

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
“WARUNG LEGENDARIS TAHU CAMPUR LAMONGAN CAK DAVID”
DI KOTA JEMBER**

VANDA APRILLICIA ANETA PUTRI*¹

JHONI SUSANTO²

PUDHAK PRASETIYORINI³

^{1,2,3}Universitas PGRI Argopuro Jember

*¹Email: vandaprillicia32@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David di Kota Jember. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya memahami persepsi konsumen terhadap pelayanan di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Penelitian menggunakan pendekatan campuran (*Mix Method*), dengan data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 78 responden, dan data kualitatif melalui wawancara mendalam serta observasi. Penilaian kepuasan konsumen mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi pelayanan memperoleh indeks di atas 86%, dengan indeks kepuasan keseluruhan sebesar 86,75%, yang tergolong dalam kategori sangat puas. Temuan ini menunjukkan bahwa warung mampu mempertahankan kualitas pelayanan yang konsisten dan memuaskan bagi konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pelayanan yang baik dan konsisten berkontribusi besar terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen dalam usaha kuliner tradisional.

.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Warung Makan, Kuliner Tradisional, Jember

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis. Kesibukan dalam pekerjaan dan minimnya waktu untuk memasak mendorong masyarakat lebih sering mengonsumsi makanan di luar rumah (Abdillah, 2024; Salsabila Nasution et al., 2023). Hal ini berdampak pada semakin banyaknya usaha kuliner yang bersaing ketat dalam memperebutkan konsumen (Gusniar et al., 2023; Sumiyati & Rohman, 2022; Zainuddin & Saputra, n.d.). Untuk tetap eksis di tengah persaingan yang kompetitif, pelaku usaha perlu mempertahankan kualitas layanan guna menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen (Hatta, n.d.; Sudarsono, 2020).

Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David di Jember telah berdiri sejak tahun 1990 dan dikenal luas oleh masyarakat, namun belum banyak diteliti secara akademik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas

pelayanan di warung tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Mix Method*, yakni menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif. Penilaian dilakukan berdasarkan lima dimensi kualitas menurut model SERVQUAL dan didukung dengan wawancara mendalam kepada konsumen, karyawan, dan pemilik warung.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menganalisis kepuasan konsumen terhadap rumah makan, seperti Warung Bakso Solo (Jane Manasye Mantiri et al., 2021), Warung Geprek Jombang (Wicaksono et al., 2023), dan Rumah Makan Wong Solo (T. Andi Roza & Syarifah Mauli Masyithah, 2023). Pendekatan yang digunakan bervariasi, mulai dari kuantitatif hingga metode *fuzzy logic* dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) (Dicky Eko Wicaksono & Yusli Yenni, 2020; Lidiawati et al., n.d.). Namun, sebagian besar belum menyentuh aspek warung legendaris yang memiliki nilai historis dan keterikatan emosional konsumen

yang kuat (Agung et al., n.d.; Jane Manasye Mantiri et al., 2021). Selain itu, pendekatan kuantitatif masih dominan dan belum mengintegrasikan perspektif karyawan atau pemilik usaha yang padahal berperan penting dalam menciptakan kepuasan layanan (Ramli et al., 2024; Waruwu, 2024).

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada objek yang unik

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi terhadap kinerja layanan berdasarkan harapan awal (A. K. Agung et al., 2023; Agung et al., n.d.; Latif et al., n.d.). Ketika layanan memenuhi atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, yang dapat mendorong pembelian ulang dan promosi dari mulut ke mulut (Agus Triyono et al., 2024; Luh Nurkariani et al., n.d.; Nugraheni & Wiwoho, 2021). Kepuasan ini bersifat subyektif dan sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap interaksi layanan yang diterimanya.

(warung legendaris), partisipasi multi-perspektif (konsumen dan penyedia layanan), serta metode integratif yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian sebelumnya (Candra Susanto et al., n.d.; Rahayu et al., n.d.). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola usaha kuliner dalam meningkatkan pelayanan berdasarkan pengalaman nyata di lapangan.

