



## Hubungan Antara Persepsi Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Di Rumah Makan Maju Mapan 5758 Di Kota Parepare

Dhela Rahmatullah<sup>1</sup>, Aisyanda Salsabila Sahra<sup>2</sup>, Riska<sup>3</sup> Sri Wahyuni Nur<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>IAIN Parepare, Kota Parepare, Indonesia

E-mail: <sup>1</sup>[dheladhela854@gmail.com](mailto:dheladhela854@gmail.com), <sup>2</sup>[aisyandasalsabila@gmail.com](mailto:aisyandasalsabila@gmail.com),  
<sup>3</sup>[riskaika0408@gmail.com](mailto:riskaika0408@gmail.com), <sup>4</sup>[sriwahyuninur@iainpare.ac.id](mailto:sriwahyuninur@iainpare.ac.id)

*Received: December 12, 2025; Accepted: December 19, 2025; Published: December 31, 2025*

### Abstrak

Pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam menentukan kepuasan dan persepsi pelanggan terhadap sebuah usaha kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan karyawan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 Kota Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada lima orang pelanggan yang pernah berkunjung dan menikmati pelayanan di rumah makan tersebut. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik dengan mengelompokkan jawaban responden ke dalam kategori-kategori yang relevan dengan fokus penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum pelanggan memiliki persepsi positif terhadap perilaku pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Pelayan dinilai cukup ramah, sopan, dan mampu merespons kebutuhan pelanggan dengan baik. Kebersihan lingkungan rumah makan juga memberikan kontribusi besar terhadap persepsi positif pelanggan. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya ketidakkonsistenan dalam keramahan pelayan serta penurunan kecepatan pelayanan ketika rumah makan dalam kondisi ramai. Selain itu, beberapa pelanggan menilai bahwa ruang makan perlu diperluas agar memberikan kenyamanan lebih. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan meliputi keramahan dan sikap pelayan, kecepatan pelayanan, kebersihan lingkungan, suasana dan kenyamanan tempat, fasilitas pendukung yang tersedia, serta kesesuaian harga dengan kualitas makanan. Faktor-faktor tersebut membentuk persepsi pelanggan baik secara positif maupun negatif melalui pengalaman langsung mereka saat menerima pelayanan.

**Kata kunci:** Persepsi pelanggan, pelayanan, kualitas layanan, rumah makan, Maju Mapan 5758.



This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

## **Abstract**

*Service quality plays a crucial role in shaping customer perceptions and satisfaction, particularly in the culinary industry. This study aims to explore customer perceptions of employee service behavior and identify the factors influencing these perceptions at Rumah Makan Maju Mapan 5758 in Parepare City. The research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews involving five customers who have visited and experienced the service at the restaurant. The collected data were analyzed thematically by categorizing responses based on the focus of the study. The findings indicate that customers generally have positive perceptions of the service behavior demonstrated by employees. Most customers perceive the staff as friendly, polite, and responsive to customer needs. The cleanliness of the restaurant also contributes significantly to forming positive customer perceptions. However, the study also reveals inconsistencies in staff friendliness and a noticeable decrease in service speed during busy hours. Additionally, some customers noted that the dining area needs to be expanded to enhance comfort. Several factors influence customer perceptions, including staff friendliness and communication, speed of service, cleanliness of the environment, comfort and atmosphere of the dining area, supporting facilities, and the alignment between price and food quality. These factors collectively shape both positive and negative customer perceptions based on their direct experiences.*

**Keywords:** *Customer perception, service quality, restaurant service, Maju Mapan 5758.*

## **Pendahuluan**

Dalam era modernisasi dan globalisasi yang semakin pesat, sektor kuliner menjadi salah satu bidang usaha yang menunjukkan pertumbuhan signifikan di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2023), subsektor kuliner menyumbang lebih dari 40% terhadap total nilai ekonomi kreatif nasional. Perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung praktis dan konsumtif terhadap produk makanan siap saji mendorong peningkatan jumlah usaha rumah makan di berbagai daerah. Selain itu, perkembangan teknologi dan media sosial turut memperluas peluang promosi dan pemasaran produk kuliner secara digital. Di Kota Parepare, fenomena ini tampak dari semakin banyaknya rumah makan yang menawarkan konsep modern, menu variatif, dan pelayanan cepat untuk menarik perhatian konsumen. Persaingan yang semakin ketat membuat kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah dinamika industri kuliner yang terus berkembang.

Dalam dunia usaha jasa, terutama di bidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana pelayanan yang diberikan

dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, semakin besar pula kepuasan yang diperoleh pelanggan. Hal ini sejalan dengan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang menekankan pentingnya lima dimensi pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kepuasan pelanggan yang tercipta dari pelayanan yang baik akan berdampak pada loyalitas, di mana pelanggan akan cenderung melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan kepada orang lain.

