

KUALITAS PELAYANAN “LING-LUNG KOPI AND EATERY” SEBAGAI TUJUAN WISATA KULINER DI YOGYAKARTA

Kiki Novia Prasasti, Hermawan Prasetyanto S.Sos M.M
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
Yogyakarta

(kikinovia0310@gmail.com, hermawan.prasetyanto@yahoo.ac.id)

Abstrak: “Linglung Kopi and Eatery” adalah *cafe dan resto* yang menjual aneka makanan baik Internasional ataupun Tradisional. Makanan Internasional terdiri dari *Fettuccini, Chicken Cordenblue, Ramen* dan lain-lain, sedangkan untuk menu tradisional terdiri dari *Gudeg, Soto Ayam, Sop Iga* dan lain-lain. Selain itu “Ling-Lung Kopi and Eatery” juga memiliki cabang yaitu “Silol Kopi” yang berada di seputaran Stadion Kridosono Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi wisatawan atau pengunjung “Ling-Lung Kopi and Eatery” terhadap kualitas pelayanan “Ling-Lung Kopi and Eatery” sebagai tujuan wisata kuliner. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan. Responden terdiri dari wisatawan atau pengunjung, juru masak, waiter/ss, serta manajer “Linglung Kopi & Eatery”, yang ditentukan dengan sematic difencial. Data yang terkumpul melalui pengamatan, wawancara mendalam, dokumentasi, yang akan dianalisa menggunakan Analisa Data Interaktif menurut Miles dan Hurberman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan “Ling Lung Kopi & Eatery” sudah dianggap baik oleh pengunjung atau wisatawan. Selain itu, ditemukan bahwa konsumen kecewa karena penyajian makanan terlalu lama (*Variable Reliability*). Akan tetapi, kelebihan pada parameter pengetahuan dasar dan penampilan pelayan mampu menutupi kekurangan tersebut. Hal inilah yang membuat “Ling Lung Kopi & Eatery” dapat dijadikan tujuan wisata kuliner di Yogyakarta oleh para pencita kuliner.

Kata kunci: *Kualitas pelayanan, Resto, Wisata Kuliner*

Abstract: *Linglung Kopi and Eatery is cafe and resto that sells any kind of international and traditional foods. International foods such as Fettuccini, Chicken Cordenblue, Ramen, and etc., and traditional foods such as Gudeg, Soto Ayam, Sop Iga, etc. Besides, “Ling-Lung Kopi and Eatery” also has a branch called “Silol Kopi” at Stadion Kridosono Yogyakarta. This research aims to describes the perception of tourist or visitors on the quality of “Ling-Lung Kopi and Eatery” as a culinary destination. This research is categorized into qualitative method. The respondents are tourists or visitors, chefs, waiters, and manager of “Ling-Lung Kopi and Eatery” who were chosen by semantic difencial. The data were collected through observation, in-depth interviews, documentation, which will be analyzed using Analyze Interactive Data by Miles and Huberman. The result of this research shows that the overall service quality of “Ling-Lung Kopi and Eatery” has been considered good by the tourists. Besides, we also found that the consumers were disappointed because the food was served too long (Variable Reliability). However, the advantages in the parameters of basic knowledge and the appearance of the waiter are able to cover these shortcomings. That makes “Ling-Lung Kopi and Eatery” considered as a culinary destination in Yogyakarta.*



Keywords: Kualitas pelayanan, Resto, Wisata Kuliner

PENDAHULUAN

Industri pariwisata yang sekarang sedang mengalami perkembangan pesat adalah bidang kuliner yaitu berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman. *Trend* wisatawan sekarang adalah datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut dan tidak segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan. Perubahan gaya hidup masyarakat juga telah terjadi, mereka makan tidak hanya untuk menyenangkan perut saja, tetapi juga mencari suasana dan pelayanannya sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan. Banyak restoran dan tempat makan baru didirikan dengan kualifikasi dan ciri khas masing-masing. Beragam sajian ditawarkan mulai dari makanan khas daerah yang sifatnya tradisional sampai makanan-makanan cepat saji yang bersifat modern. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang begitu ketat untuk dapat menarik konsumen atau pelanggan, sehingga berbagai strategi harus diterapkan.

Persaingan dengan kondisi yang tidak menentukan menyebabkan para pelaku bisnis harus menunjukkan jati dirinya masing-masing. Demikian juga halnya dengan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner kepuasan konsumen merupakan hal yang utama dan menjadi tujuan utama dalam proses penjualan, meskipun bergerak dibidang kuliner juga memberikan sebuah jasa yang merupakan salah satu agar kepuasan konsumen tercapai pemberian pelayanan yang cukup. Perusahaan sebagai penjual harus bisa memenuhi keinginan konsumen dalam pembelian yang mereka tawarkan, karena manfaat yang terkandung dalam jasa yang mereka jual harus besar dan dapat dirasakan sehingga dapat digunakan sebagai daya tarik kembali untuk membeli.

Kesuksesan wisata kuliner sangat bergantung pada kepuasan konsumen. Pada umumnya bisnis ini selalu melakukan cara – cara terbaik untuk memuaskan konsumen dengan meningkatkan mutu pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi elemen penting agar kuliner berkembang semakin pesat dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. *Ling-Lung Kopi & Eatery* yang berada di Yogyakarta merupakan salah satu bentuk usaha kuliner yang menjadi tujuan wisata kuliner tersebut. *Ling-Lung Kopi & Eatery* atau yang dikenal dengan kopi Jogja untuk dunia merupakan sebuah *Cafe* kopi 100 % *non alcohol* dan restoran yang unik dan menarik sehingga pelanggan yang datang tidak hanya menikmati minuman dan makanannya saja namun juga menikmati suasananya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan *Ling-Lung Kopi & Eatery* sebagai tujuan wisata kuliner di Yogyakarta.

