

PENGARUH PELAYANAN KARYAWAN, KOMUNIKASI AKTIF, INTERAKSI TERHADAP KENYAMANAN CUSTOMER FOODCOURT BATAM CENTER KOTA BATAM

Santi Dwi Magdalena¹, Nasruji²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Kota Batam, Kepulauan Riau Email. Sanmat3103@gmail.com

²Dosen Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Kota Batam, Kepulauan Riau
Email. nasrujisaifulhaq@yahoo.co.id

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine employee service, active communication, interaction with the convenience of customers in the Batam Foodcourt Center Batam city. This study took a sample of 100 respondents. Primary data sources with data collection methods using a questionnaire form where the data is made from the where the data is made from the basic indicators of each variabel. The results of data analysis indicate the influence of service affects customer comfort. Based on the t test, the value of the effect of service $t_{count} = (1,702) < t_{table} (1,984)$ then there is no influence between service on comfort. from the value of communication to comfort there is influence $t_{count} = (2,826) > t_{table} (1,984)$. There is no effect between interaction and convenience $t_{count} (0,898) < t_{table} (1,984)$. The influence of service, active communication, interaction has an influence on the comfort of the F table, namely $11,053 > 2,70$ with a signification level of $0,001 < 0,05$.

Keywords : *the influence of service, active communication, interaction with customers*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan karyawan, komunikasi aktif, interaksi terhadap kenyamanan customer foodcourt Batam Center kota Batam. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Sumber data adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan form kuesioner dimana data tersebut dibuat dari dasar indicator dari masing-masing variabel dengan tujuan untuk mengetahui pendapat responden terhadap masing- masing variabel. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan berpengaruh terhadap kenyamanan customer. Berdasarkan uji t diperoleh nilai dari pengaruh pelayanan $t_{hitung} = (1,702) < t_{tabel} (1,984)$ maka tidak terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap kenyamanan. Dari nilai komunikasi terhadap kenyamanan terdapat pengaruh $t_{hitung} (2,826) > t_{tabel} (1,984)$. Tidak terdapat pengaruh antara interaksi dan kenyamanan $t_{hitung} (0,898) < t_{tabel} (1,984)$. Pengaruh pelayanan, komunikasi aktif, interaksi memiliki pengaruh terhadap kenyamanan F table yaitu $11,053 > 2,70$ dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci : pengaruh pelayanan, komunikasi aktif, interaksi terhadap kenyamanan customer

PENDAHULUAN

Dalam era zaman modern ini persaingan dalam bisnis untuk memajukan perekonomian suatu Negara itu sangatlah besar. Perusahaan sangat membutuhkan strategi untuk menghadapi persaingan dalam banyaknya tantangan untuk mencapai kesuksesan perusahaan. Cara mengantisipasi, dalam pelayanan diperusahaan itu sangat diperlukan terlebih dahulu. Perusahaan diharuskan memberikan pelayanan dengan baik. Pada dasarnya dalam pelayanan ini seharusnya sebagai karyawan bisa melayani customer dengan baik. Agar customer bisa puas atas pelayanan yang berikan.

Seperti yang kita ketahui, permasalahannya itu adalah tidak nyamannya customer dalam pelayanan. Oleh karena itu pelayan harus lebih memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap customer yang mengunjungi foodcourt tersebut agar customer bisa merasakan kenyamanan dalam mengunjungi foodcourt.

Menurut Moenir (2005:32) menjelaskan bahwa pelayanan ialah sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Oleh Karena itu dalam melakukan pelayanan harus berorientasi pada customer.

Pelayanan dan komunikasi sangat berguna karena memberikan kesan positif kepada customer untuk berkunjung kefoodcourt. Komunikasi atau pelayanan yang baik sangat berguna untuk jangka panjang karena dapat memahami apa yang diinginkan oleh para customer.

Artinya disini ialah sebagai pelayan harus berusaha membuat customer atau pengunjung puas dan nyaman dengan pelayanan yang berikan sehingga pengunjung pun senang untuk berkunjung kefoodcourt, dikarenakan mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun komunikasi yang baik juga harus dijaga dengan baik agar dari komunikasi yang diberikan, mereka juga merasa nyaman dengan ucapan yang kita ucapkan kepada pengunjung tersebut. Karena ucapan yang baik akan membuat orang lain merasa nyaman.