Dengan mengelola lima dimensi SERVQUAL ini secara efektif, Rumah Makan Maju Mapan 5758 dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Sebagai contoh, apabila Rumah Makan Maju Mapan 5758 consistently memberikan pelayanan cepat, ramah, dan menjaga kualitas makanan, pelanggan akan merasa puas dan cenderung untuk menjadi pelanggan setia. Mereka akan lebih mungkin untuk datang lagi dan merekomendasikan restoran tersebut kepada teman-teman atau keluarga mereka, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha restoran. Dalam konteks Rumah Makan Maju Mapan 5758 di Kota Parepare, perilaku pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah tingginya tingkat persaingan usaha kuliner.

Berdasarkan teori tersebut, perilaku pelayanan yang ditunjukkan oleh pegawai Rumah Makan Maju Mapan 5758 secara langsung mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Jika pelanggan menerima layanan yang cepat, sopan, dan ramah, maka mereka cenderung memiliki persepsi positif serta merasa puas. Sebaliknya, jika pelayanan lambat atau kurang ramah, maka persepsi pelanggan bisa menjadi negatif.

Persepsi menurut Mulyana (2018) dalam (Amarandha 2021) mengatakan bahwa: *Thus, perception in humans describes the process whereby sensory stimulation is translated into organized experience. That experience, or percept, is the joint product of the stimulation and of the process itself.* Selain itu, menurut teori perilaku konsumen (Kotler & Keller, 2016), persepsi pelanggan terbentuk melalui proses pengamatan dan pengalaman langsung. Pelanggan menilai pelayanan berdasarkan apa yang mereka lihat, dengar, dan rasakan selama berinteraksi dengan pegawai. Oleh karena itu, konsistensi perilaku pelayanan sangat penting untuk menjaga persepsi positif dan membangun loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, Rumah Makan Maju Mapan 5758 memiliki potensi besar untuk berkembang dengan dukungan menu khas dan banyaknya pengunjung dari berbagai

kalangan. Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, pihak pengelola perlu memperhatikan aspek perilaku pelayanan yang lebih ramah, cepat, dan konsisten, sehingga persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dapat meningkat secara menyeluruh.

Persepsi pelanggan merupakan cerminan langsung dari kualitas pelayanan yang mereka terima. Menurut Tjiptono (2019), persepsi pelanggan terbentuk melalui proses penilaian individu terhadap pengalaman pelayanan yang dialaminya, yang kemudian dibandingkan dengan harapan awal. Jika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka persepsi yang terbentuk bersifat positif. Sebaliknya, jika pelayanan dirasa kurang memuaskan, maka persepsi yang muncul bersifat negatif. Hal ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang menyatakan bahwa persepsi pelanggan menjadi indikator utama dalam mengukur tingkat kualitas pelayanan. Dengan demikian, persepsi pelanggan dapat dijadikan tolok ukur sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh suatu rumah makan mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Dalam konteks Rumah Makan Maju Mapan 5758 di Kota Parepare, persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan akan menunjukkan sejauh mana kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh pihak manajemen.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana persepsi customer terhadap perilaku pelayanan yang diberikan oleh karyawan di Rumah Makan Maju Mapan 5758. Melalui penelitian ini, dapat diketahui bagaimana pelanggan menilai sikap, tanggapan, keramahan, kecepatan, serta ketepatan pelayanan yang mereka terima selama berada di rumah makan tersebut. Pemahaman terhadap persepsi pelanggan ini menjadi landasan penting bagi pihak manajemen dalam menilai efektivitas pelayanan yang telah diterapkan dan menentukan langkah strategis untuk meningkatkan mutu layanan agar sesuai dengan harapan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi nyata dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan serta penguatan citra positif Rumah Makan Maju Mapan 5758 di mata pelanggan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak manajemen Rumah Makan Maju Mapan 5758 dalam menilai efektivitas perilaku pelayanan yang telah diterapkan selama ini. Melalui temuan penelitian, manajemen dapat mengetahui aspek-aspek pelayanan yang sudah memenuhi harapan pelanggan serta bagian yang masih perlu diperbaiki. Evaluasi ini akan menjadi dasar dalam penyusunan strategi peningkatan

mutu pelayanan yang lebih baik, baik dari segi profesionalitas karyawan, kualitas interaksi dengan pelanggan, maupun efisiensi dalam proses pelayanan. Dengan adanya perbaikan yang berkelanjutan, diharapkan tingkat kepuasan pelanggan dapat meningkat sehingga mampu memperkuat loyalitas konsumen terhadap Rumah Makan Maju Mapan 5758.

Secara akademis, penelitian ini memiliki nilai penting karena turut memperkaya kajian ilmiah mengenai hubungan antara persepsi konsumen dan perilaku pelayanan dalam konteks sektor kuliner lokal. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan menghadirkan data empiris yang dapat memperkuat pemahaman tentang bagaimana perilaku pelayanan memengaruhi persepsi serta tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa, khususnya yang berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan di bidang usaha kuliner daerah.

Penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan yang diberikan oleh karyawan di Rumah Makan Maju Mapan 5758. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggali pandangan, pengalaman, serta penilaian pelanggan mengenai kualitas interaksi dan pelayanan yang mereka terima. Analisis tersebut akan membantu mengungkap bagaimana perilaku pelayanan, seperti sikap ramah, ketepatan waktu, kemampuan komunikasi, dan responsivitas karyawan, membentuk persepsi pelanggan terhadap citra dan kualitas rumah makan secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini berperan penting dalam memahami hubungan antara perilaku pelayanan dan persepsi konsumen secara lebih mendalam.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi pihak manajemen Rumah Makan Maju Mapan 5758 dalam upaya memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Melalui hasil analisis terhadap persepsi pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi aspek-aspek pelayanan yang perlu diperbaiki serta menemukan strategi yang tepat untuk menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih memuaskan. Dengan demikian, rekomendasi yang dihasilkan tidak hanya bermanfaat secara praktis bagi peningkatan mutu layanan, tetapi juga dapat mendukung keberlanjutan dan daya saing rumah makan di tengah industri kuliner yang semakin kompetitif.

## **Metodologi**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam mengenai persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 Kota Parepare. Menurut Moleong (2018), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, melalui deskripsi kata-kata dan bahasa pada konteks yang alamiah. Dengan demikian, pendekatan ini dianggap tepat untuk menggali pandangan, pengalaman, serta penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima.

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Maju Mapan 5758, yang berlokasi di Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu rumah makan yang cukup populer dan memiliki jumlah pelanggan yang beragam, sehingga relevan untuk dijadikan objek penelitian mengenai persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Oktober hingga November 2025, meliputi tahap observasi awal, pengumpulan data melalui wawancara, hingga analisis hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Sugiyono 2019) Metode deskriptif adalah suatu metode yang dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambar atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki untuk menggali persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 di Kota Parepare. Pendekatan ini dipilih karena kemampuan untuk memperoleh wawasan mendalam terkait pengalaman pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada lima orang pelanggan yang pernah berkunjung dan menikmati pelayanan di rumah makan tersebut.

Pemilihan lima narasumber dilakukan dengan purposive sampling, di mana narasumber dipilih berdasarkan pengalaman yang lebih luas dalam menikmati pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758. Responden yang dipilih adalah mereka yang memiliki pengalaman langsung dan cukup sering mengunjungi restoran ini, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang kualitas pelayanan yang dirasakan.

Dengan memilih narasumber yang memiliki pengalaman yang relevan, diharapkan data yang diperoleh dapat mencerminkan persepsi yang lebih objektif dan kaya akan informasi terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dianalisis menggunakan analisis tematik, di mana jawaban responden dikelompokkan ke dalam kategori-kategori yang relevan dengan fokus penelitian, seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, kenyamanan tempat, serta dampak pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk memperkuat validitas temuan, penelitian ini juga menggunakan triangulasi data. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan data observasi lapangan tentang bagaimana pelayanan diterapkan di Rumah Makan Maju Mapan 5758. Selain itu, dokumentasi seperti bukti-bukti terkait transaksi pelanggan atau gambar yang menggambarkan kondisi fisik tempat dapat digunakan untuk memverifikasi informasi yang diperoleh dari wawancara. Dengan langkah-langkah tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang valid dan kredibel, serta memberikan gambaran yang jelas mengenai kualitas pelayanan yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di Rumah Makan Maju Mapan 5758.

## Hasil dan Pembahasan

### HASIL PENELITIAN

**Tabel 1. Persepsi Pelanggan terhadap Pelayanan**

<b>Aspek</b>	<b>Temuan Penelitian</b>	<b>Kutipan Wawancara (Narasumber)</b>
<b>Keramahan Pelayan</b>	Mayoritas pelanggan menilai pelayan ramah, sopan, dan murah senyum. Namun, terdapat pelanggan yang menilai sebagian pelayan kurang ramah.	- "cukup baik... tapi di beberapa keadaan saya kadang merasa kurang nyaman" (N1) - "pelayanannya... cuek tidak ramah" (N2) - "penjualnya selalu tersenyum" (N3) - "ya lumayan ramah" (N4) - "mereka selalu tersenyum dan melayani dengan baik" (N5)
<b>Sikap &amp; Perilaku Pelayan</b>	Pelayan dinilai cukup sopan, melayani dengan baik, tetapi belum konsisten.	- "cukup baik... tapi kadang kurang baik" (N1) - "tidak ramah" (N2) - "sikapnya sudah cukup baik" (N3) - "melayani pembeli dengan baik" (N4) - "sopan, baik, dan tidak jutek" (N5)
<b>Pemahaman Pelayan terhadap Kebutuhan</b>	Pelayan dinilai memahami kebutuhan pelanggan, cepat tanggap ketika ada permintaan tambahan.	- "menurut saya, iya" (N1) - "menurut saya tidak" (N2) - "mereka mengisi ulang jeruk... langsung" (N3) - "paham kebutuhan... ada free es teh untuk

