dari dimensi kualitas layanan yang ingin didapatnya dari jasa yang digunakan, dimana melengkapi pernyataan tersebut Stevens et al. (1995) menyatakan hal yang sama berlaku pula dalam industri rumah makan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kim et al. (2009) didapat dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur harapan dan kepuasan pada fasilitas makan di sebuah institusi pendidikan adalah kualitas makanan, kualitas layanan, keseimbangan harga dan nilai, suasana, dan kemudahan mengakses lokasi fasilitas. Selain itu

ada juga perilaku-perilaku setelah merasakan layanan yang diberikan dapat juga menjadi indikator seseorang puas atau tidak. (Keith & Simmers, 2011; Ha & Jang, 2012; Canny, 2013; Chung & Kim, 2015).

Kepuasan setelah merasakan layanan yang diberikan bisa menyebabkan beberapa hal pada pelanggan, di antaranya pelanggan akan memberikan penilaian yang baik tentang rumah makan tersebut baik dalam penilaian pribadi (Ha & Jang, 2012), mengisi penilaian yang dilakukan rumah makan tersebut (Keith & Simmers, 2011) bahkan dalam mengisi survei yang dilakukan oleh pihak ketiga (Marinkovic, Senic, & Mimovic, 2015).

Kim et al. (2009) menyatakan kepuasan pada layanan dapat menyebabkan orang untuk kembali ke tempat yang sama, memilih tempat tersebut dibandingkan tempat lain, atau ia akan menceritakan pengalamannya dan menganjurkan orang lain untuk menggunakan jasa atau produk yang sama. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian-penelitian lain (Chung & Kim, 2015; Jung, Sydnor, Lee, & Almanza, 2015).

**Kualitas makanan.** Grunert (2005) mendefinisikan kualitas makanan sebagai karakteristik dari makanan yang bisa diterima pada umum atau apa saja yang dihasratkan oleh konsumen untuk ada di dalam makanannya. Karakteristik tersebut dapat berupa tampilan, cita rasa, kesegaran, dan kandungan nutrisi (Kim et al., 2009). Petzer dan Mackay (2014) menambahkan dengan nilai inovasi, temperatur, konsistensi, serta nilai gizi dari makanan tersebut. Roberts, Barrett, Shanklin, Pilling, dan Brannon (2008) mengemukakan pentingnya memasukan elemen tersebut untuk menjaga citra rumah makan

Penelitian-penelitian terdahulu mendapati kualitas makanan sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Ha dan Jang (2010), Kwun (2011), serta Petzer dan Mackay (2014) mendapati kualitas makanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan layanan rumah makan bahkan menjadi faktor paling dominan dalam menentukan puas tidaknya seorang pengunjung; sejalan dengan temuan yang lain (Gramling, et al., 2005; Kim et al., 2009).

**Kualitas Layanan.** Industri rumah makan berbeda dengan industri lainnya. Hal tersebut dikarenakan dikarenakan rumah makan memberikan dua penawaran berbeda dalam satu pengalaman pelanggan, yaitu produk makanan serta jasa yang termasuk dalamnya penyiapan makanan dan proses menyantapnya (Kotler & Keller, 2012). Oleh karena itu ketika orang datang ke rumah makan ia bukan hanya merasakan makanannya tapi mau tak mau juga terpapar dengan layanan yang diberikan.

Layanan yang berkualitas dapat terbentuk dari banyak faktor diantaranya: staf yang ramah dan perhatian juga penampilannya yang bersih dan rapi (Kim et al., 2009), kemahiran pegawai rumah makan dalam menyiapkan makanan, mampu memberikan informasi terkait menu dan bahan masakan, serta metode penyajiannya, bahkan kerjasama yang baik diantara staf dan pengelola bisa menjadi indikator kualitas layanan (Markovic, Raspor, & Dorcic, 2011).

Penelitian-penelitian terdahulu mendapati adanya pengaruh yang signifikan positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan penunjung baik di rumah makan (Ha & Jang, 2010; Ryu, Lee, & Kim, 2012; Canny, 2013; Haery, 2014) maupun di fasilitas makan di sekolah atau universitas ((Kim et al., 2009; Jeong, Chun, Joo, & Yoon, 2013; Josiam, Foster, Malave, & Baldwin, 2014).