Definisi variabel

Pelayanan Menurut Moenir (2005: 32) menjelaskan bahwa pelayanan ialah sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung

Komunikasi

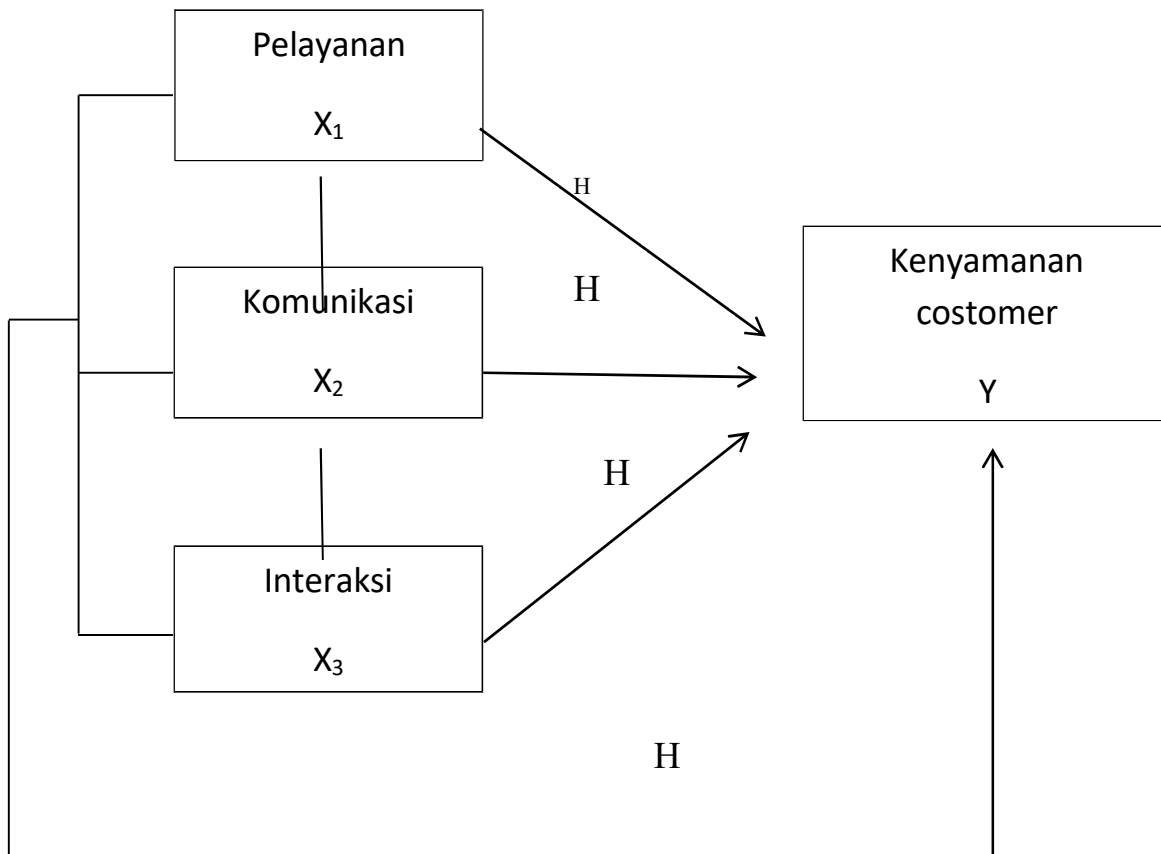
Menurut Alo liliweri (2002: 7) mendefinisikan komunikasi adalah proses ritual yang mengemukakan informasi melalui dua model, yaitu model transmisi yang berarti pertukaran keyakinan atau informasi, dan komunikasi sebagai pola dasar dalam menarik orang lain untuk bergabung dalam kelompok. Interaksi-interaksi adalah rangkaian tindakan social yang dinamis . contoh interaksi adalah berbicara atau saling tukar symbol. contoh lain dari interaksi adalah menyapa tetangga saat tidak sengaja bertemu di jalan, bertanya kepada orang yang ditemui tentang arah suatu tempat, kakak bermain dengan adiknya. Menurut Gillin interaksi merupakan hubungan-hubungan social yang dinamis yang menyangkut hubungan orang-perorangan, antara kelompok-kelompok, maupun orang perorangan dengan kelompok manusia (dalam Soekanto, 2006: 41).