KONSEP KUALITAS PELAYAN

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan penilaian pelanggan terhadap prosdesd bisnis penyedia jasa. Maka pengevaluasian kualitas pelayanan berarti pengevaluasian terhadap proses produksi jasa yang diberikan oleh penyedia yang dilakukan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Menurut definisi ini, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Harapan konsumen diyakini berperan dalam menentukan kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Karena adanya harapan konsumen suatu perusahaan akan berusaha memberikan layanan yang berbeda dibandingkan perusahaan lain dalam rangka memuaskan konsumennya. Adapun bentuk kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011: 182) yaitu sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*tangible*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti fisik dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, jumlah meja makan dan sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawai.
2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*emphaty*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk – bentuk aktualisasi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan yang meminta dipenuhi pelayanannya. Konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan ditentukan oleh lima unsur yaitu (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*).

Selain itu, menurut Fandy Tjipto (2002:48) secara garis besar ada empat unsur dalam kualitas pelayanan yaitu:

- a. Kecepatan. Hal ini berhubungan dengan lama atau kecepatan dalam melayani konsumen.
- b. Ketepatan. Ketepatan ini berhubungan dengan kesesuaian keinginan konsumen dengan pelayanan yang diberikan.
- c. Keramahan. Dalam melayani konsumen, karyawan harus menunjukkan sikap yang ramah sehingga konsumen akan merasa lebih dihargai dan semakin puas.
- d. Keterampilan. Keterampilan ini berhubungan dengan keseluruhan aspek di atas. Karyawan yang terampil adalah karyawan yang melayani konsumen dengan cepat, tepat, ramah.

Keempat komponen tersebut satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan menjadi tidak unggul bila ada komponennya kurang. Agar pelayanan terus baik maka perlu ditingkatkan kualitasnya. Meningkatkan kualitas pelayanan tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Upaya tersebut juga berdampak luas, yaitu terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Diantara faktor yang mendapatkan perhatian adalah mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan, mengelola harapan pelanggan, mengelola bukti kualitas pelayanan, mendidik konsumen, mengembangkan budaya kualitas, menindaklanjuti pelayanan, dan mengembangkan system

informasi kualitas pelayanan.

KEPUASAN PELANGGAN

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin tinggi karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada setiap pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang mampu diberikan kepada pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungannya yang semakin besar bagi bisnis, karena hal ini akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk dan menciptakan pelanggan potensial.

Menurut Husein Umar (2005:65) mengatakan bahwa “kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya”. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Tjipto (2012:146) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Engel, et.al (1990: 35) kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Faktor – Faktor pendorong kepuasan konsumen Menurut Irawan (2004:37), adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas produk, konsumen puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- b. Harga, untuk konsumen yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena konsumen akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- c. Kualitas pelayanan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah serqual.
- d. Emotional Factor, konsumen akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

Biaya dan kemudahan, konsumen akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

RESTORAN

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin tinggi karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada setiap pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang mampu diberikan kepada pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungannya yang semakin besar bagi bisnis, karena hal ini akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk dan menciptakan pelanggan potensial.

Menurut Husein Umar (2005:65) mengatakan bahwa “kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya”.

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Tjipto (2012:146) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakainnya.

Engel,et.al (1990: 35) kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Faktor – Faktor pendorong kepuasan konsumen Menurut Irawan (2004:37), adalah sebagai berikut :

- e. Kualitas produk, konsumen puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- f. Harga, untuk konsumen yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena konsumen akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- g. Kualitas pelayanan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah serqual.
- h. Emotional Factor, konsumen akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

Biaya dan kemudahan, konsumen akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

WISATA KULINER

Menurut Ardika (dalam Putra,et.al., (2011: 21)) wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Dengan kata lain bahwa wisata kuliner bukan semata-mata keinginan untuk mencicipi nikmatnya makanan, tetapi yang lebih penting adalah keunikan dan kenangan yang ditimbulkan setelah menikmati makanan tersebut. Sedangkan Wolf (2004: 59) menyatakan bahwa: “Wisata kuliner bukanlah sesuatu yang mewah eksklusif. Wisata kuliner menekankan pada pengalaman gastronomi yang unik dan menegaskan, bukan pada kemewahan restoran maupun kelengkapan jenis makanan maupun minuman yang tersedia”. International Culinary Tourism Association (ICTA: 59) menyatakan wisata kuliner bukan hal yang baru, berhubungan dengan agrowisata namun lebih terfokus pada bagaimana suatu makanan maupun minuman dapat menarik kedatangan wisatawan untuk menikmatinya. Wisata kuliner dapat memajukan pengalaman gastronomi yang khusus dan mengesankan. Jika ditengok ke belakang, wisata kuliner adalah suatu wadah yang penting untuk membantu perkembangan ekonomi dan pembangunan masyarakat dan dapat mengembangkan pemahaman antarbudaya. Wisata kuliner dapat ditemukan, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dekriptif kualitatif dengan respon konsumen sebagai pendekatan. Disamping itu, pembahasan parameter knowledge (pengetahuan dasar) dan skill (keterampilan) pada variabel assurance akan dilakukan dalam analisis variabel reliability dan responsiveness. Hal ini dikarenakan parameter pengetahuan dan keterampilan

merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan penelitian. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Ling-Lung Kopi & Eatery. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini ialah sematic difencial. Penelitian ini menganalisis data dengan cara membandingkan kesimpulan yang ditarik berdasarkan jawaban konsumen dengan hasil wawancara terhadap konsumen, pelayan, dan manajemen, yang artinya pengetahuan merupakan dasar dari ketrampilan yang dimiliki pelayan. Dalam penelitian ini yang menjadi instrument atau alat pengumpulan data adalah peneliti sendiri (key instrument). Variabel yang diukur adalah *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Penelitian kualitatif dikatakan ilmiah jika persyaratan validates, reliabilitas dan obyektifitasnya sudah terpenuhi. Oleh karena itu untuk menguji validitas (kredibilitas) data yang diperoleh, dilakukan beberapa kegiatan antara lain pengamatan terus menerus, perpanjangan waktu penelitian, triangulasi data, *peer de briefing*, dan *member check*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Linglung Kopi & Eatery