<b>Pelanggan</b>		mahasiswa” (N4) - “langsung paham kalau minta tambah sambal” (N5)
<b>Kecepatan Pelayanan</b>	Kecepatan pelayanan cukup baik, namun melambat saat ramai.	- “pelayanan cukup cepat” (N1) - “lumayan gercep” (N2) - “pesanan datang 10 menit meski ramai” (N3) - “cukup cepat karena belum banyak pembeli” (N4) - “kalau ramai lumayan lama” (N5)
<b>Kenyamanan &amp; Suasana Tempat</b>	Lingkungan dinilai bersih dan nyaman, membuat pelanggan betah.	- “kebersihan lumayan bersih” (N1) - “tempat cukup bersih” (N2) - “suasana bersih dan nyaman” (N3) - “kebersihan hal utama” (N4) - “tempatya bersih dan nyaman” (N5)
<b>Persepsi Umum terhadap Pelayanan</b>	Pelayanan dinilai baik secara keseluruhan, tetapi masih perlu peningkatan konsistensi dan saat kondisi ramai.	- “cukup baik... tapi kadang kurang nyaman” (N1) - “tidak ramah” (N2) - “pelayanannya cukup cepat dan ramah” (N3) - “sudah cukup baik” (N4) - “lumayan cepat dan bersih” (N5)

**Tabel 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelanggan**

<b>Faktor</b>	<b>Temuan Penelitian</b>	<b>Kutipan Wawancara</b>
<b>Keramahan Pelayan</b>	Faktor utama yang mempengaruhi persepsi positif maupun negatif.	- “ramah... tapi kadang kurang baik” (N1) - “tidak ramah” (N2) - “penjualnya selalu tersenyum” (N3)
<b>Kebersihan</b>	Semua narasumber menilai kebersihan sangat memengaruhi persepsi.	- “kebersihan lumayan bersih” (N1) - “cukup bersih” (N2) - “suasana bersih... nyaman” (N3)
<b>Harga</b>	Harga dinilai memengaruhi kepuasan dan persepsi pelanggan.	- “harga... worth it” (N1) - “harga sangat berpengaruh” (N2) - “harga sebanding dengan kualitas” (N3)
<b>Suasana &amp; Lingkungan</b>	Lingkungan yang bersih dan tertata meningkatkan persepsi pelayanan.	- “suasana bersih membuat saya betah” (N3) - “kebersihan hal utama” (N4)
<b>Kualitas Makanan</b>	Rasa makanan memengaruhi persepsi secara keseluruhan.	- “rasanya cukup berbeda” (N1) - “lumayan enak... worth it” (N2) - “rasanya enak” (N4)
<b>Fasilitas Tambahan</b>	Fasilitas seperti free es teh dan pengantaran makanan menjadi nilai tambah.	- “free es teh membantu mahasiswa” (N4) - “diantar ke meja, tidak self service” (N4)
<b>Kecepatan Pelayanan</b>	Waktu pelayanan memengaruhi kenyamanan dan persepsi pelanggan.	- “cukup cepat” (N1) - “gercep” (N2) - “saat ramai lama” (N5)

**Tabel 3. Aspek Pelayanan yang Perlu Ditingkatkan**

<b>Aspek yang Perlu Diperbaiki</b>	<b>Temuan</b>	<b>Kutipan Wawancara</b>
<b>Keramahan yang</b>	Ada pelanggan yang merasa	- “pelayanannya... cuek, tidak

<b>Konsisten</b>	pelayan kurang ramah.	ramah" (N2) - "cukup baik... kadang kurang nyaman" (N1)
<b>Kecepatan saat Ramai</b>	Waktu penyajian melambat ketika rumah makan penuh.	- "kalau ramai, pesanan lumayan lama" (N5)
<b>Perluasan Ruang Makan</b>	Tempat dinilai kurang luas untuk kenyamanan.	- "mungkin bisa dibuat lebih luas lagi" (N1)
<b>Kualitas Fasilitas Pendukung</b>	Minuman free es teh dianggap kurang manis setelah diberi es batu.	- "tehnya ditambahkan gula... karena manisnya berkurang" (N3)
<b>Konsistensi Kebersihan</b>	Tetap perlu dipertahankan dan diawasi.	- Semua narasumber menekankan kebersihan.
<b>Kegesitan Pelayan</b>	Pelayan perlu lebih sigap di kondisi ramai.	- "pelayan bisa lebih gesit lagi" (N3)
<b>Peningkatan Respons Pelayan dalam Penyediaan Pelengkap</b>	Contoh: sambal, jeruk perasan, atau refill minum.	- "jeruk yang habis langsung diisi kembali" (N3)

## PEMBAHASAN

### Hubungan Antara Persepsi Konsumen dan Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber, persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan karyawan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 menunjukkan adanya penilaian yang secara umum positif, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Pelanggan pada dasarnya menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan cukup baik, ramah, dan membantu, namun persepsi tersebut tidak sepenuhnya seragam di antara seluruh pelanggan karena adanya perbedaan pengalaman yang mereka alami.