Kenyamanan

Kenyamanan merupakan suatu keadaan seseorang merasa sejahtera atau nyaman baik secara mental, fisik maupun social, sehingga akan terjadi interaksi dua arah antara

konsumen dan produsen. Teori ini akan diperkuat oleh Keliat Indarwati (2015; 23).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

1. H_1 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan (X_1) dengan kenyamanan customer (Y)
2. H_2 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi (X_2) dengan kenyamanan customer (Y)
3. H_3 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara interaksi (X_3) dengan kenyamanan customer (Y)
4. H_4 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan(X_1),komunikasi(X_2), interaksi(X_3), secara bersamaan dengan kenyamanan customer (Y)

METODE PENELITIAN

Sampel bagian dari populasi yang akan diteliti. Namun polulasi sangat besar jumlahnya dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada polulasi karna keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam

penelitian ini menggunakan teknik sampling yang non probability sampling dimana anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel (Noor(2011:151) penentuan jumlah sampel respondendidasarkan pernyataan (Sugiono (2015:55, yang menyatakan ukuran sampel yang baik ditentukan dengan cara jumlah pernyataan dalam koesioner dikali lima(5) sampai sepuluh (10). Maka penentuan jumlah sampel dalam peenelitian ini, perhitungannya adalah $20 \text{ pertanyaan} \times 5 = 100$, penelitian membulatkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 100 sampel dengan menggunakn teknik purposivey sampling. Sugiono(2018:85),mengatakan purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya akn lebih akurat dan irepresentif. Adapun kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu: telah melakukan penelitian pada foodcourd pasir putih batam center.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik seperti jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Item Pelayanan Karyawan

Item pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,819	0,1946	Valid
X1.2	0,852	0,1946	
X1.3	0,844	0,1946	
X1.4	0,829	0,1946	
X1.5	0,842	0,1946	

Sumber : Data Primer, SPSS, pada tahun 2022

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Item Komunikasi

Item komunikasi	Nilai Korelasi	Nilai R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,679	0,1946	Valid
X2.2	0,671	0,1946	
X2.3	0,680	0,1946	
X2.4	0,609	0,1946	
X2.5	0,664	0,1946	

Sumber : Data Primer, SPSS, pada tahun 2022

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Item Interaksi

Item Interaksi	Nilai Korelasi	Nilai R_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,669	0,1946	Valid
X3.2	0,758	0,1946	
X3.3	0,811	0,1946	
X3.4	0,743	0,1946	
X3.5	0,696	0,1946	

Sumber : Data Primer, SPSS, pada tahun 2022

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Item Kenyamanan

Item Kenyamanan	Nilai Korelasi	Nilai R_{tabel}	Keterangan
Y1	0,658	0,1946	Valid
Y2	0,659	0,1946	
Y3	0,697	0,1946	
Y4	0,716	0,1946	
Y5	0,719	0,1946	

Sumber : Data Primer, SPSS, pada tahun 2022

Dilihat dari table 4.11 diperoleh nilai Y1 sebesar 0,658, Y2 sebesar 0,659, Y3 sebesar 0,697, Y4 sebesar 0,716, Y5 sebesar 0,719. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam variable kenyamanan sudah valid karena nilai korelasi lebih besar dari nilai R_{tabel} .

