

The Influence of Consumer Expectations and Perceptions on the Quality of University Cafeteria Services

[Pengaruh Harapan dan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Kantin Universitas]

Suryananda Pradana Putra Widodo¹⁾, Atikha Sidhi Cahyana^{*2)}

¹⁾Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: atikhasidhi@umsida.ac.id

Abstract. The decline in the number of visitors and turnover of the canteen at Campus 2, Muhammadiyah University of Sidoarjo, is the main problem behind this research. The purpose of this research is to determine the lowest indicator of each variable and analyze the influence of consumer expectations and perceptions on the quality of university canteen services. This research uses the Structural Equation Modeling (SEM) method with AMOS software, involving 90 student respondents selected through questionnaire distribution. The results of the study found that the weakest indicators in each variable are cutlery (X1.2), fast service (X2.1), and food quality (Y1.1) and the three hypotheses proposed were proven to have a significant effect, with a C.R value ≥ 1.96 and $p \leq 0.05$, the expectation variable affects the service quality variable, the perception variable affects the service quality variable, the expectation variable affects the perception variable.

Keywords - Expectations, Perceptions, Service Quality, SEM, University Canteen

Abstrak. Penurunan jumlah pengunjung dan omset kantin Kampus 2 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo menjadi permasalahan utama yang melatarbelakangi penelitian ini. Tujuan penelitian adalah mengetahui indikator terendah dari masing-masing variabel dan menganalisa pengaruh harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan kantin universitas. Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan perangkat lunak AMOS, melibatkan 90 responden mahasiswa yang dipilih melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menemukan bahwa indikator terlemah pada masing-masing variabel adalah alat makan (X1.2), pelayanan cepat (X2.1), serta kualitas makanan (Y1.1) dan ketiga hipotesis yang diajukan terbukti berpengaruh signifikan, dengan nilai C.R $\geq 1,96$ dan $p \leq 0,05$, variabel harapan berpengaruh terhadap variabel kualitas layanan, variabel persepsi berpengaruh terhadap variabel kualitas layanan, variabel harapan berpengaruh terhadap variabel persepsi.

Kata Kunci - Harapan, Persepsi, Kualitas Layanan, SEM, Kantin Universitas

I. PENDAHULUAN

Kantin merupakan area bersama yang bisa dimanfaatkan oleh pengunjung sebagai lokasi untuk menyantap makanan, baik yang dibawa dari rumah maupun yang dibeli di tempat tersebut[1]. Kantin di universitas adalah salah satu lokasi untuk mendapatkan makanan bagi semua anggota komunitas kampus selama berada di lingkungan perguruan tinggi[2]. PT Umsida Sinergi Utama (USU) adalah sebuah Perusahaan yang bergerak dalam bidang pengelolaan jasa dan bisnis untuk mengoptimalkan pemanfaatan, pengolahan, dan pengembangan berbagai aset, tanah, dan bangunan yang dimiliki oleh Umsida untuk dapat memberikan nilai tambah dan keuntungan yang tinggi. PT USU sendiri memiliki 8 unit bisnis yaitu klinik kesehatan, psikologi, psikoterapi, argribisnis, surya mart, kuliner, incare bahkan properti penyewaan gedung tersedia. Meskipun PT USU berhasil mengembangkan banyak usaha bisnis yang dijalankannya, tidak menutup kemungkinan ada saja permasalahan yang terjadi didalamnya, salah satunya yaitu mengenai kantin di kampus 2 UMSIDA.

Permasalahan yang dihadapi pada PT USU adalah tentang tingginya angka 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, dan 6 diantaranya hanya beroperasi pada jam pagi 8 sampai dengan pukul 2 siang, sedangkan untuk malam hari tersisa 1 stand saja yang masih buka. Sebenarnya, lingkungan di kampus memiliki potensi besar karena terdapat segmen pasar yang terdefinisi dengan baik. Hal ini berbanding terbalik dengan kondisi kantin di kampus 2 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. penyebab turunnya pendapatan dari penjualan yang dijelaskan secara rinci dengan angka, serta seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap penurunan pendapatan penjualan, antara lain, penurunan mutu produk, seringnya barang tidak tersedia, serta perubahan dalam preferensi konsumen[3].