**Suasana.** Kim, Kang, dan Park (2014) mendefinisikan suasana adalah keseluruhan lingkungan tempat makan yang terpapar mengelilingi pengunjung. dari tempat makan dapat bisa memengaruhi pada puas tidaknya seseorang terhadap makanan dan layanan yang didapat. Pengunjung bisa melihat suasana dari kebersihan dari fasilitas makan, lingkungan dining, dan tingkat kenyamanan. Sedangkan Petzer dan Mackay (2014) menambahkan gaya dari ruangan, tata ruang, warna, penerangan, perabotan, dan serta suasana secara keseluruhan.

Petzer dan Mackay (2014) senada dengan penelitian-penelitian yang lain mendapati suasana dapat memprediksi kepuasan pelanggan (Kincaid, Baloglu, Mao, & Busser, 2010; Markovic et al., 2011; Jeong et al, 2013).

**Kewajaran Harga.** Kewajaran harga adalah kondisi ketika konsumen mendapati harga yang dibayar senilai dengan barang yang didapat. Menurut Oh (2003) Ketika konsumen mendapati barang yang dibeli senilai dengan apa yang dikorbannya maka harga yang dibayarkan dianggap wajar. Biasanya konsumen tersebut memiliki dasar dalam perbandingannya misalnya apakah dari referensi produk saingan, informasi produk itu sendiri, bahkan pengalaman di masa lalu (Maxwell, 2002).

Vaniarajan (2009) menyatakan salah satu faktor yang menentukan bagi setiap orang dalam memilih tempat makan yang berkualitas dan yang menawarkan kenyamanan adalah kewajaran harga. Lebih lanjut, dalam penelitiannya mendapati kewajaran harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan layanan suatu tempat makan (Vaniarajan, 2009). Hal yang sama didapatkan oleh Kim et al. (2009) ketika melakukan penelitian pada fasilitas makan institusi pendidikan, mendukung pernyataan Gramling et al. (2005) yang mendapati para

mahasiswa sangat peka dalam menilai seberapa sesuai uang yang mereka bayar dengan makanan yang disediakan bagi mereka.

**Kemudahan.** Dikarenakan untuk bisa menikmati layanan dari rumah makan secara menyeluruh, maka seorang pelanggan harus pergi ke rumah makan tersebut. Namun, jika jarak yang harus ditempuh dan lamanya perjalanan bisa membuat ia berpikir kembali untuk pergi atau mempertimbangkan tempat lain. Untuk situasi di dalam kampus universitas, Kim et al., (2009) mendapati lokasi yang dekat dengan kelas atau asrama sangat penting bagi fasilitas makan universitas dikarenakan lokasi yang mudah dan cepat dijangkau dapat membantu mahasiswa yang hanya memiliki waktu terbatas mengingat banyaknya tugas dan tuntutan perkuliahan.

Ryu, Han, & Kim (2008) mendapati lokasi yang cepat dan mudah diakses berpengaruh pada persepsi dan kepuasan pelanggan. Hal senada dikemukakan oleh Wan (2013) dan Josiam et al. (2014) mendapati bersama-sama dengan kualitas makanan, kualitas layanan, dan kewajaran harga kemudahan untuk mengakses lokasi adalah hal yang berpengaruh pada pengunjung.

Berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian serta literatur yang mendasari penelitian ini maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ha : Kualitas makanan, kualitas layanan, suasana, kewajaran harga, dan kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan *Dining*.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode Asosiatif dimana penelitian berusaha menjelaskan kepuasan pelanggan pada layanan melalui pengukuran suasana, kualitas makanan, kualitas layanan, kewajaran harga dan kemudahan yang didapat para mahasiswa ketika makan di *Dining*. Sampel yang didapat berjumlah 358 (44.92%) dari seluruh mahasiswa yang tinggal di asrama pada Semester 2 tahun ajaran 2015/2016.

Pengambilan sampel menggunakan tehnik Stratified Random Sampling yaitu sampel dipilih secara acak namun jumlahnya disesuaikan dengan proporsi setiap unit sampling (Sugiyono, 2015). Unit sampling dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan asrama yang dikategorikan berdasarkan dekat tidaknya asrama dengan lokasi *Dining* dilihat dari jarak jalan yaitu asrama wanita yang jaraknya berdekatan dengan dining (32.40%) dan yang jauh dari dining (23.18%); selanjutnya asrama pria yang jaraknya berdekatan dengan dining (34.92%) dan yang jauh dari dining (9.50%).