Persepsi positif terutama tampak pada sikap dan keramahan pelayan dalam menyapa dan melayani pelanggan. Sebagian besar narasumber menyampaikan bahwa pelayan di Maju Mapan 5758 menunjukkan sikap yang sopan, tersenyum, dan memberikan pelayanan dengan cara yang membuat pelanggan merasa dihargai. Pelanggan merasa nyaman dengan sikap pelayan yang murah senyum serta mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan, seperti cepat merespons permintaan tambahan sambal, mengisi ulang jeruk perasan yang habis, atau memberikan penjelasan mengenai menu yang tersedia. Hal ini menggambarkan bahwa pelayan cukup memahami kebutuhan pelanggan dan mampu memberikan perhatian personal dalam interaksi pelayanan, sehingga membentuk persepsi

positif terhadap kualitas pelayanan. Kualitas layanan yang baik, seperti keramahan dan kecepatan dalam melayani, merupakan faktor penting dalam mempertahankan persepsi positif. Tjiptono (2019) menekankan bahwa kualitas layanan yang rendah dapat berdampak langsung pada kepuasan pelanggan, meskipun produk yang ditawarkan berkualitas baik.

Namun, persepsi pelanggan terhadap keramahan pelayan tidak sepenuhnya konsisten. Salah satu narasumber menyebutkan bahwa ada kalanya pelayan bersikap kurang ramah dan terkesan cuek saat melayani pelanggan. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar karyawan memberikan pelayanan yang ramah, masih terdapat beberapa karyawan yang belum sepenuhnya memenuhi standar keramahan yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini mengindikasikan perlunya perbaikan dalam konsistensi penerapan etika pelayanan antarpegawai agar pengalaman pelanggan tidak berbeda-beda.

Persepsi pelanggan terhadap kecepatan pelayanan juga cenderung positif. Beberapa narasumber mengungkapkan bahwa pesanan datang dengan cukup cepat, bahkan ketika kondisi rumah makan sedang ramai. Kecepatan pelayanan menjadi salah satu faktor yang memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap profesionalitas karyawan. Meskipun demikian, persepsi ini kembali bervariasi pada kondisi tertentu. Narasumber lain menyebutkan bahwa ketika rumah makan sedang penuh, pesanan datang lebih lama dari biasanya sehingga mengurangi kenyamanan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepadatan pengunjung, dan belum sepenuhnya stabil pada setiap situasi.

Selain itu, lingkungan rumah makan yang bersih dan tertata rapi turut memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Seluruh narasumber sepakat bahwa kebersihan rumah makan sangat baik, baik dari segi meja makan, ruang makan, maupun penampilan karyawan. Kebersihan yang terjaga dengan baik menciptakan kesan bahwa rumah makan tersebut profesional dan berkomitmen memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Aspek ini sangat mempengaruhi persepsi pelanggan karena kebersihan menjadi indikator utama dalam menilai kualitas suatu tempat makan.

Secara keseluruhan, persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan karyawan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 cenderung positif, tetapi belum sepenuhnya sempurna. Mayoritas pelanggan merasa puas dengan keramahan, kecepatan, dan sikap pelayan dalam melayani, serta dengan kondisi kebersihan tempat makan yang baik. Namun, beberapa keluhan terkait ketidakkonsistenan keramahan pelayan dan lambatnya penyajian pada saat

rumah makan ramai menunjukkan bahwa masih ada aspek pelayanan yang perlu diperbaiki. Pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, tetapi peningkatan profesionalitas dan konsistensi sangat diperlukan agar pengalaman pelanggan lebih merata dan terus meningkat. Sejalan dengan penelitian (Lince et al. 2024).

Dengan demikian, persepsi pelanggan terhadap pelayanan karyawan pada dasarnya menunjukkan bahwa Rumah Makan Maju Mapan 5758 memiliki kualitas pelayanan yang memadai dan memuaskan bagi sebagian besar pelanggan, meskipun masih terdapat ruang bagi pihak manajemen untuk memperbaiki dan memperkuat standar pelayanan agar mampu memenuhi ekspektasi seluruh pelanggan secara konsisten. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati 2020) (Qomariah, Fahmi, and Cahyono 2020) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap loyalitas

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelanggan terhadap Perilaku Pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 terbentuk dari berbagai pengalaman langsung pelanggan ketika berinteraksi dengan pelayan, menikmati fasilitas, serta berada di lingkungan rumah makan. Persepsi pelanggan tidak muncul secara spontan, melainkan dibentuk oleh serangkaian proses pengamatan, penilaian, dan perbandingan dengan ekspektasi mereka. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber, terlihat bahwa beberapa faktor dominan mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai pelayanan karyawan.

