

# PENGARUH HARAPAN DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN KANTIN UNIVERSITAS

Oleh:

Suryananda Pradana Putra Widodo,  
Atikha Sidhi Cahyana.

Progam Studi Teknik Industri  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Januari, 2026

# Pendahuluan

Latar belakang penelitian ini adalah penurunan omset di kantin UMSIDA kampus 2. Pada kurun waktu 6 bulan yang awalnya membuka 9 stand sekarang hanya tersisa 7 stand saja yang masih beroperasi

## Penelitian terdahulu

- Penelitian yang dilakukan oleh Sahabuddin menggunakan metode SEM. Mendapatkan hasil bahwa kualitas layanan maupun kepuasan pelanggan berkontribusi secara signifikan terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan pada platform e-commerce Shopee.
- Penelitian yang dilakukan oleh Arifin pada rosella coffe 1.1 menggunakan metode SEM untuk mengetahui indicator terendah dari masing-masing variabel
- Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah menggunakan metode SEM. Memperoleh hasil bahwa perpustakaan online berpengaruh pada kepuasan pengguna
- Penelitian yang dilakukan oleh Larasati menggunakan metode SEM. Mendapatkan hasil bahwa bahwa fasilitas di kampus berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan.
- Penelitian yang dilakukan oleh Akbar menggunakan metode SEM. Mendapatkan hasil bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- Tujuan penelitian

untuk mengetahui indikator terendah dari masing-masing variabel dan menganalisa pengaruh harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan kantin universitas.

- Rumusan masalah

Mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi Kualitas layanan mengenai indikator dari masing-masing variabel dan permodelan Hubungan antar variabel

# Metode

**Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM). Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh responden menggunakan Google Form dan kemudian dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS 19.0 untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas IBM SPSS Amos23 untuk melakukan analisis uji Structural Equation Modeling (SEM) untuk memodelkan hubungan antar variabel.**

# Hasil

## Uji Validitas

uji reliabilitas untuk mengetahui apakah pengukuran konsisten jika alat ukurnya digunakan berulang kali. Data dikatakan valid jika nilai R Hitung > R Tabel. R Tabel untuk 90 responden dan  $p = 0,05$  ( $df = N-2$ ) yaitu 0,207

Variabel	Indikator	Kode	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Harapan (X1)	Fasilitas	X1.1	0,707	0,207	Valid
	Alat makan	X1.2	0,700	0,207	Valid
	Kebersihan lingkungan	X1.3	0,712	0,207	Valid
Variabel	Indikator	Kode	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Persepsi (X2)	Pelayanan cepat	X2.1	0,745	0,207	Valid
	Keandalan	X2.2	0,807	0,207	Valid
	Kepuasan Konsumen	X2.3	0,763	0,207	Valid
Variabel	Indikator	Kode	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan	Kualitas makanan	Y1.1	0,741	0,207	Valid
Pelanggan (X3)	Ketersediaan menu	Y1.2	0,759	0,207	Valid
	Loyalitas	Y1.3	0,826	0,207	Valid

# Hasil

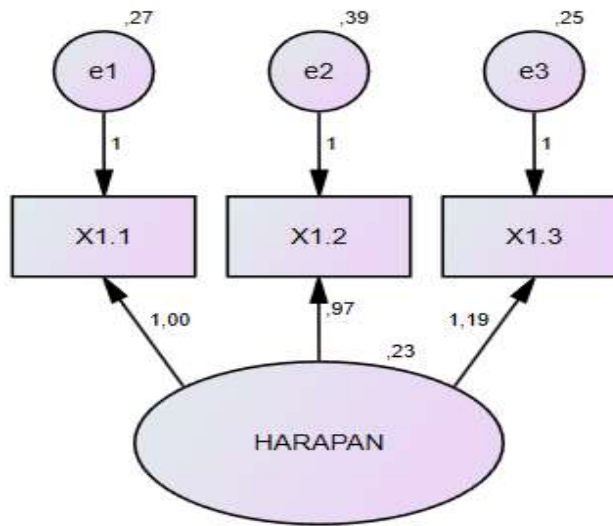
- Uji Reliabilitas

Sebuah uji reliabilitas yang dianggap baik sebaiknya memiliki nilai Alpha Cronbach tidak kurang dari 0,6