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur berdasarkan lima dimensi SERVQUAL: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) (Andika et al., 2023; Zeithaml & Berry, n.d.). Pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan citra usaha (Cahya Utami & Ismiyah, 2022; Tuasikal et al., 2023).

2.3 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan literatur dan penelitian terdahulu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David di Jember.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Mix Method*, yaitu kombinasi antara metode kuantitatif dan kualitatif, untuk memperoleh pemahaman yang holistik mengenai tingkat kepuasan konsumen. Penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deksriptif untuk mengukur lima dimensi pelayanan, sementara pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pengalaman konsumen secara mendalam. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada konsumen, serta observasi langsung di lokasi.

2.4 Fokus Studi Kualitatif (Pendekatan Pendukung)

Sebagai pelengkap dari pendekatan kuantitatif, penelitian ini juga menyertakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam persepsi dan pengalaman para pelaku langsung, yakni konsumen, karyawan, dan pemilik warung.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David yang pernah berkunjung dan menikmati pelayanan.

Populasi kuantitatif mencakup konsumen yang minimal pernah berkunjung dua kali dalam tiga bulan terakhir dan berusia ≥ 15 tahun.

Populasi kualitatif meliputi konsumen dengan pengalaman unik serta melibatkan karyawan dan pemilik warung sebagai informan.

Pengambilan sampel kualitatif dilakukan menggunakan teknik *Random Sampling*, dan jumlah

sampel ditentukan dengan rumus Slovin. Sementara untuk data kualitatif, digunakan teknik *Purposive Sampling* agar informan yang dipilih benar-benar relevan dengan tujuan penelitian.

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David yang terletak di Jl. Hos Cokroaminoto No. 05, Kota Jember. Lokasi ini dipilih karena memiliki nilai historis dan konsistensi pelayanan selama lebih dari 35 tahun.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert (1-5), sedangkan data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Kuesioner disebarkan selama tujuh hari kepada konsumen yang memenuhi kriteria.

3.5 Etika Penelitian

Penelitian ini telah memperoleh persetujuan dari komite etik dan seluruh subjek penelitian diberikan informasi mengenai tujuan serta manfaat penelitian sebelum partisipasi. Partisipasi dilakukan

secara sukarela dan data yang dikumpulkan dijamin kerahasiannya.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data kuantitatif menggunakan analisis deskriptif dengan menghitung indeks kepuasan konsumen berdasarkan nilai rata-rata tiap dimensi pelayanan. Skor diberikan berdasarkan skala Likert dan diklasifikasikan ke dalam lima kategori kepuasan (Sangat Tidak Puas hingga Sangat Puas).

Perhitungan skor untuk setiap pernyataan dilakukan dengan cara mengalikan jumlah skor pada setiap kategori dengan jumlah responden yang memilih kategori tersebut (*Jumlah Skor Tiap Kriteria × Jumlah Responden*).

$$\text{Jadi: } S5 = 5 \times 78 = 390$$

$$S4 = 4 \times 78 = 312$$

$$S3 = 3 \times 78 = 234$$

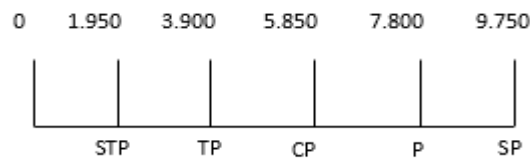
$$S2 = 2 \times 78 = 156$$

$$S1 = 1 \times 78 = 78$$

Jumlah skor ideal untuk setiap pernyataan skor tertinggi = 390, jumlah skor terendah = 78. Dengan interpretasi nilai seperti pada gambar 1.

Data kualitatif dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan fokus pada pola, tema, dan

narasi yang muncul dari wawancara dan observasi.