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang didapatkan melalui kuesioner berskala likert yang disadur dari kuesioner institusional DINESERV beberapa penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan kondisi dan suasana Dining UNKLAB (Tabel 1).

**Tabel 1**  
 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item	Sumber
<b>Layanan Dining</b>			
a. Suasana	Tampilan area tempat makan	1, 2	Kim et al. (2009), Petzer & Mackay (2014)
	Lingkungan ruangan untuk makan	6, 10, 11, 12,	
	Kebersihan di ruangan makan	3	
	Tingkat kenyamanan di dalam ruangan	5, 7, 8, 9,	
	Suasana secara keseluruhan	4, 13, 14	
b. Kualitas Makanan	Kualitas makanan secara keseluruhan	22	Kim et al. (2009), Roberts et al. (2008)
	Cita rasa makanan	15, 16	
	Tampilan yang menarik	21	
	Kandungan gizi	19, 20	
	Variasi	17, 18	
c. Kualitas Layanan	Tampilan pegawai	23	Kim et al. (2009), Markovic et al. (2011)

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item	Sumber
	Perhatian pegawai	30, 31, 32, 33	
	Layanan yang diberikan oleh pegawai	26, 28, 29	
	Pengetahuan tentang makanan yang disajikan	34	
	Sikap ketika melayani	24, 27	
d. Kewajaran Harga	Sebanding dengan harga	39	Kim et al. (2009), Gramling et al. (2005)
	Porsi yang pantas	36, 37, 38	
	Harga yang masuk akal	35	
e. Kemudahan	Jarak yang dekat	40	Kim et al. (2009)
	Kemudahan mengakses lokasi	41, 42	
<b>Kepuasan Mahasiswa</b>			
	Terhadap makanan	B1	Kim et al. (2009)
	Terhadap layanan	B2	
	Ingin Kembali	B3	
	Menceritakan pengalaman pada orang lain	B4	

Sebelum dijalankan pada responden penelitian, kuesioner telah didistribusikan pada 40 responden untuk uji reliabilitas dan uji validasi. Nilai *Cronbach Alpha* yang didapatkan dari hasil olah data pretest adalah 0.84 di atas batas minimum reliabilitas dan nilai signifikan uji *Pearson Correlation* lebih kecil dari 0.05 yang berarti item pada kuesioner reliabel dan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Data yang didapat dari kuesioner dianalisa menggunakan Statistical Package for Social Science (SPSS) dimana uji ANOVA digunakan untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian, sedangkan analisa Regresi Berganda digunakan untuk mengukur dampak dari masing-masing dimensi layanan Dining terhadap kepuasan mahasiswa dengan melihat pada nilai *Standardized Coefficients Beta* serta nilai uji t.

## HASIL

**Karakteristik Responden.** Kuesioner dibagikan secara online menggunakan *google form*, dan jumlah responden yang mengisi secara lengkap berjumlah 358, di mana jumlah terbesar adalah responden perempuan sebanyak 199 orang (55.59%) sedangkan pria sebanyak 159 orang (44.41%). Lebih lanjut lagi, para responden tersebar di tujuh asrama yang ada; di mana urutan responden terbanyak berasal dari asrama Crystal (34.92%), lalu Edelweis (32.40%), diikuti Annex, Asrama Panggung dan Jasmine (32.18%), dan terakhir Genzet dan Guest House (9.50%).

Dilihat dari kategori lamanya berkuliah di UNKLAB, para responden terbagi cukup merata antara yang baru berkuliah (26.54%), sudah berkuliah lebih dari satu tahun atau hampir dua tahun (21.51%), telah berkuliah hampir tiga tahun (27.93), dan telah berkuliah lebih dari tiga tahun (24.02). Selanjutnya jika dilihat dari lamanya responden tinggal di asrama, responden terbanyak baru tinggal di asrama (29.89), yang kedua telah tinggal hampir tiga tahun (26.82%), diikuti oleh para mahasiswa yang telah tinggal di asrama selama hampir dua tahun (22.35%), dan yang terakhir berasal dari mahasiswa yang telah tinggal untuk jangka waktu lebih dari tiga tahun (20.95%).