Variabel	Jumlah Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harapan	3	0,708	Reliabel
Persepsi	3	0,784	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	3	0,792	Reliabel

# Hasil

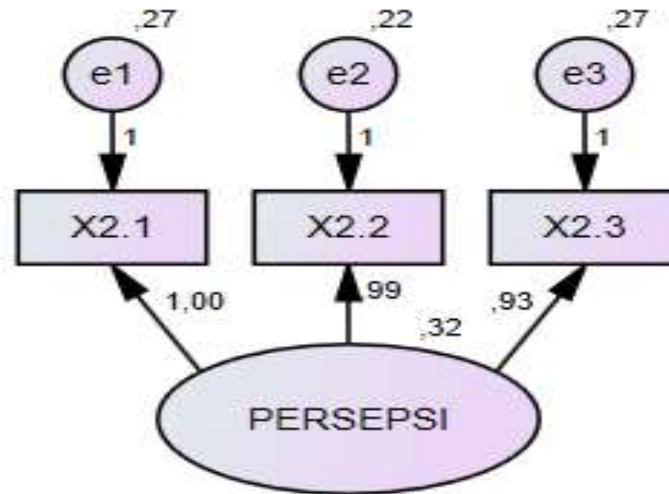
- Uji Kesesuaian Variabel Harapan



Pada uji kesesuaian variabel harapan diketahui hasil dari *chi-square* yaitu 0,000. *probability* 0,000. CMIN/DF 16,710. RMSEA 0,420. GFI 0,711. AGFI 0,423. TLI 0,000. CFI 0,000. PNFI 0,000. PGFI 0,356. Dengan demikian, terdapat kriteria yang dinyatakan fit dan beberapa lainnya tidak fit seperti *probability*, CMIN/DF, RMSEA, AGFI, TLI, CFI, PNFI, PGFI karena tidak sesuai dengan nilai batasnya

# Hasil

- Uji Kesesuaian Variabel Persepsi

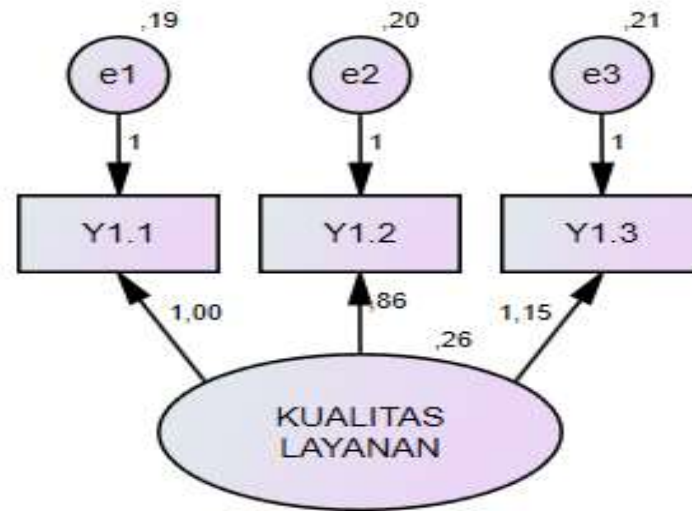


Pada uji kesesuaian variabel persepsi diketahui hasil dari *chi-square* yaitu 0,000. *probability* 0,000. CMIN/DF 25,304. RMSEA 0,523. GFI 0,624. AGFI 0,248. TLI 0,000. CFI 0,000. PNFI 0,000. PGFI 0,312. Dengan demikian, terdapat kriteria yang dinyatakan fit dan beberapa lainnya tidak fit seperti *probability*, CMIN/DF, RMSEA, AGFI, TLI, CFI, PNFI, PGFI karena tidak sesuai dengan nilai batasnya.