Faktor pertama yang paling berpengaruh adalah keramahan dan komunikasi pelayan. Sikap pelayan dalam menyapa, menanggapi pertanyaan, serta gestur seperti tersenyum atau menunjukkan raut wajah yang ramah sangat menentukan penilaian pelanggan. Narasumber yang merasa disambut dengan ramah cenderung memiliki persepsi positif terhadap pelayanan. Sebaliknya, ketika pelayan dianggap cuek atau kurang menunjukkan keramahan, persepsi pelanggan menjadi negatif dan menurunkan kepuasan mereka. Keramahan pelayan menjadi faktor penentu karena pelanggan biasanya menilai pelayanan dari interaksi awal yang mereka terima.

Faktor kedua adalah kebersihan lingkungan rumah makan. Seluruh narasumber menyatakan bahwa kebersihan merupakan hal yang sangat memengaruhi penilaian mereka. Lingkungan yang bersih menciptakan suasana nyaman dan membuat pelanggan merasa

aman dalam menikmati makanan. Meja yang bersih, ruang makan yang tertata, serta penampilan karyawan yang rapi menjadi indikator bahwa rumah makan memperhatikan kualitas pelayanan. Kebersihan dalam hal ini tidak hanya memengaruhi kenyamanan fisik, tetapi juga memberi kesan profesionalitas dan kepedulian manajemen terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Wibowo 2019), Kebersihan lingkungan merupakan salah satu tolak ukur kualitas hidup masyarakat. Masyarakat yang telah mementingkan kebersihan lingkungan dipandang sebagai masyarakat yang kualitas hidupnya lebih tinggi dibandingkan masyarakat yang belum mementingkan kebersihan.

Selain itu, kecepatan pelayanan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi pelanggan. Pelanggan cenderung menilai pelayanan baik ketika pesanan datang dengan cepat dan pelayan responsif terhadap permintaan tambahan. Namun, ketika kondisi rumah makan ramai dan pesanan datang lebih lama, persepsi pelanggan dapat berubah menjadi kurang puas. Kecepatan pelayanan dianggap sebagai bentuk penghargaan terhadap waktu pelanggan, sehingga semakin cepat pelayanan diberikan, semakin positif pula persepsi yang terbentuk.

Faktor lain yang turut mempengaruhi persepsi pelanggan adalah kesesuaian antara harga dan kualitas makanan. Pelanggan akan menilai pelayanan lebih positif ketika mereka merasa bahwa harga yang dibayar sesuai atau sebanding dengan rasa makanan, porsi, maupun fasilitas pendukung yang diberikan. Jika rasa makanan enak, porsi memadai, dan harga terjangkau, maka pelanggan lebih mudah menerima kekurangan kecil dalam pelayanan. Namun apabila harga tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan lebih sensitif terhadap kekurangan pelayanan. Studi dari (Zeithaml, Bitner, and Gremler 2018) menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas produk dan layanan dapat membentuk persepsi konsumen secara keseluruhan, yang memengaruhi loyalitas dan niat pembelian ulang. Kepuasan konsumen adalah hasil dari pengalaman yang melebihi atau memenuhi harapan mereka, dan ini dapat diraih melalui penyampaian kualitas yang baik baik dalam produk maupun layanan.

Selanjutnya, suasana dan kenyamanan tempat makan juga berperan penting. Suasana yang nyaman, rapi, dan tidak terlalu sesak memberikan rasa tenang bagi pelanggan. Kenyamanan ini kemudian mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap pelayanan. Sebaliknya, tempat yang sempit atau penuh dapat mengurangi kenyamanan dan menurunkan persepsi pelanggan meskipun pelayanannya baik.

Selain faktor utama tersebut, fasilitas pendukung juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Keberadaan fasilitas seperti minuman free refill, pengisian ulang pelengkap, serta penyajian makanan yang langsung diantar ke meja dianggap sebagai nilai tambah yang membedakan rumah makan ini dari tempat lain. (Sulastiyono 2011) mendefinisikan fasilitas sebagai penyediaan sumber daya fisik untuk memfasilitasi aktivitas atau aktivitas para tamu, sehingga kebutuhan para tamu dapat terpenuhi. Fasilitas tersebut memberikan kesan bahwa rumah makan berusaha memberikan pelayanan lebih baik dan memberikan keuntungan bagi pelanggan. Namun, kualitas fasilitas tersebut tetap harus diperhatikan karena jika tidak sesuai harapan, dapat menurunkan persepsi pelanggan seperti yang terlihat pada keluhan tentang rasa es teh yang kurang manis.

Terakhir, konsistensi pelayanan menjadi faktor penentu dalam membentuk persepsi jangka panjang. Apabila pelayanan tidak konsisten, pelanggan akan memiliki persepsi yang berubah-ubah dan dapat menyebabkan ketidakpuasan meskipun beberapa aspek pelayanan dianggap baik. Konsistensi menjadi penting karena dapat membentuk kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Kualitas layanan merupakan bagaimana pelanggan menanggapi layanan yang diberikan kepada para konsumen. Berbicara tentang kualitas pelayanan berarti penyampaian pelayanan yang baik atau sangat baik, bila dibandingkan dengan harapan konsumen. Sejalan dengan penelitian (Ismail, Iqbal, and Anisah 2024) Konsumen yang merasa dilayani dengan baik cenderung lebih loyal dan lebih mungkin untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi fokus utama dalam upaya restoran untuk mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggan.