Persepsi merupakan langkah yang diambil oleh seseorang untuk memilih, mengatur, dan memahami rangsangan menjadi suatu gambaran yang bermakna dan logis tentang dunia[4]. Persepsi merupakan langkah di mana kita

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

memilah, menyusun, dan menginterpretasikan informasi yang diterima untuk membentuk pemahaman tentang dunia yang memiliki makna[5]. persepsi terhadap kualitas produk dan layanan yang positif berkontribusi terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar[6]. Berdasarkan penjelasan tersebut, bisa disimpulkan bahwa seorang individu tergerak untuk melakukan pembelian karena dipengaruhi oleh cara pandangnya terhadap keadaan yang sedang dihadapinya[7].

Kualitas layanan merupakan bagian dari evaluasi kinerja perusahaan yang berupaya melakukan perbaikan kualitas secara bertahap dan berkelanjutan terhadap pelayanan yang diberikan[8]. Kualitas layanan dapat diukur dengan membandingkan pandangan konsumen tentang layanan yang sebenarnya mereka terima dengan layanan yang mereka harapkan terkait dengan karakteristik layanan dari sebuah perusahaan[9]. Harapan dipengaruhi oleh pengalaman yang didapat pelanggan. Saat membuat keputusan, pelanggan cenderung menggunakan harapan mereka sebagai ukuran atau panduan dalam memilih produk, baik itu barang maupun layanan[10]. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan akan membentuk persepsi yang baik kepada perusahaan dan efeknya pelanggan dapat membuat *word of mouth* kepada orang lain dari konsumen yang puas akan pelayanan yang diberikan[11]. Kualitas layanan kepada konsumen menjadi hal yang sangat penting, karena hal ini berkorelasi dengan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) sehingga akan meningkatkan loyalitas konsumen[12]. Agar suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan yang bergerak di industri yang sama, mutu pelayanan perlu dimulai dari kebutuhan konsumen atas mutu layanan dan berakhir dengan persepsi konsumen pada kualitas layanan yang diberikan serta kepuasan pelanggan[13].

Untuk mengetahui tentang pengaruh harapan dan persepsi konsumen pada penelitian ini digunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan AMOS. SEM merupakan metode statistik modern yang dapat membuat model hubungan antara konstruksi laten dan indeksinya, struktur yang saling berhubungan, dan kesalahan perhitungan. SEM meningkatkan studi langsung antar sejumlah variabel dependen dan variabel independen[14]. SEM merupakan suatu metode analisis statistik multivariat yang menggabungkan analisis regresi dan analisis faktor. Teknik ini bermanfaat untuk menggambarkan keterkaitan linier yang muncul secara simultan antara variabel yang dapat diamati (indikator) dan variabel yang tidak dapat diukur langsung (variabel laten)[15]. AMOS merupakan program atau *software* untuk pengorganisasian model pada model persamaan struktural SEM[16].