Salah satu kuliner yang ada di kota Yogyakarta adalah Ling-Lung Kopi & Eatery yang merupakan sebuah restoran serta tempat kopi 100% *non alcohol* yang mana tempat ini mengusung konsep modern yang menjual makanan dan minuman baik makanan tradisional maupun modern. Makanan tradisional Ling-Lung Kopi & Eatery antara lain Rawon Sapi, Soto, Bakmi, Sop Iga, Gudeg dan juga menyediakan makanan modern antara lain Burger, Fettucini, Spaghetti, Chickend Cris Hot Plate dan yang lainnya. Tidak hanya itu Ling-Lung Kopi & Eatery juga menyediakan berbagai macam jenis kopi seperti Gayo, Robusta, Bejawa dan yang lainnya.

Ling-Lung Kopi ini terletak di wilayah Kabupaten Sleman di Jl. Perumnas 50c Mundu Saren Tempel Yogyakarta. Ling-Lung Kopi & Eatery adalah *cafe* dan restoran yang dibangun sejak 23 Januari 2016 di atas area seluas 1 Ha yang dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan representatif. Ling-Lung Kopi & Eatery ini memiliki tiga lantai yang terdiri dari lantai satu terdapat Bar dan Kitchen, Lantai dua terdapat ruang meeting, serta lantai tiga terdapat ruang VIP dan *Rooftop*. Selain itu Ling-Lung Kopi & Eatery juga memiliki cabang yaitu Silol Kopi & Eatery yang terletak di Jl. Suroto, Kotabaru, Yogyakarta. Ling-Lung Kopi & Eatery merupakan tempat yang unik dan menarik sehingga pelanggan yang datang tidak hanya menikmati minuman dan makanannya saja namun juga menikmati suasanaanya.

Dilihat dari survey diketahui bahwa pengunjung Ling-Lung Kopi & Eatery Mayoritas pengunjung adalah Mahasiswa dan tamu rombongan baik dari travel agent atau pun dari rombongan keluarga. Tidak hanya itu saja, tamu yang datang juga biasanya berasal dari tamu asing yang sengaja datang untuk menikmati suasana serta makanan yang di jual. Akan tetapi meskipun Ling-Lung Kopi & Eatery memiliki fasilitas yang lengkap, bangunan yang luas, harga yang relatif murah namun tetap saja mengalami penurunan jumlah konsumen yang cukup signifikan.

2. Kualitas pelayanan Linglung Kopi & Eatery

Kualitas pelayanan merupakan hal yang pokok dalam mempertahankan kelangsungan operasional perusahaan jasa khususnya jasa tata boga/restoran. Respon konsumen terhadap

kualitas pelayanan Ling-Lung Kopi & Eatery Jogja tersebut meliputi tangible (fasilitas fisik), reliability (konsistensi pelayanan), responsiveness (kemauan membantu konsumen), assurance (pengetahuan) dan empathy (peduli terhadap konsumen).

a. Tangible (Bukti Fisik)

Ling-Lung Kopi & Eatery adalah sebuah restoran dan *café* yang perhatian konsumen. Arsitektur dengan konsep semi modern yang bangunanya lebih banyak menggunakan besi dan batu. Dengan konsep semi modern ini yang menarik banyak konsumen untuk melihat arsitektur yang berbeda dari tempat yang lainnya. Ling-Lung Kopi ini memiliki barang-barang antik yang bertema tempo dulu seperti mesin tik, gerobak kayu, senjata, caping, kuris besi, pompa air besi, buku menu yang terbuat dari besi dan masih banyak lainnya. Nama Ling-Lung Kopi & Eatery ini diambil sendiri oleh pemiliknya yang artinya bahwa Ling-Lung Kopi & Eatery erat kaitanya dengan kisah hidup jalanan dari pemiliknya. Visi yang diangkat oleh pendiri Ling-Lung Kopi ini adalah bagaimana pemilik usaha tersebut dapat memberikan atau membantu orang lain dalam mencari pekerjaan dengan melestarikan resep-resep tradisional Jawa di tengah modernitas dengan memberikan salah satu nama menu yang unik. Kisah pilu dari pemilik bisnis ini membuat pemiliknya memiliki ide untuk mencantumkan nama Ling-Lung. Konsumen yang datang tidak hanya makan namun juga disediakan tempat atau spot foto unik yang ada di Ling-Lung Kopi & Eatery.

Ling-Lung Kopi & Eatery terbagi menjadi beberapa tiga lantai dengan masing-masing ruangan yaitu lantai pertama bagian depan terdapat ruang parkir yang luas baik untuk kendaraan beroda dua atau beroda empat, terdapat pos satpam, serta di bagian tempat parkir mobil ada sebuah kontener dari box mobil bekas yang di desain unik yang dijadikan sebagai tempat istirahat dan loker sebagai tempat untuk meletakkan barang bawaan karyawan. Di halaman depan sebelum pintu masuk terdapat meja payung yang juga digunakan sebagai tempat istirahat karyawan. Di awal pintu masuk atau lantai pertama terdapat spot foto, kasir, store, kitchen, bar, ruang roasting serta toilet. Di bagian spot foto inilah yang terdapat barang-barang antik contohnya gerobak kayu, pop air manual, motor vespa, mesin tik, caping dan yang lainnya. Bangunan tembok depan linglung menggunakan bebatuan serta saka atau tiang penyangga menggunakan besi sampai dengan atap atas Ling-Lung Kopi & Eatery juga menggunakan besi.