Secara keseluruhan, persepsi pelanggan terhadap pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor tersebut. Keramahan pelayan, kebersihan lingkungan, kecepatan penyajian, suasana tempat makan, fasilitas tambahan, serta kesesuaian harga dan kualitas makanan semuanya berperan dalam membentuk persepsi positif atau negatif pelanggan terhadap pelayanan. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik tidak hanya bergantung pada satu aspek saja, tetapi merupakan akumulasi dari berbagai elemen yang bekerja secara bersamaan. Dengan memahami faktor-faktor ini, pihak manajemen dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara lebih menyeluruh dan terarah untuk memenuhi harapan pelanggan.

### **Aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan oleh pihak manajemen agar sesuai dengan harapan pelanggan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber, dapat disimpulkan bahwa meskipun pelayanan Rumah Makan Maju Mapan 5758 secara umum sudah dinilai baik oleh pelanggan, masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan oleh pihak manajemen agar lebih sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan pada dasarnya menginginkan pelayanan yang tidak hanya ramah dan cepat, tetapi juga konsisten, nyaman, dan didukung fasilitas yang memadai.

Salah satu aspek yang paling banyak mendapat perhatian adalah konsistensi keramahan pelayan. Beberapa narasumber menyatakan bahwa pelayan sudah ramah dan sopan, namun ada pula yang merasa signifikan bahwa pelayanan terkadang kurang ramah dan cenderung cuek. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa standar pelayanan belum diimplementasikan secara merata oleh seluruh staf. Padahal, keramahan adalah faktor utama yang membentuk persepsi dan kenyamanan pelanggan. Pihak manajemen perlu memastikan bahwa semua karyawan diberikan pelatihan standar etika dan komunikasi pelayanan, sehingga interaksi antarpegawai dengan pelanggan tidak berbeda-beda dan pelanggan selalu mendapatkan pengalaman yang positif.

Selain itu, aspek kecepatan pelayanan ketika kondisi rumah makan ramai juga menjadi sorotan. Beberapa narasumber merasa pelayanan cukup cepat ketika jumlah pengunjung masih terkendali, tetapi ketika rumah makan penuh, waktu penyajian mengalami penundaan sehingga pelanggan harus menunggu lebih lama dari yang mereka harapkan. Hal ini menunjukkan bahwa kapasitas karyawan belum memadai untuk menangani beban kerja yang meningkat di jam-jam sibuk. Pihak manajemen perlu mempertimbangkan penambahan jumlah karyawan saat jam ramai atau memperbaiki alur kerja agar proses pemesanan, penyajian, dan penyampaian makanan dapat dilakukan lebih efisien.

Di samping itu, dari segi kenyamanan fisik, beberapa pelanggan menilai bahwa ruang makan sebaiknya diperluas atau ditata lebih baik agar pelanggan merasa lebih leluasa ketika makan di tempat. Tempat yang terlalu sempit atau penuh dapat mengurangi kenyamanan meskipun kualitas makanan dan pelayanan sudah baik. Penataan ulang meja, penambahan ruang gerak, atau perluasan area makan dapat menjadi solusi yang membuat suasana lebih nyaman dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Fasilitas pendukung yang disediakan juga menjadi perhatian pelanggan. Salah satu keluhan yang muncul dari narasumber adalah terkait kualitas minuman free refill seperti es teh yang rasanya berubah ketika diberi es batu sehingga menjadi kurang manis. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas tersebut dihargai oleh pelanggan, kualitas penyajiannya perlu diperbaiki agar tetap memenuhi harapan. Selain itu, pelayan perlu lebih sigap dalam mengisi ulang pelengkap seperti sambal atau jeruk perasan di meja, karena hal-hal kecil ini sangat mempengaruhi kenyamanan pelanggan saat makan.

Aspek lain yang perlu ditingkatkan adalah kegesitan pelayan dalam merespons permintaan pelanggan. Meski beberapa pelanggan menilai pelayan cukup cepat tanggap, masih terdapat harapan agar pelayan bisa lebih sigap terutama dalam situasi ramai. Respons cepat terhadap permintaan tambahan, penjelasan menu, atau kebutuhan pelanggan akan membuat pelanggan merasa lebih diperhatikan dan dihargai.

Walaupun kebersihan rumah makan telah mendapat apresiasi yang baik, pihak manajemen tetap perlu menjaga konsistensi kebersihan agar menjadi keunggulan yang terus berkelanjutan. Konsistensi ini penting karena kebersihan sering kali menjadi indikator utama pelanggan dalam menentukan apakah tempat makan tersebut layak dikunjungi kembali.