Gambar 1. Skala nilai berdasarkan data

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Kuantitatif

4.1.1 Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 78 responden yang dikumpulkan dalam tujuh hari. Karakteristik responden mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan. Pada tabel 1, sebagian besar responden berusia 26-35 tahun (33,2%), usia yang dinilai memiliki daya beli stabil dan minat tinggi terhadap kuliner autentik. Pada tabel 2 berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki

(56,4%) yang cenderung lebih sering makan di luar rumah. Pada tabel 3 berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh karyawan swasta (53,8%), kelompok yang cenderung memilih makanan praktis dan mengenyangkan setelah aktivitas. Pada tabel 4, frekuensi kunjungan menunjukkan bahwa 44,9% responden telah datang lebih dari lima kali, menandakan loyalitas tinggi terhadap warung, dipengaruhi oleh kualitas rasa dan pelayanan yang konsisten.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
----	--------------	----------------	----------------

1	15 – 25	19	24,5
2	26 – 35	26	33,2
3	36 – 45	16	20,7
4	46 – 55	9	11,6
5	56 – 60	8	10,2
Total		78	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	44	56,4
2	Perempuan	34	43,6
Total		78	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Dagang	8	10,3
2	Guru	3	3,8
3	Ibu Rumah	9	11,5
4	Tangga	8	10,3
5	Mahasiswa/i	3	3,8
6	PNS	5	6,4
7	Pelajar	42	53,8
	Karyawan Swasta		
Total		78	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

Tabel 4. Frekuensi Kunjungan Konsumen

No	Kunjungan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	2 – 3 kali	19	24,4
2	4 – 5 kali	24	30,8
3	>5 kali	35	44,9
Total		78	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

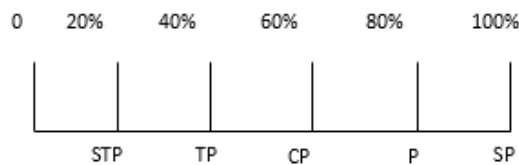
4.1.2 Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan aspek penting yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang. Indeks kepuasan diperoleh

melalui evaluasi konsumen terhadap pelayanan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif, dengan membandingkan ekspektasi dan kenyataan pelayanan yang diterima.

$$IKK = \frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data}}{\text{Jumlah Skor Ideal (tertinggi)}} \times 100\%$$

Dengan indeks tingkat kepuasan konsumen seperti pada gambar 2.



Gambar 2. Skala Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen

Keterangan kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

Angka 0% - 20% = Sangat Tidak Puas

Angka 21% - 40% = Tidak Puas

Angka 41% - 60% = Cukup Puas

Angka 61% - 80% = Puas

Angka 81% - 100% = Sangat Puas

Penilaian tingkat kepuasan konsumen dikelompokkan ke dalam

4.1.3 Kehandalan

Kehandalan adalah kemampuan suatu bisnis atau

lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Puas (STP), Tidak Puas (TP), Cukup Puas (CP), Puas (P), Sangat Puas (SP). Pada Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David, aspek kepuasan yang diukur meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik sebagai indikator utama dalam menilai kualitas layanan produk.

penyedia layanan untuk memberikan layanan yang konsisten, akurat, dan dapat diandalkan sesuai dengan yang

dijanjiikan. Pada tabel 5 dijelaskan sebaran kepuasan konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David terhadap variabel kehandalan. Rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan di Warung Tahu Campur

Lamongan Cak David mencapai 86,50%, yang masuk dalam kategori sangat puas. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan.

Tabel 5. Sebaran Kepuasan Konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David Terhadap Variabel Kehandalan.

No	Variabel	Skor					Jumlah	Skala Persentase (0%)	Kriteria
		1 (STP)	2 (TP)	3 (CP)	4 (P)	5 (SP)			
1	Pesanan makanan dan minuman disajikan dengan tepat sesuai permintaan	0	0	5	32	41	348	89,23	Sangat Puas
2	Pelayanan yang diberikan selalu konsisten di setiap kunjungan	0	1	10	37	30	330	84,61	Sangat Puas
3	Warung selalu buka sesuai jadwal operasional yang telah ditentukan	0	4	10	34	30	324	83,07	Sangat Puas
4	Makanan dan minuman yang disajikan diolah dengan baik dan sesuai standar	0	0	0	45	33	345	88,46	Sangat Puas
5	Keakuratan dalam menghitung harga pesanan	0	0	3	44	31	340	87,17	Sangat Puas
Jumlah Rata-Rata							1.687,00 337,4	432,54 86,50	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

4.1.4 Daya Tanggap

Daya tanggap adalah kesigapan atau kemampuan suatu bisnis dalam merespon kebutuhan, keluhan, atau permintaan konsumen dengan cepat dan tepat. Pada tabel 6 dijelaskan sebaran kepuasan konsumen Tahu Campur Lamongan

Cak David terhadap variabel daya tanggap. Rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan Warung Tahu Campur Lamongan Cak David mencapai 86,51%, yang masuk dalam kategori sangat puas. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan.