Ling-Lung Kopi mengusung konsep *kitchen* dengan *open kitchen* dimana pada meja *kitchen* terbuat dari marmer yang mana konsumen dapat melihat secara langsung dalam penyajian makanan, bergeser ke sebelah kanan terdapat open bar dimana pada bar *counter* terbuat dari bebatuan dan juga konsumen bisa secara langsung melihat barista dalam meracik minuman. Di samping bar juga terdapat ruang *roasting* kopi yang biasanya digunakan barista untuk roasting berbagai kopi. serta di paling ujung terdapat toilet. Tempat makan konsumen berada di depan kitchen sampai di ujung dekat toilet yang terdiri dari 51 meja kayu persegi dan 1 meja Panjang yang dilengkapi dengan kursi di sepanjang tempat makan konsumen juga terdapat beberapa tanaman yang diletakan di tengah-tengah. Terdapat tangga yang terbuat dari besi untuk menuju ke lantai dua. Di lantai dua terdapat mushola, panggung, office, tempat makan konsumen yang berada di tengah, ruang meeting satu dan dua, dan yang paling ujung ada toilet. Di ruang meeting ini mampu menampung drjumlah 40 orang, akan tetapi untuk saat ini AC yang berada di lantai satu rusak sehingga tidak dapat berfungsi. Untuk menuju lantai tiga kita akan melalui atau melewati tangga besi, di lantai tiga terdapat ruang VIP atau *non smoking room* serta *rooftop* yang nanyaman. Ruang VIP ini di dekor dengan senyaman

mungkin, karna di VIP room menggunakan dinding kaca maka pada siang hari akan sangat terasa panas sekelai. Dari semua data-data diatas bahwa mayoritas darri respon konsumen yang datang ke Ling-Lung Kopi & Eatery merasa bahwa fasilitas yang ada di Ling-Lung Kopi & Eatery m (jenis, kondisi, dan jumlah fasilitas) sudah cukup baik. Ini menunjukkan bahwa konsumen Ling-Lung Kopi & Eatery merasa nyaman dan puas dengan kondisi bangunan yang ada.

b. Reliability (Kehandalan)

Konsistensi pelayanan terdiri dari dua variabel yaitu keandalan pelayanan dan penampilan pelayan. Untuk keandalan pelayan terdiri dari dua sub variabel yaitu tata cara pelayanan dan durasi waktu penyajian makanan dan minuman. Untuk tata cara pelayanan, pelayanan Ling-Lung Kopi & Eatery perlu memperhatikan Langkah-langkah yang semestinya diikuti oleh para pelayanan melayani konsumen. Langkah-langkah tersebut adalah: 1) menyambut tamu dengan membawa atau memegang daftar menu; 2) mengucapkan salam kepada tamu dengan senyum; 3) mengantarkan tamu ke meja yang diinginkan (jika dalam kondisi restoran penuh, pelayan wajib mencari meja kosong dan menyarakannya kepada konsumen) dan mempersilahkan duduk dengan menarik kursinya (utamakan wanita dulu, jika ada seorang anak berarti anak tersebut yang diutamakan); 4) memberikan daftar menu sambil dibuka daftar menunya; 5) menulis pesanan makanan dan minuman dan jangan lupa mengulangi pesanan konsumen dan mengambil buku menu; 6) Menyajikan minuman yang dipesan oleh konsumen. Tata cara pelayanan berikutnya adalah 7) adjusting cutleries (menyiapkan peralatan makan yang sesuai dengan makanan yang dipesan); 8) menyajikan makanan yang dipesan konsumen dengan menyebutkan nama makanan yang dipesan oleh konsumen tersebut; 9) clear up (membersihkan piring dan peralatan) dengan menggunakan round tray (nampan bulat) sambil menanyakan rasa makanan kepada tamu; 10) crumbing down (membersihkan sisa makanan atau kotoran yang jatuh dimeja); 11) menawarkan dessert yang tersedia untuk makanan penutup; 12) memberikan bill (tagihan) kepada konsumen jika diminta dan menghitung uang yang diberikan konsumen ke kasir dan mengecek kembalian yang akan diberikan ke konsumen; 13) apabila konsumen akan meninggalkan area restoran, bantu konsumen menarik kursi dan ucapkan “terima kasih”.

Dari pemaparan diatas mengenai Langkah-langkah dalam melayani konsumennya, pelayanan Ling-Lung Kopi & Eatery tidak semua melakukan langkah-langkah diatas dengan baik serta tata cara yang kurang sesuai dalam melayani konsumen yang sesuai dengan standar pelayanan. Di samping semua itu, seorang pelayan juga harus melengkapi dirinya dengan pengetahuan yang berkaitan dengan tugasnya. Agar dapat berkomunikasi secara efektif dengan tamu, pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery harus berusaha meningkatkan kemampuan berbahasanya sebagaimana bahasa tamu yang dihadapinya. Menurut survei sejumlah tiga puluh responden mengemukakan bahwa tata cara pelayanan di Ling-Lung Kopi & Eatery “kurang baik”, respon tersebut rata-rata pada skala 3. Hal ini menggambarkan bahwa pelayanan yang diberikan Ling-Lung Kopi & Eatery kurang baik dan konsumen merasa kecewa dan kurang puas dengan tata cara pelayanan yang diberikan oleh pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery. Selain itu, konsumen merasa bahwa pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery kurang maksimal dalam melayani konsumennya mulai dari konsumen masuk sampai meninggalkan restoran.