Untuk latar belakang agama, urutan responden terbanyak adalah para mahasiswa yang beragama Maschi Advent Hari Ke-tujuh (52.51%), yang kedua, Kristen Protestan (44.41%), diikuti Katolik (1.68%) dan Islam (0.84%), dan yang terakhir Hindu (0.28%) dan Budha (0.28%).

Dan yang terakhir, jika dilihat dari program studi yang sedang diambil 36.03% responden adalah mahasiswa dari prodi akuntansi, 16.48% dari Ilmu keperawatan, selanjutnya 11.73% responden adalah mahasiswa dari prodi teknik informatika, 10.34% dari prodi Manajemen, lalu prodi Bahasa Inggris sebesar 8.10% diikuti oleh Sistem Informasi sebanyak 7.54% dari total responden, dan responden yang lain tersebar dari prodi Filsafat, Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Luar Sekolah, Pendidikan Agama, dan Akademi Sekretaris. (Tabel 2)

**Tabel 2**  
 Karakteristik Responen

Variabel	n	%	Variabel	n	%
<b>Jenis Kelamin</b>			<b>Agama</b>		
Perempuan	199	55.59	MAHK	188	52.51
Laki-laki	159	44.41	Islam	3	0.84
<b>Asrama</b>			Kristen Protestan	159	44.41
Edelweis	116	32.4	Katolik	6	1.68
Annex, Panggung, Jasmine	83	23.18	Hindu	1	0.28
Crystal	125	34.92	Budha	1	0.28
Genzet, Guest House	34	9.5	<b>Program Studi</b>		
<b>&lt; 1 tahun</b>			Filsafat	20	5.59
<b>&lt; 2 tahun</b>			Pendidikan Luar Sekolah	2	0.56
<b>&lt; 3 tahun</b>			Bahasa Inggris	29	8.1
<b>≥ 3 tahun</b>			Guru Agama	1	0.28
<b>Lama tinggal di asrama</b>			Pendidikan Ekonomi	11	3.07
< 1 tahun	107	29.89	Akuntansi	129	36.03
< 2 tahun	80	22.35	Manajemen	37	10.34
< 3 tahun	96	26.82	Sistem Informasi	27	7.54
≥ 3 tahun	75	20.95	Teknik Informatika	42	11.73
			Keperawatan	59	16.48
			ASMIK	1	0.28

**Hasil Regresi.** Analisa Regresi Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh dimensi layanan *Dining* terhadap kepuasan mahasiswa. Pada Tabel 3, hasil uji F yang didapat sebesar 72.904 dengan nilai signifikan sebesar 0.000. Angka ini menunjukkan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis H1 gagal ditolak. Artinya dimensi layanan *Dining* secara simultan berpengaruh pada kepuasan mahasiswa pada layanan yang didapat.

Pada analisa selanjutnya, dengan menggunakan uji t didapati di antara kelima dimensi layanan (kualitas makanan, kualitas layanan, suasana, kewajaran harga, dan kemudahan) hanya tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan dimana masing-masing memiliki nilai  $p=0.000$ . Diurutkan berdasarkan nilai *Standardized Coefficients Beta* ketiga variabel tersebut adalah kewajaran harga dengan  $\beta=0.313$ , lalu kualitas makanan,  $\beta=0.260$  dan kualitas layanan,  $\beta=0.243$

**Tabel 3**  
 Hasil perhitungan ANOVA Regresi

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	57.835	5	11.567	72.904	.000 <sup>b</sup>
1	Residual	70.286	443	.159		
	Total	128.121	448			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kualitas Makanan, Suasana, Kewajaran Harga, Kualitas Layanan

**Tabel 4**  
 Hasil perhitungan Regresi Berganda

Dimensi Layanan	<i>b</i>	beta	<i>T</i>	Sig
Konstan	1.329		10.992	0.000
Kualitas Makanan	0.188	0.260	4.370	0.000
Kualitas Layanan	0.202	0.243	4.337	0.000
Suasana	-0.015	-0.016	-0.314	0.754
Kewajaran Harga	0.208	0.313	6.070	0.000
Kemudahan	-0.043	-0.060	-1.332	0.184

a. Dependent variabel = Kepuasan

## PEMBAHASAN DAN IMPLIKASI

Hasil yang didapat pada penelitian ini sejalan dengan temuan dari Kim et al. (2009) yang melakukan penelitian pada fasilitas layanan makanan universitas publik di Midwest yang mana mendapati dimensi kualitas makanan, kualitas layanan, serta kewajaran harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan niat untuk kembali. Sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu (Vanniarajan, 2009; Kwun, 2011; Markovic et al., 2011; Jin et al., 2012; Jeong et al., 2013; Josiam et al., 2014; Petzer & Mackay, 2014; Haery, 2014; Marinkovic et al., 2015).