# Hasil

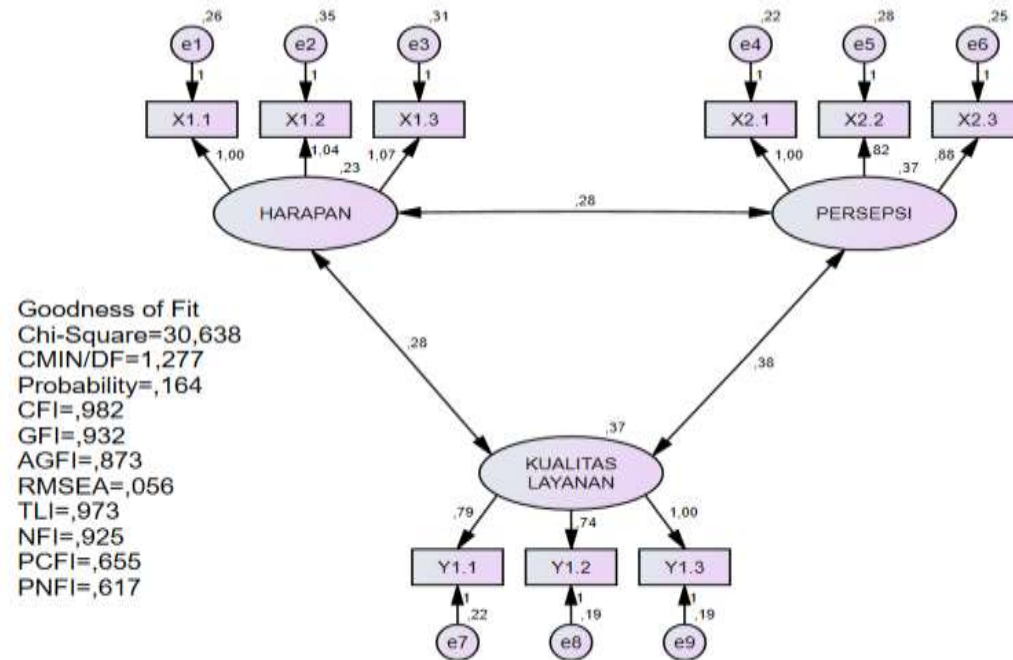
- Uji Kesesuaian Variabel Kualitas Layanan



Pada uji kesesuaian variabel kualitas layanan diketahui hasil dari *chi-square* yaitu 0,000. *probability* 0,000. CMIN/DF 26,929. RMSEA 0,540. GFI 0,612. AGFI 0,224. TLI 0,000. CFI 0,000. PNFI 0,000. PGFI 0,306. Dengan demikian, terdapat kriteria yang dinyatakan fit dan beberapa lainnya tidak fit seperti *probability*, CMIN/DF, RMSEA, AGFI, TLI, CFI, PNFI, PGFI karena tidak sesuai dengan nilai batasnya.

# Pembahasan

- Uji Model Struktural



*Chi-Square* menunjukkan hasil 30,638. *probability* yaitu sebesar 0,164, dinyatakan *good fit* karena  $\geq 0.01$ . *CMIN/DF* yaitu 1,227, yang dinyatakan *good fit* karena  $\leq 2.00$ . *RMSEA* yaitu 0,056, yang dinyatakan *good fit* karena  $\leq 0.08$ . *GFI* yaitu 0,932, yang dinyatakan *good fit* karena  $\geq 0.09$ . *AGFI* yaitu 0,873, dinyatakan *marginal fit* karena tidak  $\geq 0.90$ . *TLI* yaitu 0,973, yang dinyatakan *good fit* karena  $\geq 0.95$ . *CFI* yaitu 0,982, yang dinyatakan *good fit* karena  $\geq 0.95$ . *PNFI* yaitu 0,617, yang dinyatakan *good fit* karena  $\geq 0.60$ . *PGFI* yaitu 0,497, yang dinyatakan *marginal fit* karena tidak  $\geq 0.60$ .