Sedangkan untuk durasi waktu penyajian makanan dan minuman dalam melayani konsumen waktu merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh seluruh karyawan restoran, karena keterlambatan pelayanan akan mengakibatkan konsumen merasa kecewa. Adapun kemungkin keterlambatan pelayanan disebabkan oleh kelalaian atau perasaan tidak peduli sebagai

pelayanan Ling-Lung Kopi & Eatery dalam menangani atau mengawasi konsumen tersebut. Misalnya adalah para pelayan asik mengobrol dengan pelayan lain, main HP sehingga lupa akan tugas dan keadaan sekelilingnya. Selain itu, keterlambatan juga datang dari dapur, hal ini biasanya disebabkan oleh persiapan bahan yang kurang baik termasuk persiapan bahan yang akan diolah. Orderan yang menumpuk, perkiraan estimasi waktu yang kurang dalam menyajikan makanan dan biasanya hasil makanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi tamu misal terlalu asin. Konsumen secara otomatis menginginkan pelayanan yang cepat. Tiga puluh responden berpendapat bahwa waktu penyajian makanan dilakukan Ling-Lung Kopi & Eatery adalah “kurang baik” pada skala 3. Keterlambatan penyajian makanan ini, timbul karena kurangnya pengetahuan karyawan dalam hal ini koki/juru masak Ling-Lung Kopi & Eatery dalam mengestimasi waktu masak setiap menu. Mereka memahi apa yang seharusnya dilakukan sebelum restoran atau café buka yaitu harus persiapan mulai dari bahan dan alat. Koki/juru masak dituntut untuk bekerja secara cepat dan efisien, agar menu yang dipesan segera dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Namun hal ini juga kurang ditunjang dengan Sumber Daya Manusia atau SDM yang kurang serta fasilitas yang kurang memadai.

Variabel reliability berikutnya adalah penampilan pelayanan. Pelayanan restoran seharusnya mengutamakan penampilan dalam setiap pelayanan mereka. Hal ini, merupakan salah satu pelayanan yang seharusnya diterapkan oleh setiap restoran. Di Ling-Lung Kopi & Eatery atau di restoran yang lain tamu jarang sekali atau bahkan tidak sama sekali melihat manajer atau cheff (kepala dapur), kecuali para pelayan.

Karena itulah para pelayan mewakili mereka di dalam restoran. Hal ini merupakan salah satu alasan mengapa penampilan pelayan harus menarik, rapi, bersih serta sopan-santun merupakan hal yang terpenting. Pelayan Di Ling-Lung Kopi & Eatery juga beranggapan bahwa dengan penampilan yang menarik, mereka dapat mengundang banyak konsumen untuk datang ke Di Ling-Lung Kopi & Eatery. Menurut survei sebanyak tiga puluh responden menyatakan bahwa kerapian penampilan pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery sudah “baik” pada skala 4. Selain penampilan pelayan, penampilan dan kerapian makanan juga seharusnya diperhatikan. Tidak mungkin jika konsumen yang datang mau memakan makanan dengan penampilan yang sembarangan atau tidak sesuai dengan hidangan yang mereka pesan. Buku menu Ling-Lung Kopi & Eatery sudah mewakili gambaran dari hidangan yang akan konsumen beli. Gambar menu yang ada di buku menu sangat sesuai dengan wujud aslinya. Menurut survei sebanyak tiga puluh responden mengemukakan bahwa kesesuaian makanan dengan buku menu yang dibuat Ling-Lung Kopi & Eatery sudah “baik” pada skala 4. Ini membuktikan bahwa buku menu juga ikut andil dalam pelayanan. Dengan bentuk dan susunan menu serta warna yang menarik pada buku menu, konsumen akan merasa tertarik dengan penawaran menu yang dilakukan oleh restoran. Selain itu, buku menu juga berfungsi sebagai informasi bagi konsumen dalam menentukan menu yang akan mereka pesan.

c. Responsiveness (Daya tanggap)

Seorang pelayan harus memiliki jiwa hospitality (ramah-tamah), jiwa ini tercermin pada sikap yang ditunjukkan oleh pelayan dalam melayani konsumennya. Kemauan membantu konsumen merupakan salah satu tugas dan tanggung jawab bagi seluruh karyawan baik itu memberikan saran menu maupun mengatasi keluhan yang timbul dari konsumen karena pelayanan yang kurang memuaskan. Kemauan dalam membantu konsumen terdiri dari dua variabel yaitu membantu konsumen dalam memberikan saran menu dan mengatasi keluhan konsumen.

Variabel yang pertama adalah kemauan pelayan dalam membantu konsumen. Dalam membantu konsumen, pelayan dibuat Ling-Lung Kopi & Eatery setidaknya dapat memahami menu yang dijual di restoran. Dari hal tersebut, pelayan dapat membantu konsumen dan meningkatkan hubungan dengan konsumen sekaligus menciptakan kesan baik bagi restoran. Pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery wajib mempelajari menu pada saat-saat tertentu jika menu di restoran mengalami *sold out*, jenis kopi yang tersedia pada hari itu, atau menu yang mengalami perubahan (perubahan menu yang terjadi karena berdasarkan biaya produksi bahan atau menu musiman yang tersedia, contohnya perubahan harga produksi saat menjelang hari raya Idul Fitri atau jika menu musiman yaitu seperti jus alpukat yang tidak setiap bulan berbuah).

Pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery seharusnya selalu mengingat bahwa mereka adalah sebagai pedagang ulung. Agar dapat bertindak sebagai pedagang yang ulung, pelayanan Ling-Lung Kopi & Eatery hendaknya mengetahui secara mendalam tentang makanan dan minuman yang dijual. Pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery hendaknya mengetahui bahan atau bumbu yang digunakan dalam proses pembuatan makanan atau minuman, cara pengolahan dan waktu prosesnya pembuatannya. Maksudnya agar pelayan dapat memberikan informasi kepada konsumen jika pesanan yang mereka pesan memang membutuhkan waktu yang sedikit lama pada proses pembuatannya atau pada saat konsumen menanyakan menu yang akan dipesan. Menurut responden tiga puluh mengemukakan “kurang baik” pada skala 3, dimana konsumen merasa senang jika pelayan dapat membantu mereka dalam memilih menu yang ada Ling-Lung Kopi & Eatery. Selain itu, konsumen merasa tertolong dengan penjelasan pelayan mengenai menu yang akan mereka pesan.