Faktor kewajaran harga yang didapat berpengaruh signifikan pada kepuasan mahasiswa juga mendukung temuan Gramling et al. (2015) pada kelompok diskusi yang terdiri dari para mahasiswa di dalam penelitiannya. Para mahasiswa kelompok tersebut sangat peka dalam menilai seberapa wajar uang yang mereka bayar untuk makanan yang disediakan bagi mereka. Lebih lanjut, dikarenakan mahasiswa yang tinggal di asrama memiliki pemikiran bahwa sebagian dari uang yang mereka bayarkan kepada pihak sekolah diperhitungkan sebagai uang makan sehingga jika mereka merasa makanan yang disediakan tidak sesuai dengan uang yang mereka keluarkan maka para mahasiswa akan beranggapan uang mereka terbuang percuma (Gramling et al., 2005). Hal tersebut dapat diartikan mahasiswa akan puas jika makanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harga yang harus dibayar, yang dapat membuat mereka memberikan referensi positif terkait tempat di mana mereka makan (Kim et al., 2009).

Faktor kedua yang berpengaruh adalah kualitas makanan yang umumnya adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa, dikarenakan meskipun faktor-faktor lain bisa mempengaruhi kepuasan pengunjung rumah makan namun faktor yang paling kuat dalam mempengaruhi pilihan orang terkait rumah makan adalah makanannya (Kim et al., 2009). Hal ini sejalan juga dengan temuan Jeong et al. (2013) yang membandingkan kepuasan pada mahasiswa-mahasiswa di negara yang berbeda dan hasilnya responden tetap memprioritaskan kualitas makanan dibandingkan dengan faktor lainnya ketika berkunjung ke fasilitas *foodservice* universitas; bahkan mendapati secara rata-rata jika disuruh memilihpun para mahasiswa tidak ingin menukarkan kualitas makanan dengan atribut layanan lainnya, misalnya kualitas layanan atau suasananya.



Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki responden dengan latar belakang berbeda-beda mendapat hasil yang sejalan dengan penelitian ini, misalnya Kwun (2011) yang melakukan penelitian dengan memperhatikan atribut kewarganegaraan dan gender, atau penelitian yang dilakukan oleh Gramling et al. (2005) pada mahasiswa yang berbeda dalam lamanya waktu berkuliah mendapati kualitas makanan adalah faktor yang paling dapat memprediksi kepuasan penunjang meskipun ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi juga, sejalan dengan temuan Ha dan Jang (2010). Itulah sebabnya pengelola rumah makan perlu untuk mempertimbangkan dengan serius elemen kualitas makanan seperti ketepatan rasa, kesegaran, tampilan bahkan nutrisi yang terkandung di dalam makanan yang disajikan (Kim et al., 2009; Petzer & Mackay, 2014).

Selanjutnya terkait dengan kualitas layanan, hasil dari penelitian ini menguatkan pernyataan Edwards (2013) yang mana pengalaman makan di sebuah rumah makan atau fasilitas makan bukan hanya terpusat pada makanannya saja tetapi ada faktor-faktor lainnya; misalnya sambutan yang ramah dapat mempengaruhi perasaan mahasiswa sehingga bisa menambahkan kesan positif di benaknya yang akhirnya dapat memberikan nuansa positif pada keseluruhan pengalamannya makan di Dining, namun sebaliknya jika mahasiswa tersebut mendapat kesan yang tidak ramah bahkan cenderung kasar, ia akan memberikan penilaian negatif pada pengalamannya makan di Dining. Pernyataan ini selaras dengan pernyataan dari Kim et al. (2009), Markovic et al. (2011); Chung dan Kim (2015).