Secara keseluruhan, aspek yang perlu ditingkatkan meliputi konsistensi keramahan pelayan, kecepatan pelayanan di waktu sibuk, kenyamanan ruang makan, kualitas fasilitas pendukung, dan kegesitan pelayan dalam merespons kebutuhan pelanggan. Dengan memperbaiki aspek-aspek ini, pihak manajemen dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh sehingga tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka di masa mendatang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh dan (Roimatul 2015) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

### **Ucapan Terimakasih**

Sebagai penutup, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada setiap individu dan organisasi yang telah memberikan bantuan dan dukungan sepanjang proses ini.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan lima orang pelanggan, dapat disimpulkan bahwa pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 pada umumnya memperoleh persepsi yang positif dari pelanggan, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perhatian dan perbaikan. Persepsi pelanggan terhadap perilaku pelayanan karyawan menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai pelayan telah menunjukkan sikap ramah, sopan, dan cukup responsif terhadap kebutuhan mereka. Kebersihan rumah makan yang terjaga dengan baik juga menjadi faktor yang sangat diapresiasi dan berkontribusi besar dalam membentuk persepsi positif terhadap pelayanan.

Meskipun demikian, persepsi pelanggan tidak sepenuhnya seragam. Beberapa pelanggan merasakan adanya ketidakkonsistenan dalam keramahan dan sikap pelayan, di mana terdapat kondisi tertentu ketika pelayan dinilai kurang ramah atau kurang peka terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, kecepatan pelayanan dinilai cukup baik pada kondisi normal, tetapi cenderung melambat ketika rumah makan dalam kondisi ramai. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya stabil dan masih dipengaruhi oleh situasi operasional di lapangan.

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pelanggan meliputi keramahan pelayan, kebersihan lingkungan, kecepatan pelayanan, suasana dan kenyamanan tempat, fasilitas pendukung yang tersedia, serta kesesuaian antara harga dan kualitas makanan. Semua faktor ini berperan dalam membentuk penilaian pelanggan, baik secara positif maupun negatif. Pelanggan merasa puas ketika pelayanan dilakukan dengan cepat, sikap pelayan sopan dan ramah, makanan enak, serta fasilitas pendukung seperti minuman refill tersedia dengan baik. Sebaliknya, ketika terjadi ketidakkonsistenan dalam pelayanan atau waktu penyajian lebih lama dari harapan, persepsi pelanggan bisa menurun.

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan oleh pihak manajemen meliputi konsistensi keramahan pelayan, peningkatan kecepatan pelayanan pada jam-jam ramai, penataan ruang makan agar lebih nyaman dan leluasa, penyesuaian kualitas fasilitas pendukung seperti minuman refill, serta peningkatan kegesitan pelayan dalam merespons permintaan pelanggan. Dengan memperbaiki aspek-aspek tersebut, Rumah Makan Maju Mapan 5758 berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan di Rumah Makan Maju Mapan 5758 sudah berjalan dengan baik, terutama dari segi kebersihan, rasa makanan, dan keramahan mayoritas pelayan. Namun, peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten merupakan faktor penting yang harus menjadi perhatian manajemen agar pengalaman pelanggan lebih merata dan memenuhi ekspektasi seluruh pengunjung.

## Daftar Pustaka

- Amarandha, Savira. 2021. "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Pada Klinik Kecantikan Impression Bod Care Center Di Jakarta."
- Hidayat, D., Bismo, A., & Ruwaida B., A. (2023). The Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurants). *Manajemen Bisnis*, 10
- Ismail, Taufiq Iqbal, and Anisah. 2024. "Dampak Persepsi Konsumen Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Empiris Di Sektor Kuliner Abstrak." 1(2):45–57.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). Laporan Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia 2023: Subsektor Kuliner sebagai Kontributor Utama Ekonomi Kreatif Nasional. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lince, Christin, Natalia Manalu, Mhd Rifqi, Farhan Hasibuan, and Novia Christiani. 2024. "Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Layanan Pada Donat Kentang Syifa Di Medan." 2(4):724–31.
- 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), 12–40
- Qomariah, N., A. Fahmi, and D. Cahyono. 2020. "Effect of Service Quality and Service Innovation of Patient Satisfaction and Loyalty." *IJERT* 1085–90.
- Rachmawati, I. 2020. "ImportancePerformance (IPMA) Analysis of Loyalty in Indonesia Cellular Operator During Covid-19 Pandemic." *Jurnal Manajemen Teknologi* 177–95.
- Roimatul, Zahro. 2015. "Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Atmospher Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Tamara Kediri."
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Service, Quality & Satisfaction* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.

Wibowo, I. 2019. "Pola Perilaku Kebersihan: Studi Psikologi Lingkungan Tentang Penanggulangan Sampah Perkotaan."

Zeithaml, V. A., M. J. Bitner, and D. D. Gremler. 2018. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.