Variabel berikutnya adalah penanganan keluhan. Keluhan konsumen umumnya timbul pada saat konsumen tidak mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Biasanya pelayanan yang lebih baik akan mengurangi keluhan dari konsumen. Contohnya pada saat tamu memesan indonesian *food* seperti Bakmi Jowo terkadang konsumen merasa kecewa karena rasa yang tidak sesuai misalnya terlalu asin, pelayan seharusnya dapat berbicara langsung kepada konsumen bahwa pesanan mereka akan diganti dengan yang baru yang tentunya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Keluhan konsumen yang benar merupakan umpan balik bagi pihak restoran dan manajemen untuk dapat dipergunakan dalam meningkatkan pelayanan bagi konsumen yang datang berikutnya. Keluhan konsumen merupakan umpan balik bagi restoran agar dapat memperbaiki kesalahan-kesalahan yang nantinya akan membangun restoran untuk lebih baik lagi. Dari hasil survei sebanyak empat puluh responden mengatakan bahwa penanganan keluhan yang dilakukan pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery sudah “cukup baik” pada skala 3, sedangkan dari dua puluh responden menyatakan bahwa penanganan keluhan “tidak baik”. Ini menandakan bahwa sebagian konsumen tidak merasa kecewa atas apa yang telah dilakukan pelayan Gadri Resto dalam menangani keluhan mereka, sedangkan beberapa diantaranya menyatakan kecewa. Beberapa diantaranya menyatakan kecewa. Walaupun konsumen banyak yang mengeluh mengenai keterlambatan makanan, tetapi para pelayan dapat menenangkan hati para konsumen mereka. Semua yang dilakukan oleh pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery akan sangat bermanfaat bagi kelangsungan operasional restoran. Walaupun dengan perasaan kecewa para konsumen masih dapat menghargai pekerjaan pelayan. Berdasarkan penjelasan di atas maka, dapat dipahami bahwa setiap pelayan diharapkan mampu menanggapi segala jenis keluhan yang timbul karena ketidakpuasan konsumen atas pelayanan yang sudah diberikan. Setiap pelayan diharapkan mampu dan selalu lapang dada dalam menangani keluhan yang

timbul, karena setiap keluhan akan menjadi umpan balik bagi perusahaan.

d. Assurance (jaminan)

Seorang pelayan seharusnya memiliki pengetahuan mengenai sikap serta sifat yang baik dan berkualitas dalam melayani konsumen restoran. Pengetahuan tersebut meliputi sikap ramah dan pengetahuan mengenai kebersihan produk, alat dan tempat. Pengetahuan yang dimiliki pelayan akan sangat berpengaruh bagi kelangsungan operasional restoran. Pengetahuan mengenai sikap ramah yang ditunjukkan pelayan sangat dibutuhkan oleh setiap konsumen yang datang ke restoran, karena sikap ramah dapat membuat konsumen merasa dirinya diperhatikan dan konsumen tentunya akan merasa lebih nyaman. Sedangkan pengetahuan mengenai kebersihan produk, alat dan tempat akan menciptakan kepercayaan konsumen kepada restoran.

Setiap konsumen tentunya mengharapkan jaminan kebersihan produk, alat dan tempat dimana mereka akan menikmati hidangan yang mereka pesan. Hal ini, merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan antara kenyamanan konsumen dengan kebersihan tempat, produk serta alat yang akan digunakan oleh konsumen untuk makan dan minum. Selain itu, jaminan keamanan barang bawaan konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan, dengan membantu konsumen membawakan barang bawaan dan menjaga barang bawaan tersebut tentunya konsumen akan merasa lebih aman dan konsumen pastinya akan lebih lama dan merasa tenang saat mereka menikmati hidangan yang mereka pesan.

Adapun variable dari *assurance* adalah keramahan yang ditunjukkan pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery dan kepercayaan yang merupakan jaminan keamanan barang bawaan konsumen serta jaminan kebersihan produk baik makanan maupun minuman. Variabel yang pertama adalah keramahan (sikap yang ditunjukkan pelayan). Sikap ramah merupakan sikap yang harus dimiliki oleh setiap karyawan yang bergerak di bidang jasa khususnya jasa tata boga/restoran. Adapun sikap ramah yang ditunjukkan pelayan restoran adalah sebagai berikut: 1) pelayan yang beradab. Dalam menjalankan tugasnya, pelayan harus berusaha mendekati konsumen, baik yang datang sendiri maupun konsumen yang datang rombongan. 2) pembicaraan singkat. Pembicaraan singkat dalam hal ini adalah greeting atau ucapan salam. Pelayan juga harus mengetahui waktu untuk menanyakan sesuatu kepada konsumen agar tidak terjadi saat konsumen sedang penuh mulutnya dengan makanan. Hindari pendekatan dengan konsumen, dalam hal ini adalah saat konsumen sedang melakukan pembicaraan dengan teman atau relasi mereka yang bersifat rahasia atau pribadi. Seorang pelayan pada saat di dalam restoran seharusnya selalu selalu bersikap tenang dalam bekerja dan diharapkan tidak menimbulkan kegaduhan dalam bekerja. 3) keahlian pelayan dalam meraba (professional touch). Keahlian meraba adalah suatu kesopanan pelayan dalam menjaga set up (penataan) peralatan yang ada di meja makan. Apabila pelayan berdiri di dekat meja konsumen yang akan duduk, hendaknya pelayan membantu konsumen dengan menarik kursi sedikit kebelakang, kemudian mengangkat dan mendorongnya ke depan jika konsumen sudah di depan kursi.