Dalam penelitian ini terdapat beberapa peneliti terdahulu yang digunakan sebagai pendukung, antara lain penelitian dari Sahabuddin[17] Melalui pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM). dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan maupun kepuasan pelanggan berkontribusi secara signifikan terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan pada *platform e-commerce* Shopee. Kemudian penelitian dari Arifin [14] Melakukan penelitian pada cafe Rosella Coffee 1.1. dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Dalam aspek kualitas layanan, indikator dengan *loading factor* paling rendah adalah fasilitas yang disediakan. Pada aspek kualitas produk, *loading factor* paling rendah terdapat pada kesesuaian antara pesanan. Sementara itu, dalam variabel suasana toko, indikator estetika memiliki *loading factor* terendah. Adapun penelitian dari Firmansyah [18] Melalui pendekatan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa perpustakaan digital berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan nilai CR mencapai 5,282, yang lebih tinggi daripada 1,96, serta nilai probabilitas (p) yang sebesar 0,000, yang berada di bawah 0,05. Itu bisa saja menyimpulkan bahwa perpustakaan online berpengaruh pada kepuasan pengguna. Adapun penelitian dari Larasati[19]. SEM, sebuah teknik untuk menganalisis penelitian ini menggunakan perangkat lunak lisrel. Berdasarkan temuan dari penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fasilitas di kampus berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan. Dan penelitian dari Akbar[20] Dalam Penelitian ini menggunakan metode *Strutural Equation Modeling* (SEM) Menggunakan Software AMOS (*Analysis of moment structure*). Dan didapatkan hasil variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indikator terendah dari masing-masing variabel dan menganalisa pengaruh harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan kantin universitas. Dalam penelitian ini menggunakan metode SEM dengan aplikasi AMOS. Karena metode ini memiliki kelebihan yaitu tidak memerlukan bahasa pemrograman yang rumit.

II. METODE

Penelitian ini dilakukan di kantin kampus 2 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang berlokasi di Jl. Raya Gelam No.250, Pagerwaja, Gelam, Kec. Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61271 pada bulan Maret sampai Agustus 2025

Mahasiswa sebagai konsumen kantin di kampus 2 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo merupakan responden dari penelitian ini. Pengumpulan sampel ini dengan cara membagikan kuesioner kepada mahasiswa konsumen kantin yang meliputi mahasiswa dari prodi Teknik Mesin, Teknik Elektro, Teknik Industri, Informatika, Agroteknologi, Teknologi Pangan, Teknik Sipil. Berikut merupakan rumus penentuan sampel yang digunakan :

$$\text{Sampel} = \frac{\text{Jumlah Indikator} \times 5}{\text{sampai 10}}$$

Sumber [21]

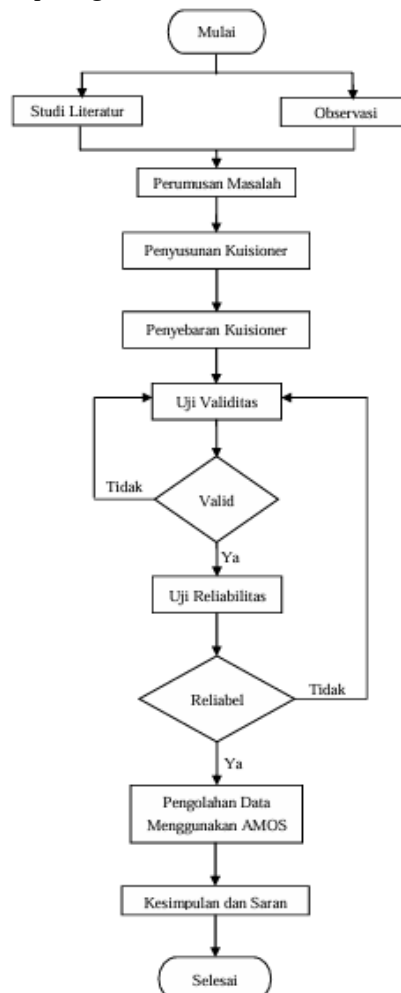
Untuk mencapai batas minimal responden maka variabel yang diteliti dikalikan dengan 9. Pada penelitian ini total jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$N = 10 \times 9 \text{ indikator}$$

$$N = 90 \text{ sampel}$$

Berdasarkan rumus diatas maka didapatkan sampel minimum yang diperoleh yaitu sebesar 90 responden.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi langsung di kantin kampus 2 universitas muhammadiyah sidoarjo, dilakukan penyusunan kuesioner, dan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui kondisi secara langsung mengenai pelayanan dan kepuasan pelanggan. Diagram alir digunakan guna mempermudah mengetahui alur penelitian. Diagram alur penelitian terlihat pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