Tabel 6. Sebaran Kepuasan Konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David Terhadap Variabel Daya Tanggap.

No	Variabel	Skor					Jumlah	Skala Persentase (0%)	Kriteria
		1 (STP)	2 (TP)	3 (CP)	4 (P)	5 (SP)			
1	Karyawan sigap dalam melayani pesanan saya	0	0	2	41	35	345	88,46	Sangat Puas
2	Keluhan saya ditangani dengan cepat dan ramah	0	0	2	44	32	342	87,69	Sangat Puas
3	Karyawan mampu memberikan informasi dengan cepat dan jelas	0	0	14	35	29	327	83,84	Sangat Puas
4	Penjelasan yang diberikan oleh karyawan sesuai dengan kebutuhan saya saat itu	0	0	6	41	31	337	86,41	Sangat Puas
5	Karyawan secara terbuka merespon saran dan kritikan dari konsumen	0	0	5	44	29	336	86,15	Sangat Puas
Jumlah Rata-Rata							1.687,00 337,4	432,55 86,51	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

4.1.5 Jaminan

Jaminan adalah tingkat kepercayaan dan rasa aman yang dirasakan konsumen terhadap layanan atau produk yang diberikan. Jaminan biasanya berkaitan dengan pengetahuan, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dapat dipercaya. Pada tabel 7 dijelaskan sebaran kepuasan

konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David terhadap variabel jaminan. Rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan di Warung Tahu Campur Lamongan Cak David mencapai 88,58%, yang masuk dalam kategori sangat puas. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan.

Tabel 7. Sebaran Kepuasan Konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David Terhadap Variabel Jaminan.

No	Variabel	Skor					Jumlah	Skala Persentase (0%)	Kriteria
		1 (STP)	2 (TP)	3 (CP)	4 (P)	5 (SP)			
1	Saya merasa percaya makanan yang disajikan di warung ini diolah dengan bahan-bahan yang terjamin kualitasnya dan berasal dari sumber yang halal	0	0	1	24	53	364	93,33	Sangat Puas
2	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang menu dan bahan makanan	0	0	10	42	26	328	87,69	Sangat Puas
3	Karyawan sopan, profesional, dan kompeten dalam memberikan pelayanan	0	0	2	49	27	337	86,41	Sangat Puas
4	Karyawan memberikan rasa aman dan nyaman saat bertransaksi	0	0	1	49	28	339	86,92	Sangat Puas
Jumlah Rata-Rata							1.368,00 342	354,35 88,58	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

4.1.6 Empati

Empati adalah kemampuan bisnis atau penyedia layanan untuk memahami, memperhatikan, dan memenuhi kebutuhan serta perasaan konsumen secara personal. Empati mencerminkan sejauh mana sebuah usaha peduli terhadap kenyamanan dan kepuasan konsumennya. Pada tabel 8 dijelaskan sebaran kepuasan konsumen Tahu Campur Lamongan

Cak David terhadap variabel empati. Rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan Warung Tahu Campur Lamongan Cak David mencapai 87,37%, yang masuk dalam kategori sangat puas. Hal ini mengidentifikasi bahwa konsumen merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan.

Tabel 8. Sebaran Kepuasan Konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David Terhadap Variabel Empati.