Dalam melayani konsumen, pelayan Ling- Lung Kopi & Eatery kurang menunjukkan sikap ramah serta sopan. Sikap kurang ramah ini membuat konsumen kecewa atas pelayanan yang diberikan Ling-Lung Kopi & Eatery sehingga konsumen memberikan ulasan atau penilai di media social secara negatif. Sikap ini dapat membuat konsumen engga untuk kembali atau mengunjungi Ling-Lung Kopi & Eatery antara ekspektasi atau harapan yang tidak sesuai

dengan kenyataan. Menurut survei sebanyak empat puluh enam responden menyatakan sikap yang ditunjukkan pelayan Ling- Lung Kopi & Eatery adalah “kurang baik” pada skala 3 dan sejumlah empat puluh tiga responden mengemukakan “baik” pada skala 4. Ini berarti konsumen merasa kurang puas dengan sikap yang ditunjukkan oleh pelayan Ling- Lung Kopi & Eatery.

Kemudian jika pelayan dapat mengubah konsumen yang complaint atau mengeluh, marah, merasa tidak puas menjadi konsumen (langganan) yang puas, senang dan konsumen selalu berkeinginan untuk kembali lagi ke restoran, maka pelayanan tersebut telah berhasil dalam melayani konsumen tersebut. Dengan demikian kesimpulan mengenai kemampuan bersikap seorang pelayan dapat dilihat pada saat mereka melayani konsumen. Ini semua ditunjukkan pada saat mereka melakukan aktivitas mereka saat keadaan restoran ramai mereka tetap berusaha tenang dalam melayani konsumen. Pelayan juga berusaha mendekatkan diri terhadap konsumen dengan meminta pendapat konsumen atas menu yang telah mereka pesan, tentunya pendekatan tersebut dengan menjaga jarak agar tidak terkesan akrab.

Variabel berikutnya adalah Kepercayaan (jaminan kebersihan produk dan keamanan barang bawaan konsumen). Dalam menentukan tempat makan/restoran, konsumen tentunya telah berfikir untuk menentukan dimana mereka akan membeli makanan ataupun minuman tersebut. Untuk itu, konsumen akan lebih selektif dalam menentukan jenis makanan, tempat dan suasana yang akan membuat mereka merasa nyaman dan aman. Rasa aman tersebut meliputi: kebersihan produk, alat makan yang digunakan dan keamanan barang bawaan konsumen. Kebersihan produk tersebut seharusnya dilakukan mulai dari dapur, Gudang, bahan makanan, tempat penyimpanan bahan makanan dan makanan jadi, kebersihan dalam pengolahan makanan, dan tempat pencucian bahan makanan seharusnya terbuat dari bahan yang kuat, aman, tidak berkarat dan mudah dibersihkan. Selanjutnya adalah kebersihan peralatan makan termasuk ruang makan atau restoran. Untuk kebersihan peralatan makan dan ruang makan/restoran dalam hal ini meliputi: ruang makan, penyajian makanan, tempat mencuci peralatan dan kebersihan peralatan.

Pelayan Ling- Lung Kopi & Eatery sadar bahwa dengan lokasi restoran yang terlihat bersih dapat menarik konsumen dan konsumen akan merasa nyaman. Oleh karena itu, pihak manajemen selalu menghibau kepada seluruh karyawan Ling- Lung Kopi & Eatery untuk selalu menjaga kebersihan area restoran beserta peralatan yang akan digunakan oleh konsumen. Menurut survei sebanyak tiga puluh responden menyatakan bahwa kebersihan peralatan dan area restoran adalah “baik”. Ini dapat dipahami bahwa konsumen merasa puas dengan keadaan Ling- Lung Kopi & Eatery yang terlihat bersih dan nyaman. Selain itu, konsumen Gadri Resto merasa nyaman dengan peralatan yang mereka gunakan untuk makan maupun minum karena telah juga terjaga kebersihannya.

Berikutnya adalah jaminan barang bawaan konsumen. Seorang pelayan hendaknya membantu konsumen yang repot dengan membawakan barang bawaan mereka sewaktu masuk restoran. Barang bawaan konsumen tersebut sebaiknya diletakkan di dekat pintu keluar atau di sebelah meja kasir, sehingga konsumen tidak repot untuk mengambilnya kembali bila mereka sudah selesai makan. Manajemen dan pelayan Ling- Lung Kopi & Eatery telah berusaha menjaga dan mengawasi barang bawaan konsumen, keamanan barang bawaan konsumen telah dijamin oleh pihak restoran dan ini merupakan salah satu pelayanan yang diberikan oleh Ling- Lung Kopi & Eatery.

Semua itu, merupakan tanggung jawab yang harus di emban oleh seluruh karyawan Ling-

Lung Kopi & Eatery. Dengan menjamin barang bawaan konsumen, konsumen akan merasa tenang. Menurut survei sejumlah tiga puluh delapan responden mengemukakan bahwa jaminan keamanan barang bawaan konsumen adalah “baik” pada skala 4. Dari pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa jaminan keamanan barang bawaan konsumen yang diberikan Gadri Resto dapat membuat konsumen mereka merasa tenang. Konsumen tidak khawatir jika barang bawaan mereka tertinggal, karena pihak manajemen dan seluruh staff Lung Kopi & Eatery pasti akan menyimpannya untuk kemudian dikembalikan.

e. Empati (Empathy)

Empathy (Peduli Kepada Konsumen) Seorang pelayan dalam membantu keinginan konsumen harus dapat mengetahui bagaimana melakukan pendekatan pribadi dengan konsumennya. Pendekatan pribadi merupakan kepedulian pelayan terhadap konsumennya. Semua ini dimaksudkan agar pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pendekatan pribadi yang dilakukan pelayan kepada konsumen antara lain: 1) Pelayan harus selalu tersenyum kepada konsumen, 2) Greeting, 3) selalu menunjukkan sikap yang bersahabat, 4) Pelayan hendaknya membantu konsumen dengan membawakan barang bawaannya pada saat masuk ke restoran; 5) mengantarkan konsumen ke tempat duduk yang telah ditentukan, 6) Memberikan daftar menu dari sebelah kiri konsumen dengan tangan kanan, 7) Pelayan hendaknya membantu konsumen dengan memberikan saran menu, 8) untuk menyarankan menu kepada konsumen, hendaknya pelayan harus berhati-hati dan bijaksana, 9) jika konsumen sedang mengobrol dengan teman atau relasi, hendaknya pelayan menunggu dengan sabar untuk mengambil pesanan, 10) pesanan konsumen hendaknya diulangi dengan jelas, 11) sikap kesediaan membantu konsumen, 12) pelayan seharusnya menunggu dan mengawasi konsumen selama makan.