Adapun kegiatan selama proses penelitian terdapat alur penelitian yang berbentuk *flowchart* seperti gambar 1. Langkah-langkah penelitian : (1). Studi literatur dilakukan dengan menelaah dari berbagai buku, jurnal, serta beberapa laporan yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang ingin diselesaikan. Selanjutnya observasi secara langsung ke kantin. Pengumpulan data primer berupa observasi untuk mengamati kantin serta mengidentifikasi faktor-faktor yang membuat menurunnya omset kantin. (2). Hasil dari observasi digunakan untuk bahan pertimbangan penyusunan masalah. (3). Penyusunan kuisisioner dilakukan dengan skala *linkerd* 1-5 untuk mendapatkan penilaian terhadap kepuasan konsumen. Responden dari kuisisioner ini merupakan mahasiswa FST. (4). Uji validitas dilakukan untuk menguji valid atau tidaknya data, jika data tidak valid maka akan dilakukan uji valiitas ulang dengan data yang valid. Berikut rumus uji validitas :

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

r = Koefisien antara variabel

$n\Sigma$ = Jumlah Perkalian

Σx = Jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum y$ = Jumlah dari kuadrat nilai y
 $(\sum x^2)$ = Jumlah nilai x kemudian dikuadratkan
 $(\sum y^2)$ = Jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

(5). Uji realibilitas dilakukan agar mengetahui ukuran konsisten data yang diukur. Apabila data tidak valid maka dilakukan uji validitas ulang dengan data yang valid. Berikut rumus uji reliabilitas :

$$r_i = \frac{2r}{1 + r}$$

r_i = Reliabilitas instrumen

r = indeks korelasi antara dua belahan instrumen

(6). Pengolahan data menggunakan SEM dengan AMOS. (7). Penarikan kesimpulan dan saran dilakukan setelah melakukan penyelesaian masalah dengan metode SEM dengan AMOS. Pada tahap ini berisi hasil akhir penelitian dan saran yang diharapkan sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya.

Model konseptual SEM

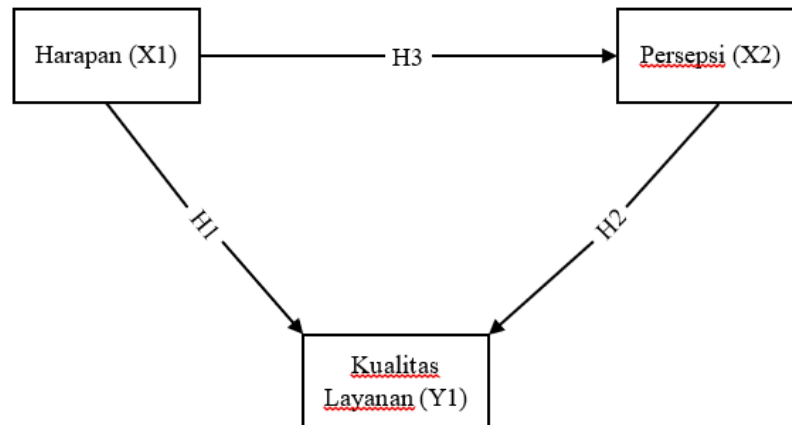
Model konseptual penelitian ini adalah model SEM dengan 3 variabel yaitu promosi, kualitas layanan, dan keputusan pembelian. Definisi tiap variabel dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Pembuatan model konseptual