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R_{tabel}	keterangan
Pelayanan	0,893	0,1946	Reliabel
Komunikasi	0,677	0,1946	
Interaksi	0,785	0,1946	
kenyamanan	0,722	0,1946	

Sumber : Data Primer, SPSS, pada tahun 2022

Berdasarkan table diatas diketahui nilai cronbach's alpha untuk variable pelayanan adalah sebesar 0,893, komunikasi sebesar 0,677, interaksi sebesar 0,785, kenyamanan sebesar 0,722. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai cronbach's alpha dari masing-masing variabel menunjukan hasil yang lebih besar dari nilai r_{table} . hal ini menunjukan bahwa masing-masing adalah reliable, yang artinya data konsisten dan dapat dipercaya.

Tabel 6. Uji Multikolineritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pelayanan	0,695	1,438	Tidak terjadi multikolineritas
Komunikasi	0,596	1,677	
Interaksi	0,651	1,537	

Sumber : Data Prima, SPSS, pada tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui bahwa nilai VIF variabel bebas tersebut memiliki nilai 10 atau nilaia tolerancinya diatas 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan tidak terdapat multikolineritas antara variabel dalam model regresi.

Tabel 7. Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized coefficients		Unstandardized coefficients	Sig
	B	Std.error		
1 (constant)	9,323	2,058		
Pelayanan	0,143	0,084	0,180	0,180
Komunikasi	0,336	0,119	0,322	0,322
Interaksi	0,083	0,092	0,098	0,098

Sumber : Data Primer, SPSS,pada tahun 2022

Persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai Y akan berubah dengan sendirinya sebesar nilai konstanta yaitu 9,323.
2. Apa bila variabel lain bernilai konstan aka nilai Y akan berubah sebesar 0,143 dari satu satuan X1.
3. Apa bila variabel lain bernilai konstan maka nilai Y akan berubah sebesar 0,336 dari satu satuan X2.
4. Apabila cariabel lain bernilai konstan maka nilai Y akan berubah sebesar 0,083 dari satu satuan X3,

Tabel 7 Uji T

Variabel	t	Sig	keterangan
Pelayanan	1,702	0,180	Tidak berpengaruh
Komunikasi	2,826	0,322	Berpengaruh
interaksi	0,898	0,098	Tidak berpengaruh

Sumber : Data Primer, SPSS, pada tahun 2022 Berdasarkan tabel 4.15 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel pengaruh pelayanan $t_{hitung} = (1,702) < t_{tabel} (1,984)$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara pengaruh pelayanan terhadap kenyamanan customer.
2. Variabel komunikasi $t_{hitung} (2,826) > t_{tabel} (1,984)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara komunikasi terhadap kenyamanan customer
3. Variabel interaksi $t_{hitung} (0,898) < t_{tabel} (1,984)$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara interaksi terhadap kenyamanan customer

Tabel 8. Uji F

Variable	F	Sig	keterangan
Pelayanan	11,053	0,000	Berpengaruh secara simultan
Komunikasi			

interaksi			
-----------	--	--	--

Sumber : Data Prima,SPSS, pada tahun 2022

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa $F_{hitung} = 11,053 > F_{table} = 2,70$, dan jika dilihat berdasarkan nilai signifikan bahwa nilai $sig < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh pelayanan(X1), komunikasi aktif (X2), dan Interaksi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan customer (Y). nilai $F_{table} = 2,70 (n-k-1)$. $100-3-1 = 96$ dapat dilihat pada lembar lampiran.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Srd.Error of the Estimate
1	,507 ^a	,257	,233	2,416

Sumber: Data Prima,SPSS,pada tahun 2022

Koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengukur sejauh mana kemampuan tersebut model yang menjelaskan perubahan variabel dependen. Antara nol dan satu Berdasarkan nilai outlet diatas dapat disimpilkan bahwa nilai R Square ($R^2 = 0,507$), nilai R square beasal dari pengkuatratan nilai kuefisien atau R, yaitu $0,507 \times 0,507 = 0,257$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh pelayanan(X1),komunikasi(X2), interaksi (X3) secara simulyan berpengaruh terhadap variabel kenyamanan customer (Y) sebesar 25,7% sedangkan sisanya 74,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

Berdasarkan nilai outlet diatas dapat disimpilkan bahwa nilai R Square ($R^2 = 0,507$), nilai R square beasal dari pengkuatratan nilai kuefisien atau R, yaitu $0,507 \times 0,507 = 0,257$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh pelayanan(X1),komunikasi(X2), interaksi (X3) secara simulyan berpengaruh terhadap variabel kenyamanan customer (Y) sebesar 25,7% sedangkan sisanya 74,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