# Pembahasan

- *Standardized Regression Weights*

Indikator		Variabel	Loading Factor
Fasilitas (X1.1)	<---	Harapan	0,684
Alat makan (X1.2)	<---	Harapan	0,646
Kebersihan lingkungan (X1.3)	<---	Harapan	0,684
Pelayanan cepat (X2.1)	<---	Persepsi	0,685
Keandalan (X2.2)	<---	Persepsi	0,794
Kepuasan konsumen (X2.3)	<---	Persepsi	0,729
Kualitas makanan (Y1.1)	<---	Kualitas layanan	0,716
Ketersediaan menu (Y1.2)	<---	Kualitas layanan	0,719
Loyalitas (Y1.3)	<---	Kualitas layanan	0,812

Dari hasil pemodelan SEM, indikator dengan nilai *loading factor* terendah pada tiap variabel menunjukkan indikator yang paling lemah. Oleh karena itu, saran perbaikan didasarkan pada *loading factor* terendah. Untuk variabel harapan, indikator dengan *loading factor* paling rendah adalah alat makan (X1.2) dengan nilai sebesar 0,646. usulan perbaikan yang dapat dilakukan dengan cara beralih pada bahan yang aman dan ramah lingkungan, serta mengganti peralatan sekali pakai dengan peralatan yang dapat digunakan kembali. Upaya ini harus didukung oleh penyediaan fasilitas pencucian yang memadai agar peralatan tetap higienis dan aman digunakan oleh seluruh konsumen. Pada variabel persepsi, *loading factor* terendah ditemukan pada pelayanan cepat (X2.1) dengan nilai sebesar 0,685. untuk meningkatkan kecepatan pelayanan di stand kantin universitas dapat ditingkatkan melalui penerapan sistem pemesanan digital. Selain itu, pelatihan bagi staf kantin mengenai efisiensi kerja dan pelayanan pelanggan juga sangat penting untuk mempercepat proses pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. *Loading factor* terendah pada variabel kualitas layanan terdapat pada indikator kualitas makanan (Y1.1) dengan nilai sebesar 0,716. Untuk meningkatkan kualitas makanan di kantin universitas, perlu dilakukan perbaikan menyeluruh mulai dari pemilihan bahan baku segar, standarisasi proses pengolahan, peningkatan kebersihan dan kompetensi penjual

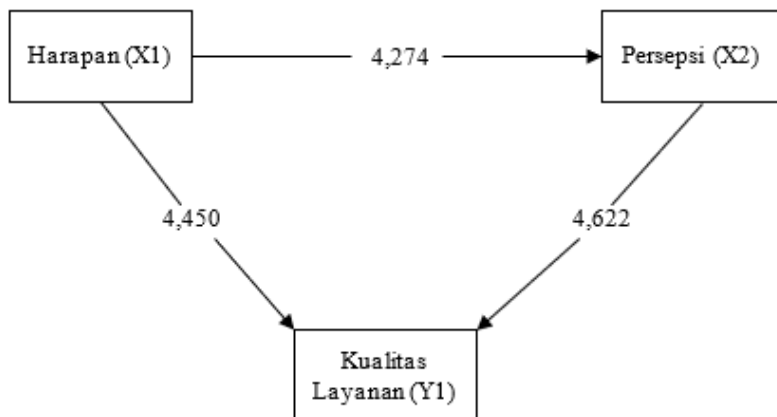
# Pembahasan

- Pengujian Hipotesis

Proses ini dilakukan dengan memperhatikan nilai C.R serta nilai *p value*. Sebuah hipotesis dianggap berpengaruh jika nilai C.R yang diperoleh lebih besar dari 1,96. Selanjutnya, hipotesis dinyatakan berpengaruh jika nilai *p* yang dihasilkan kurang dari atau sama dengan 0,05