Variabel	Indikator	Definisi	Sumber
Harapan (X1)	Fasilitas (X1.1)	Menggambarkan tersedianya fasilitas pendukung yang menunjang kenyamanan konsumen seperti <i>wifi</i> , tempat duduk dan meja.	[14]
	Alat makan (X1.2)	Peralatan makan yang digunakan aman dan terbuat dari bahan yang ramah lingkungan	[22]
	Kebersihan lingkungan (X1.3)	Menggambarkan kondisi kantin yang bersih.	[14]
Persepsi (X2)	Pelayanan cepat (X2.1)	Kecepatan dalam melayani konsumen	[23]
	Keandalan (X2.2)	Menu makanan yang ditawarkan tersedia sesuai dengan tabel menu.	[13]
	Kepuasan konsumen (X2.3)	Menggambarkan kepuasan konsumen terhadap kesesuaian harga dan porsi makanan/minuman yang disajikan.	[13]
Kepuasan pelanggan (Y1)	Kualitas makanan (Y1.1)	Menggambarkan kualitas sesuai dengan standard mutu makanan.	[24]
	Ketersediaan menu (Y1.2)	Menggambarkan Ketersediaan menu secara konsisten.	[25]
	Loyalitas (Y1.3)	Menggambarkan konsumen tertarik untuk membeli kembali.	[26]

Penentuan Hipotesis

Hipotesis merupakan rencana sementara untuk dievaluasi untuk memastikan apakah hasilnya konsisten dengan hipotesis. Hipotesis yang didapatkan dari model konseptual yang telah dibuat pada gambar 2.



Gambar 2. Model konseptual SEM

Pada gambar 2 menunjukkan hipotesa :

H1 : Harapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan.

H2 : Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan.

H3 : Harapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi.

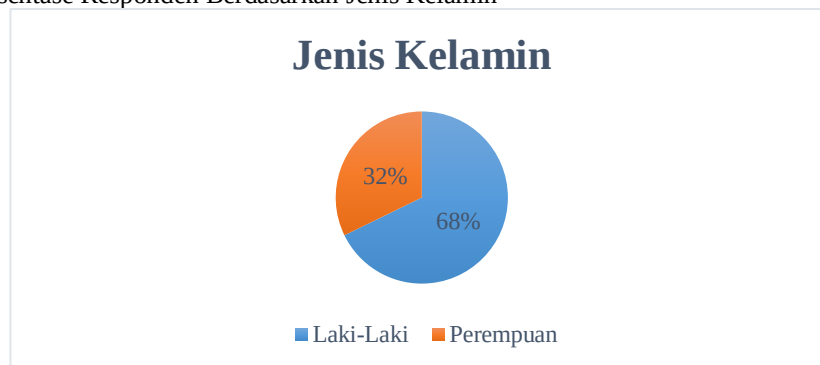
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Reliabilitas dan Validitas

Penentuan jumlah sampel telah dilakukan dengan menggunakan skala *linkerd* dalam menentukan nilai dari setiap item pertanyaan. Terdapat 5 point dalam skala *linkerd* yaitu skala 1 (sangat tidak menarik), 2 (tidak menarik), 3 (netral), 4 (menarik), dan 5 (sangat menarik). Uji reliabilitas dan validitas dilakukan terlebih dahulu sebelum masuk ke pengujian hipotesis *measurement model*. Data yang di uji pada penelitian ini yaitu data sebanyak 90 responden dengan menggunakan SPSS 19.0.

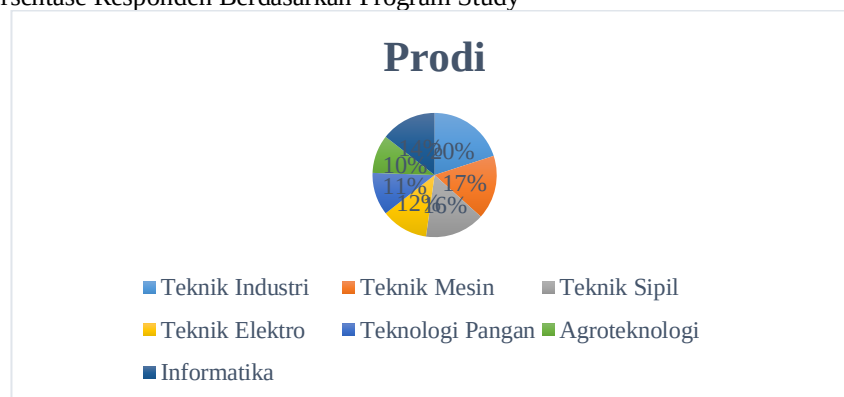
Penyebaran kuesioner untuk memperoleh data responden dilakukan secara daring melalui angket google form :