Selaras dengan pernyataan tersebut, Kim et al. (2009) mendapati kualitas layanan adalah elemen terpenting – setelah kualitas makanan – yang berpengaruh pada kepuasan serta keinginan untuk berkunjung kembali. Penelitian yang dilakukan oleh Petzer dan Mackay (2014) juga mendapati memberikan layanan yang berkualitas, rumah makan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terkait pengalaman makan di rumah makan tersebut. Hal yang senada juga disampaikan oleh Josiam et al. (2014).

Terkait dengan ketiga variabel yang didapati berpengaruh pada kepuasan mahasiswa, pihak pengelola *Dining* dapat melakukan peningkatan kualitas dimensi layanan misalnya dengan memberikan jumlah atau porsi yang seimbang dengan harga yang harus dibayar, makanan juga dijaga kualitasnya dengan melihat pada tampilan, cita rasa, kesegaran, dan kandungan nutrisi, temperatur, kebersihan dan kualitas layanan dan kewajaran harga agar kepuasan mahasiswa pada layanan dining semakin tinggi.

Selain itu pengelola disarankan untuk mempertahankan layanan yang berkualitas dengan cara mengadakan pelatihan yang bersinambungan bagi para pegawai misalnya terkait penyiapan makanan yang sesuai prosedur, bagaimana menyapa dengan ramah dan sopan serta menjaga penampilan yang bersih dan rapi, peka dalamanggapi kebutuhan mahasiswa, tulus dalam melayani, serta meningkatkan pengetahuan terkait dengan makanan yang disajikan.

Saran-saran tersebut dianjurkan dengan harapan mahasiswa dapat puas dengan layanan *Dining*, mereka akan tetap setia untuk datang makan; dapat memberikan referensi positif tentang *Dining* pada pihak lain, yang akhirnya bisa menguntungkan bagi Dining baik dari sisi operasional yang efisien dan efektif, serta tercapainya tujuan pendidikan GMAHK dalam mendidik mahasiswa untuk memiliki pola hidup sehat juga bisa tercapai.

## BATASAN DAN SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

Keterbatasan dari penelitian ini salah satunya adalah lokasi penelitian hanya pada satu universitas saja sehingga tidak dapat mewakili fasilitas makan seluruh universitas oleh karena itu disarankan untuk penelitian selanjutnya dilakukan pada fasilitas makan di beberapa universitas sehingga bisa mendapat gambaran yang lebih luas.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini juga merupakan instrumen yang diambil dari penelitian-penelitian sebelumnya, sangat disarankan agar penelitian selanjutnya dapat menggabungkan metode *Exploratory Factor Analysis* dan *Confirmatory Factor Analysis* sehingga bisa mendapatkan gambaran langsung terkait faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh responden yang diteliti dan membangun instrumen yang sesuai dengan persepsi responden yang diteliti. Untuk mengukur kepuasan mahasiswa juga disarankan menggunakan uji beda untuk membandingkan antara harapan sebelum menggunakan fasilitas makan dengan penilaian setelah menggunakan fasilitas tersebut.

Disarankan juga untuk menggunakan metode-metode lain di dalam analisa sehingga bisa memberikan implikasi yang lebih dalam, misalnya metode *Importance Performace Analysis* atau Kano Model.