Hipotesis	C.R.	P	Keterangan
H1	4,450	0.000	Diterima
H2	4,622	0.000	Diterima
H3	4,274	0.000	Diterima

Model Konseptual Akhir



Pada H1 : Harapan berpengaruh terhadap variabel kualitas layanan. hal ini terlihat dari nilai *t-value* atau CR yang mencapai 4,450, yang mana angka tersebut melebihi 1,96 dan memiliki tingkat probabilitas (*p*) sebesar 0,000, yang juga lebih rendah dari 0,05. H2 : Persepsi berpengaruh terhadap variabel kualitas layanan. dibuktikan dengan nilai *t-value* atau CR yang mencapai 4,622, di mana nilai ini juga lebih besar dari 1,96 dan memiliki nilai probabilitas (*p*) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. H3 : Harapan berpengaruh terhadap variabel persepsi. ditunjukkan oleh nilai *t-value* atau CR yang mencapai 4,274, di mana nilai ini juga lebih tinggi dari 1,96 dan memiliki tingkat probabilitas (*p*) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05.

# Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, indikator paling lemah dari variabel harapan yaitu alat makan (X1.2) dengan nilai sebesar 0,646, pada variabel persepsi indikator paling lemah yaitu pelayanan cepat (X2.1) dengan nilai sebesar 0,685, dan indikator paling lemah pada variabel kualitas layanan adalah kualitas makanan (Y1.1) dengan nilai sebesar 0,716. Pada hasil pengujian hipotesis didapatkan bahwa variabel harapan berpengaruh terhadap variabel kualitas layanan dengan probabilitas 0,000 dan *t-value* atau CR 4,450, pada variabel persepsi berpengaruh terhadap variabel kualitas layanan dengan probabilitas 0,000 dan *t-value* atau CR 4,622, dan variabel harapan berpengaruh terhadap variabel persepsi dengan probabilitas 0,000 dan *t-value* atau CR 4,274. Variabel yang ada dalam penelitian ini masih terbatas, oleh karena itu perlu dilakukan pengembangan dengan mencakup variabel-variabel tambahan yang lain agar analisis mengenai tingkat kepuasan konsumen di kantin universitas dapat menjadi lebih maksimal.

# Manfaat Penelitian

- ➔ **Memberikan saran usulan perbaikan bagi kantin universitas. Sehingga diharapkan kualitas layanan lebih maksimal**
  
- ➔ **Menyediakan model hubungan antara harapan, persepsi dan kualitas layanan yang dapat dijadikan dasar evaluasi perbaikan kualitas layanan kantin**