Pembahasan

1. Berdasarkan uji t diperoleh nilai dari pengaruh pelayanan $t_{hitung} = (1,702) < t_{tabel} (1,984)$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara pengaruh pelayanan terhadap kenyamanan customer. berdasarkan nilai signifikan bahwa nilai $sig < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh pelayanan, hal ini artinya bahwa H_1 ditolak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdul Basith,Srikandi Kumatji dan Kadarisma Hidayat (2014) menyatakan bahwa pengaruh pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan customer atau hipotesis ditolak.
2. Berdasarkan uji t diperoleh nilai dari komunikasi $t_{hitung} (2,826) > t_{tabel} (1,984)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara komunikasi terhadap kenyamanan customer. . berdasarkan nilai signifikan bahwa nilai $sig < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi, hal ini artinya bahwa H_2 diterima. Hal ini sejalan dengan dengan hasil penelitian oleh Dadi Akhmat Perdana(2022) menyatakan bahwa komunikasi berpengaruh

signifikan terhadap kenyamanan customer atau hipotesis diterima.

3. Berdasarkan uji diperoleh nilai dari interaksi $t_{hitung} (0,898) < t_{tabel} (1,984)$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara interaksi terhadap kenyamanan customer. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel interaksi bahwa H_3 ditolak. Hal ini sejalan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Apriliani, Ni Putu Nita Anggraini dan pande Ketut Ribek (2020) menyarakan bahwa interaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kenyamanan customer atau hipotesis ditolak
4. Secara simultan variabel pengaruh pelayanan, komunikasi aktif, interaksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kenyamanan customer. Hal ini dibuktikan dengan nilai F table yaitu $11,053 > 2,70$ dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$.
- 5.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara pengaru pelayanan terhadap kenyamanan customer.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel komunikasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan customer.
3. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara interaksi terhadap kenyamanan customer.
4. Sedangkan secara simultan berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh hasil nilai koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh pelayanan (X1), komunikasi aktif(X2), interaksi (X3) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel kenyamanan customer(Y).

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang tyelah dilakukan, penulis mempunyai saran kepada manajemen Foodcourt Pasar Pasir Putih yang terletak di Batam Center Kota Batam.

1. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pengaruh pelayanan tidak berpengaruh terhadap kenyamanan customer, walaupun demikian Foodcourt Pasir Putih Batam Center lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan agar pe;anggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan .
2. Foodcourt Pasar Pasir Putih Batam Center harus lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanan, kesopanan, sikap, cara berinteraksi terhadap pengunjung agar pengunjung merasa nyaman untuk berkunjung kefoodcourt .
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk penulis menambah pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi dalam mempelajari ilmu pemasaran serta menambah wawasan terbaru mengenai pengaruh pelayanan, komunikasi aktif, interaksi terhadap kenyamanan customer/pelanggan.

4. Untuk Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo Batam dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi atau kajian bagi peneliti berikutnya dan bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Daftar Pustaka

- Moenir. 2005. *pelayanan* . Cetakan ke empat. Penerbit Alpa Beta. Bandung
- Alo liliweri. 2002. *Mendefinisikan komunikasi* .CV. Rajawali. Jakarta Soekarno. 2006. *Interaksi* . Terjemahan Ancellawati, Buku 2, Prentice Hall. Simon dan Schuster (Asia). Pte. Ltd. Penerbit ANDY. Yogyakarta Keliat
- indarwati . 2015 .*Kenyamanan* . Buku 2. Salemba Empat. Jakarta
- Noor. 2011. *Sampel*. Alumni : Bandung Mowen John C, and Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima, Penerbit Erlangga. Jakarta Sugiono. 2015. : *Sampel*. PT. Raja Grafindo Persada. *Jakarta*
- Sugiono. 2019. *Teknik pengumpulan data*. skripsi UIN Susqa Riau Pekanbaru. Tidak dipublikasikan