- a. Grafik Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 3. Grafik Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

- b. Grafik Persentase Responden Berdasarkan Program Study



Gambar 4. Grafik Persentase Responden Berdasarkan Program Study

Uji validitas untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat mengukur obyek yang diukur dan 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 [27]. Tabel 2,3,4, dan 5 merupakan hasil pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS 19.0.

Tabel 2. Hasil pengujian validitas data variabel harapan.

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

Berdasarkan perhitungan nilai R hitung yang ditunjukkan pada tabel 2, maka terlihat bahwa semua nilai R hitung > R tabel terlihat valid semua dan nilai terbesar terletak pada X1.3 (Kebersihan lingkungan) sebesar 0,712.

Tabel 3. Hasil pengujian validitas data variabel persepsi.

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

Berdasarkan perhitungan nilai R hitung yang ditunjukkan pada tabel 3, maka terlihat bahwa semua nilai R hitung > R tabel terlihat valid semua dan nilai terbesar terletak pada X2.2 (Keandalan) sebesar 0,807.

Tabel 4. Hasil pengujian validitas data variabel kualitas layanan

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

Berdasarkan perhitungan nilai R hitung yang ditunjukkan pada tabel 4, maka terlihat bahwa semua nilai R hitung > R tabel terlihat valid semua dan nilai terbesar terletak pada Y1.3 (Loyalitas) sebesar 0,826.

Uji reliabilitas yang paling sering dipakai adalah koefisien *Cronbach's Alpha*. Sebuah uji reliabilitas yang dianggap baik sebaiknya memiliki nilai Alpha Cronbach tidak kurang dari 0,6. Keandalan alat ukur dapat dilihat melalui nilai *Cronbach's alpha*, untuk nilai <0,5 memiliki keandalan rendah, 0,5-0,7 memiliki keandalan sedang, 0,7-0,9 keandalan tinggi, dan >0,9 memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi [28].

Tabel 5. Hasil Pengujian Reliabilitas

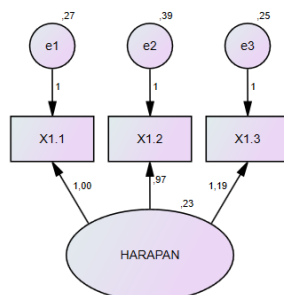
Variabel	Jumlah Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harapan	3	0,708	Reliabel
Persepsi	3	0,784	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	3	0,792	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada tabel 5, menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *cronbach alpha* lebih besar daripada 0,6. Maka data dapat digunakan dalam penelitian.

B. Pengujian Struktur Model.

Uji *structural Equation modeling* bertujuan mengetahui hubungan antara konstruk yang mempunyai hubungan sebab akibat. Dengan mengetahui uji struktural model dapat diketahui apakah model sudah fit pada setiap variabel eksogen dan endogen, dengan jumlah minimal lima kriteria dengan hasil fit. Jika ada yang tidak fit maka akan dimodifikasi sampai model menjadi fit [29].