# Referensi

## REFERENSI

- [1] N. Hasbi, Rosyunita, A. R. Rahim, and R. D. Ayunda, "Isolasi Staphylococcus aureus dari swab tangan penjamah makanan di kantin Universitas Mataram," *J. Kedokt. Univ. Palangka Raya*, vol. 12, no. 2, pp. 68–73, 2025, doi: 10.37304/jkupr.v12i2.15313.
- [2] S. Budi and M. Pakkana, "PENGEMBANGAN STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG DAN KONSUMEN KANTIN ITB AHMAD DAHLAN," *Luquidity J. Ris. Akunt. dan Manaj.*, vol. 9, no. 2, pp. 99–114, 2020.
- [3] I. G. Dana and N. M. Suci, "Analisis Faktor-Faktor yang Menjelaskan Penurunan Penjualan Produk BUMdes di Kabupaten Karangasem," *J. Ilm. Akunt. dan Humanika*, vol. 11, no. 3, pp. 396–402, 2021.
- [4] E. Lestari, "Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi dan Kualitas Pasar Terhadap Minat beli Konsumen di Pasar Klandasan," *J. Minfo Polgan*, vol. 13, no. 1, pp. 133–138, 2024, doi: 10.33395/jmp.v13i1.13491.
- [5] T. H. Kusuma and A. Safitri, "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Jasa Belanja Online Shopee," *J. Inf. Syst. Manag. Digit. Bus.*, vol. 1, no. 2, pp. 293–306, 2024, doi: 10.59407/jismdb.v1i2.489.
- [6] C. L. N. Manalu, M. R. F. Hasibuan, Novia Christiani Tampubolon, and P. K. D. Lubis, "Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Layanan Pada Donat Kentang Syifa Di Medan," *Futur. Acad. J. Multidiscip. Res. Sci. Adv.*, vol. 2, no. 4, pp. 724–731, 2024, doi: 10.61579/future.v2i4.247.
- [7] M. S. Mauludin, D. Ratnawati, N. Arianti, M. D. Pryastara, and V. A. Novitawati, "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Gojek," *SALIMIYA J. Stud. Ilmu Keagamaan Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 123–141, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- [8] M. I. Mashuri, R. B. Jakaria, T. Sukmono, and B. Ismaputra, "Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (Study Kasus di Cafe Wachito)," *J. Tek. Ind. J. Has. Penelit. dan Karya Ilm. dalam Bid. Tek. Ind.*, vol. 9, no. 1, p. 313, 2023, doi: 10.24014/jti.v9i1.20433.
- [9] N. G. Karomah, Susi Oktafiani, and Siti Nur Rohmah, "PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI McDonald's DI JAKARTA," *J. Ilmu Manajemen, Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 3, pp. 325–333, 2022, doi: 10.55606/jimek.v2i3.527.
- [10] K. A. Subawa and N. L. W. S. Telagawathi, "Pengaruh Harapan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Kabupaten Buleleng," *Bisma J. Manaj.*, vol. 7, no. 1, p. 106, 2021, doi: 10.23887/bjm.v7i1.29662.

# Referensi

- [11] F. Wijaya and S. Sujana, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word Of Mouth," *J. Ilm. Pariwisata Kesatuan*, vol. 1, no. 1, pp. 9–18, 2020, doi: 10.37641/jipkes.v1i1.323.
- [12] S. Ridwan, M. J. Ermansyah, and N. Apriyana, "JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi )," vol. 8, no. 2, pp. 1048–1070, 2024.
- [13] J. Nitjano, "Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada Kantin Kampus Itn 2 Malang )," vol. 3, no. 2, pp. 226–229, 2020.
- [14] M. R. Arifin and A. S. Cahyana, "The Effect Of Service Quality, Product Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction," *Procedia Eng. Life Sci.*, vol. 3, 2023, doi: 10.21070/pels.v3i0.1369.
- [15] Muhammad Nusrang, Muh. Fahmuddin, and Hardianti Hafid, "Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia," *Semin. Nas. Dies Natalis 62*, vol. 1, pp. 543–548, 2023, doi: 10.59562/semnasdies.v1i1.1088.
- [16] L. A. A. Sina, *Metodelogi Penelitian & Analisis Data Comprehensive*. Penerbit Insania Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati, 2008.
- [17] R. Sahabuddin *et al.*, "Peran Kepercayaan sebagai Variabel Intervening dalam Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi pada Perusahaan E-Commerce Shopee dengan Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM)," vol. 01, no. 04, pp. 3089–0128, 2025.
- [18] A. D. Firmansyah and A. S. Cahyana, "Tibuana Journal of applied Industrial Engineering-University of PGRI Adi Buana p- ISSN 2622-2027 e- ISSN 2622-2035 Student Satisfaction with Online-Based Libraries with Methods Structural Equation Modelling Tibuana Journal of applied Industrial Engineerin," vol. 06, no. 2, pp. 76–88, 2023.
- [19] D. Larasati, L. S. Pratignyo, and A. I. Sofiyat, "Pengaruh Fasilitas Kampus dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Metode SEM," *J. Baut dan Manufaktur*, vol. 04, no. 1, pp. 2686–5351, 2022.
- [20] M. A. Akbar, A. Iswanto, and O. Hijuzaman, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM) AMOS pada Café Djajan Coffee Purwakarta," *J. Econ.*, vol. 3, no. 9, pp. 938–949, 2024.
- [21] M. Hasan Basori, M. Noor Hidayat, and G. Artikel, "Efektivitas Sign System Dan Intensitas Informasi