## DAFTAR PUSTAKA

- Canny, I. (2013). The role of food quality, service quality, and physical environment on customer satisfaction and future behavioral intentions in casual dining restaurant. *The 7th National Research Management Conference*, Palembang Indonesia: Sriwijaya University.
- Chung, J. Y., & Kim, Y. G. (2015). A Netnographic Study of eWOM Motivations to Articulate Dining Experiences. *Journal of Internet Commerce*, 14(4), 455-475.
- Edwards, J. S. (2013). The foodservice industry: Eating out is more than just a meal. *Food Quality and Preference*, 27(2), 223-229.
- Gramling, L., Byrd, R., Epps, L., Keith, D., Lick, R., & Tian, R. (2005). Foodservice management and its impact on college operations: A business anthropological case study. *Foodservice Research International*, 16(1-2), 15-43.
- Grunert, K. G. (2005). Food quality and safety: consumer perception and demand. *European Review of Agricultural Economics*, 32(3), 369-391.
- Ha, J., & Jang, S. S. (2010). Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. *International journal of hospitality management*, 29(3), 520-529.
- Haery, F. A. (2014). Studying the Effect of Food Quality Dimensions (Physical Environment, Food, and Service) on Mental Image of the Restaurant and Customers' Satisfaction and Intentions Based On Kisang's Model. *International Journal of Academic Research In Business and Social Sciences*, 4(7), 415-430.
- Jeong, E., Chun, Y., Joo, N., & Yoon, J.-y. (2013). Comparison of students' foodservice satisfaction between Korea and the US. *Nutrition Research and Practice*, 7(1), 66-71.
- Jin, N., Lee, S., & Lynn, H. (2012). Impact of Restaurant Experience on Brand Image and Customer Loyalty: Moderating Role of Dining Motivation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(6), 532-551.
- Josiam, B. M., Foster, C., Malave, R., & Baldwin, W. (2014). Assessing the quality of food, service and customer experience at a restaurant: The case of a student-run restaurant in the USA. *Journal of Services Research*, 14(1), 49-73.
- Jung, J. M., Sydnor, S., Lee, S. K., & Almanza, B. (2015). A conflict of choice: How consumers choose where to go for dinner. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 88-98.
- Keith, N. K., & Simmers, C. S. (2011). Measuring service quality perceptions of restaurant experiences: The disparity between comment cards and DINESERV. *Journal Of Foodservice Business Research*, 14(1), 20-32.
- Kim, K. B., Kang, S. Y., & Park, S. H. (2014). Perceiving the atmosphere of Asian restaurants: European customers vs. Asian customer. *International Journal of Tourism Sciences*, 14(2), 111-125.
- Kim, W. G., Ng, C. Y., & Kim, Y.-s. (2009). Influence of institutional DINESERV on customer satisfaction, return intention, and word of mouth. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 10-17.
- Kincaid, C., Baloglu, S., Mao, Z., & Busser, J. (2010). What really brings them back? The impact of tangible quality on effect and intention for casual dining restaurant patrons. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2), 209-220.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for hospitality and tourism* (6th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kwun, D. J.-W. (2011). Effects of campus foodservice attribute on perceived value, satisfaction, and consumer attitude: A gender-difference approach. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 252-261.
- Marinkovic, V., Senic, V., & Mimovic, P. (2015). Factors Affecting Choice and Image of Ethnic Restaurant in Serbia. *British Food Journal*, 117(7), 1903-1920.
- Markovic, S., Raspor, S., & Dorcic, J. (2011). What are the key dimensions of restaurant service quality? An empirical study in city restaurant settings. *Sustainable Tourism: Socio-Cultural, Environmental and Economics Impact*, 1(1), 235-249.
- Maxwell, S. (2002). Rule-based price fairness and its effect on willingness to purchase. *Journal of Economic Psychology*, 23(2).
- Oh, H. (2003). Price fairness and its asymmetric effects on overall price, quality, and value judgments: the case of an upscale hotel. *Tourism Management*, 24(4), 387-399.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Abingdon: Routledge.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 14-40.
- Petzer, D., & Mackay, N. (2014). Dining atmospherics and food and service quality as predictors of customer satisfaction at sit down restaurants. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3(2), 1-14.
- Roberts, K. R., Barrett, B. B., Howells, A. D., Shanklin, C. W., Pilling, V. K., & Brannon, L. A. (2008). Food safety training and foodservice employees' knowledge and behavior. *Food Protection Trends*, 28(4), 252-260.
- Ryu, K., Han, H., & Kim, T.-H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 459-469.
- Ryu, K., Lee, H.-R., & Kim, W. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200-223.
- Ryu, K., Lee, H.-R., & Kim, W. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200-223.
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). Dineserv: A tool for measuring service quality in the restaurant. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 36(2), 56-60. doi:10.1177/001088049503600226
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Universitas Klabat. (2013). *Buku panduan-aturan kehidupan mahasiswa Universitas Klabat*. Retrieved from <http://www.unklab.ac.id/>.
- Vanniarajan, T. (2009). Dineserv: A tool for measuring service quality in restaurants. *Journal Of Marketing & Communication*, 4(3), 41-52.
- Wan, Y. K. (2013). Factors that affect the levels of tourists' satisfaction and loyalty towards food festivals: A case study of Macau. *International Journal of Tourism Research*, 15(3), 226-240.
- White, E. G. (1903). *Education*. Mountain View: Pacific Press Publishing Association.
- Xia, L., Monroe, K. B., & Cox, J. L. (2004). The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions. *Journal of Marketing*, 68(4), 1-15.