Sikap peduli kepada konsumen merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pelayan. Dengan sikap pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery yang peduli terhadap konsumen akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen Ling-Lung Kopi & Eatery. Tentunya semua itu, seharusnya diimbangi dengan interest (perhatian), courtesy (sikap ramah/sopan santun), dan skill (ketrampilan) yang dimiliki oleh pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery. Kepedulian pelayan Ling-Lung Kopi & Eatery terhadap konsumennya dapat dilihat pada saat pelayan melakukan pendekatan terhadap konsumennya. Semua ini, dilakukan agar konsumen yang datang ke Ling-Lung Kopi & Eatery akan merasa bahwa dirinya dihargai dan diperhatikan. Untuk itu, mereka akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak restoran. Menurut survey sebanyak tiga puluh responden menyatakan bahwa kepedulian pelayan terhadap konsumen Ling-Lung Kopi & Eatery adalah “cukup baik” pada skala 3. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen Ling-Lung Kopi & Eatery merasa puas dengan kepedulian pelayan terhadap konsumennya. Kepedulian pelayan merupakan pelayanan yang seharusnya dilakukan oleh setiap pelayan dalam melayani konsumen dan pelayan tidak boleh membedakan konsumen yang satu dengan yang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian mengenai Kualitas Pelayanan Ling-Lung Kopi & Eatery Yogyakarta

(respon konsumen sebagai pendekatan Penelitian) tidak memenuhi tempat restoran yang dijadikan sebagai tempat wisata kuliner. Berdasarkan lima dimensi diatas dapat disimpulkan a) *Tangible* bagi pendekatan Penelitian): a) *Tangible*. Fasilitas fisik yang dikemas dengan menarik dan suasana yang unik dan konsep bangunan yang menarik membuat konsumen merasa puas dan betah duduk berlama-lama sambil menikmati hidangan yang ada di Ling-Lung Kopi & Eatery; b) *reliability*, kerjasama staff dan manajemen yang kurang sehingga dapat terlihat dari pelayanan pelayan yang diberikan.. Operasional tidak selalu lancar (dapur) sehingga waktu penyajian makanan kurang tepat; c) *responsiveness*, Konsumen merasa kurang puas dengan saran menu yang diberikan karena pengetahuan pelayan mengenai menu yang kurang. Pelayan mampu menangani keluhan dari konsumen. Ini, membuat konsumen merasa dirinya dihargai dan diperhatikan; d) *assurance*, pengetahuan yang dimiliki pelayan, (sikap, kebersihan produk, alat serta jaminan keamanan); e) *emphaty*, sikap yang kurang ramah serta sopan dalam melayani konsumen. Hasil analisis menunjukkan sebagian besar konsumen merespon cenderung negatif. Ini berarti pelayan dianggap kurang baik. Mayoritas penilaian berada pada skala 3, menunjukkan respon konsumen kurang puas. Kekecewaan konsumen tampak pada buruknya sikap dan keramahan yang kurang ramah, makanan yang disajikan terkadang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, estimasi waktu yang kurang baik akan tetapi keunggulan pada variabel penampilan pelayan, fasilitas, keunikan tempat dan buku menu serta , harga, dan rasa makanan mampu menutupi kekurangan tersebut sehingga konsumen tetap merasa puas.

SARAN

Dari kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka diberikan saran sebagai berikut: a) Manajemen Ling-Lung Kopi & Eatery seharusnya memberikan bekal pelatihan untuk pegawai magang; b) manajemen seharusnya segera mengambil tindakan bahwa keterlambatan pelayanan disebabkan karena juru masak yang kurang efisien dalam menyiapkan menu makanan pada saat banyaknya orderan.. Juru masak seharusnya diingatkan kembali mengenai estimasi waktu dalam menyiapkan menu . Selain itu seharusnya manajemen memberikan pengawasan yang ketat serta mengadakan evaluasi bulanan karyawan.; c) manajemen seharusnya me-refresh pengetahuan, sikap dan ketrampilan seluruh karyawannya; d) di harapkan Ling-Lung Kopi & Eatery tetap mempertahankan penampilan dan pengetahuan pelayanan dalam melayani konsumennya. Disamping itu, waktu penyajian makanan dan minuman sebaiknya diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA/REFERENCES (HEADING 1)

Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran (Edisi Indonesia oleh Hendra Teguh, Ronny dan Benjamin Molan)*. PT. Index. Jakarta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2003). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta. Andi

Susanti, Nova. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Padang*. Padang: Skripsi.

Nugroho, Setyo Prasiyono. (2014). *Kualitas Pelayanan Gadri Resto*. Yogyakarta

Dharma, Robby. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisatawa Pulau Padang*. Padang. LPPM UPI YPTK Padang. Jurnal Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi , Vol. 6, No. 2 Hal 349-359.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syarifuddin, Dindin. Dkk. 2018. *Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 1 No. 1 Hal. 55-64.

Handriyani, Ruly. 2005. *Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta. Skripsi

Purnomo, Budi. 2015. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta. K-Media. Buku Cetakan Pertama.

Utami, Ida Ayu Inten Surya. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 7.