# Referensi

- Petunjuk Arah Sebagai Media Komunikasi Visual Kota Lama Semarang The Effectiveness of the Sign System and the Intensity of Directional Information as Visual Communication Media in the Kota Lama Semarang,” *Sasak*, vol. 04, no. 1, pp. 13–20, 2022, [Online]. Available: <https://journal.universitاسbumigora.ac.id/index.php/sasak/workflow/index/868/5>
- [22] H. Siaputra, “Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya,” *J. Manaj. Perhotelan*, vol. 10, no. 1, pp. 13–23, 2024, doi: 10.9744/jmp.10.1.13-23.
- [23] S. T. Saputra and M. Tuti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan dan Variasi Menu Seimbang Terhadap Kepuasan Karyawan Pada Kantin Hotel XYZ di Jakarta,” *Hum. Cap. Dev.*, vol. 9, no. 3, pp. 1–11, 2022.
- [24] A. Tri Wahyudi, M. S. Oetarjo, D. Komala Sari, D. Lilik Indayani, M. Program Studi Manajemen, and F. Bisnis, “The Effect of Service Quality, Product Quality, and Brand Image on Customer Satisfaction in the PT. Babarafi Indonesia Franchise, Depo Sidoarjo Branch (Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waralaba PT,)” pp. 1–10, 2023.
- [25] M. S. Nur Aviva Ramadhany, “Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Jinawi di Menanggal Surabaya,” *TOMAN (Manajemen - Univ. Muhammadiyah Sidoarjo)*, vol. 2, no. 1, 2022.
- [26] William and P. Tiurniari, “Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mazda Di Kota Batam,” *J. EMBA*, vol. 8, no. 1, pp. 1987–1996, 2020.
- [27] A. Salsabila, H. C. Wahyuni, P. Studi, T. Industri, and U. M. Sidoarjo, “The Influence of Halal , Food Safety and Quality on Student ’ s Buying Decisions Using Structural Equation Modeling ( SEM ) Methods Pengaruh Halal , Keamanan Pangan Dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa Dengan Metode Structural Equation Modeling ( SEM ),” vol. 5, no. 2, pp. 111–121, 2021.
- [28] R. N. Amalia, R. S. Dianingati, and E. Annisaa’, “The Effect of Number of Respondents on the Validity and Reliability Test Results of the Knowledge and Self-Medication Behaviour Questionnaire,” *Generics J. Res. Pharm.*, vol. 2, no. 1, pp. 9–15, 2022.
- [29] P. S. Pamuji and A. S. Cahyana, “The Effect Of Promotion And E-Commerce Service Quality On Purchasing Decisions On The Klik Indomaret Application | Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Klik Indomaret ],” pp. 1–9.
- [30] D. O. Hapsari, “Tinjauan normatif penggunaan peralatan makan dan minum sekali pakai pada penyedia makanan dan minuman di indonesia,” vol. 4, no. 1, pp. 11–22, 2024.
- [31] A. N. Nareswari and A. Suryaningsih, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon,” 2024.
- [32] R. Sanjaya, S. A. Adzkiya, and I. Noviyanti, “Analisis swot dan strategi pengembangan di kantin universitas bangka belitung,” vol. 9, no. 204, pp. 1764–1778, 2024.