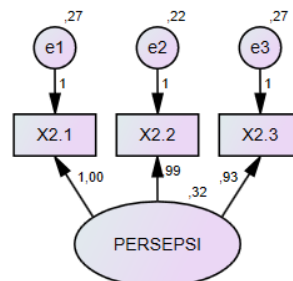
a. Uji Kesesuaian Variabel Harapan



Gambar 5. Uji Kesesuaian Variabel Harapan

Pada uji kesesuaian variabel harapan diketahui hasil dari *chi-square* yaitu 0,000. Hasil dari *probability* yaitu sebesar 0,000. Indeks dari CMIN/DF yaitu 16,710. Indeks dari RMSEA yaitu 0,420. Indeks dari GFI yaitu 0,711. Indeks dari AGFI yaitu 0,423. Indeks dari TLI yaitu 0,000. Indeks dari CFI yaitu 0,000. Indeks dari PNFI yaitu 0,000. Indeks dari PGFI yaitu 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.

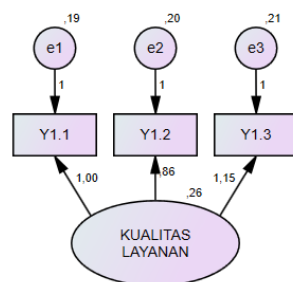
b. Uji Kesesuaian Variabel Persepsi



Gambar 6. Uji Kesesuaian Variabel Persepsi

Pada uji kesesuaian variabel persepsi diketahui hasil dari *chi-square* yaitu 0,000. Hasil dari *probability* yaitu sebesar 0,000. Indeks dari CMIN/DF yaitu 25,304. Indeks dari RMSEA yaitu 0,523. Indeks dari GFI yaitu 0,624. Indeks dari AGFI yaitu 0,248. Indeks dari TLI yaitu 0,000. Indeks dari CFI yaitu 0,000. Indeks dari PNFI yaitu 0,000. Indeks dari PGFI yaitu 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.

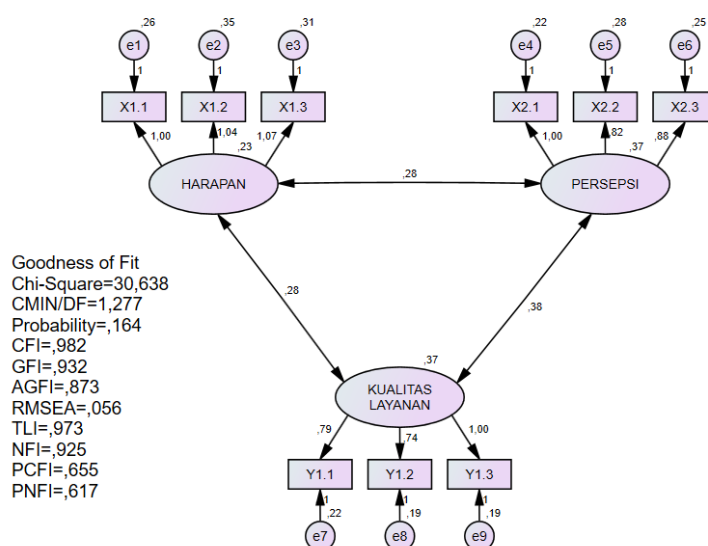
c. Uji Kesesuaian Variabel Kualitas Layanan



Gambar 7. Uji Kesesuaian Variabel Kualitas Layanan.

Pada uji kesesuaian variabel kualitas layanan diketahui hasil dari *chi-square* yaitu 0,000. Hasil dari *probability* yaitu sebesar 0,000. Indeks dari CMIN/DF yaitu 26,929. Indeks dari RMSEA yaitu 0,540. Indeks dari GFI yaitu 0,612. Indeks dari AGFI yaitu 0,224. Indeks dari TLI yaitu 0,000. Indeks dari CFI yaitu 0,000. Indeks dari PNFI yaitu 0,000. Indeks dari PGFI yaitu 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.

Selanjutnya adalah uji model struktural yang dilakukan untuk mengestimasi hubungan variabel eksogen dan endogen dengan banyak indikator secara simultan.



Gambar 8. Uji Model Struktural

Berdasarkan uji model struktural pada gambar 5, didapatkan hasil *goodness of fit*, diketahui kriteria dari pengujian. Indeks dari *Chi-Square* menunjukkan hasil 30,638. Indeks dari *probability* yaitu sebesar 0,164, yang dinyatakan *good fit* karena ≥ 0.01 . Indeks dari *CMIN/DF* yaitu 1,227, yang dinyatakan *good fit* karena ≤ 2.00 . Indeks dari *RMSEA* yaitu 0,056, yang dinyatakan *good fit* karena ≤ 0.08 . Indeks dari *GFI* yaitu 0,932, yang dinyatakan *good fit* karena ≥ 0.09 . Indeks dari *AGFI* yaitu 0,873, dinyatakan *marginal fit* karena tidak ≥ 0.90 . Indeks dari *TLI* yaitu 0,973, yang dinyatakan *good fit* karena ≥ 0.95 . Indeks dari *CFI* yaitu 0,982, yang dinyatakan *good fit* karena ≥ 0.95 . Indeks dari *PNFI* yaitu 0,617, yang dinyatakan *good fit* karena ≥ 0.60 . Indeks dari *PGFI* yaitu 0,497, yang dinyatakan *marginal fit* karena tidak ≥ 0.60 .

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model SEM yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat kesesuaian yang baik (*good fit*) dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis. Dan pada pengujian struktural tersebut juga memberikan nilai *loading factor* pada tabel 6.

Tabel 6. *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

Pada setiap variabel penelitian memiliki beberapa indikator. 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. Hal ini sejalan dengan temuan Diah Oktavia Hapsari [30] yang menyarankan agar pelaku usaha makanan mempertimbangkan penggunaan peralatan makan yang dapat digunakan kembali. 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. Seperti yang disimpulkan oleh Anindya [31] bahwa kecepatan pelayanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali lagi. *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. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riki Sanjaya [32] yang mengemukakan bahwa Meningkatkan kualitas makanan dan minuman dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

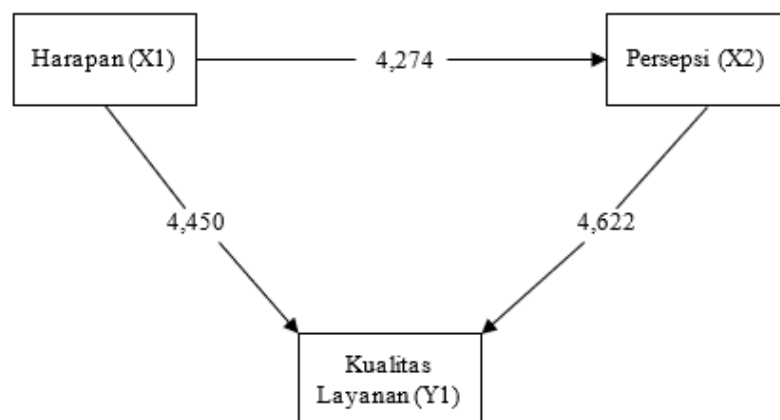
C. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang telah disusun secara teori sesuai dengan hasil yang diperoleh dari program aplikasi AMOS. 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[28]. Tabel 8 merupakan hasil pengujian hipotesis.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

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

Maka model konseptual akhir terlihat pada gambar 9.



Gambar 9. Model Konseptual Akhir

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang sudah dilakukan, pada gambar 9 menunjukkan hipotesis dalam penelitian ini adalah. 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.

IV. 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan PT USU yang telah memberikan izin dan mendukung dalam penelitian ini.

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. Pakkanna, "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.
- [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/seminasdays.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

- 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.universitasbumigora.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. Adzkia, and I. Noviyanti, “Analisis swot dan strategi pengembangan di kantin universitas bangka belitung,” vol. 9, no. 204, pp. 1764–1778, 2024.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.