No	Variabel	Skor					Jumlah	Skala Persentase (0%)	Kriteria
		1 (STP)	2 (TP)	3 (CP)	4 (P)	5 (SP)			
1	Karyawan bersedia melayani permintaan khusus terhadap kebutuhan saya	0	0	2	39	37	347	88,97	Sangat Puas
2	Saran dan kritik saya didengarkan dan ditanggapi dengan baik	0	0	6	46	26	332	85,12	Sangat Puas
3	Saya dilayani tanpa diskriminasi oleh karyawan	0	0	0	41	37	349	89,48	Sangat Puas
4	Karyawan berusaha menciptakan hubungan baik dengan konsumen	0	0	4	42	32	340	87,17	Sangat Puas
5	Karyawan berusaha untuk mengetahui dan memahami keinginan konsumen	0	0	4	46	28	336	86,15	Sangat Puas
Jumlah							1.704,00	436,89	Sangat Puas
Rata-Rata							340,8	87,37	

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

4.1.7 Bukti Fisik

Bukti fisik adalah segala aspek yang dapat dilihat, dirasakan, atau disentuh yang mendukung kualitas layanan suatu bisnis. Bukti fisik mencakup fasilitas seperti tempat duduk, lahan parkir, dan tampilan karyawan yang mencerminkan profesionalisme serta

kualitas usaha. Pada tabel 9 dijelaskan sebaran kepuasan konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David terhadap variabel bukti fisik. Rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan di Warung Tahu Campur Lamongan Cak David mencapai 86,02%, yang termasuk dalam kategori sangat puas. Hal ini

mengindikasikan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan.

Tabel 9. Sebaran Kepuasan Konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David Terhadap Variabel Bukti Fisik

No	Variabel	Skor					Jumlah	Skala Persentase (0%)	Kriteria
		1 (STP)	2 (TP)	3 (CP)	4 (P)	5 (SP)			
1	Area makan di warung bersih dan nyaman untuk digunakan	0	0	2	51	25	335	85,89	Sangat Puas
2	Menampilkan karyawan rapi dan profesional	0	0	14	39	25	323	82,82	Sangat Puas
3	Fasilitas seperti tempat parkir dan meja makan cukup tersedia	0	2	4	45	27	331	84,87	Sangat Puas
4	Lokasi warung strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen	0	0	1	39	38	349	89,48	Sangat Puas
5	Peralatan makan dalam kondisi baik dan higienis	0	0	3	46	29	338	86,66	Sangat Puas
6	Informasi tentang produk dan menu mudah diakses oleh konsumen	0	0	3	47	28	337	86,41	Sangat Puas
Jumlah Rata-Rata							2.013,00 335,5	516,13 86,02	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2025

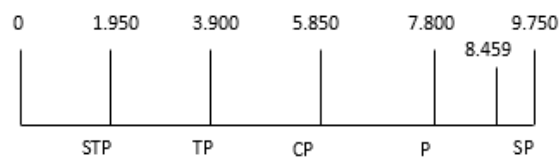
4.1.8 Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David dari Variabel Pelayanan Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik

Tingkat kepuasan konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan Warung Tahu Campur Lamongan Cak David bervariasi, meskipun secara umum berada pada kategori sangat baik. Dimensi kehandalan dan daya tanggap memiliki skor yang identik (1.687) dengan indeks

kepuasan masing-masing 86,50% dan 86,51%, yang menunjukkan pelayanan cukup konsisten dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen. Dimensi empati menempati posisi kedua dengan total skor 1.704 dan indeks kepuasan 87,37%, yang mencerminkan adanya perhatian dan kepedulian pegawai terhadap kebutuhan konsumen. Dimensi jaminan memperoleh indeks kepuasan tertinggi secara persentase, yaitu 88,58%, meskipun total skornya lebih rendah dibanding dimensi lainnya, yakni 1.368. ini

menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup yakin terhadap kompetensi, kejujuran, serta keamanan dalam menerima pelayanan. Dimensi bukti fisik memperoleh skor total tertinggi sebesar 2.013, dengan indeks kepuasan sebesar 86,02%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap tampilan fisik warung, seperti kebersihan, fasilitas, dan kerapian penyajian.

Skor maksimal untuk seluruh pernyataan adalah 9.750, yang menunjukkan tingkat kepuasan Sangat Puas, sedangkan skor terendah adalah 1.950, yang menunjukkan Sangat Tidak Puas. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 25 pernyataan yang diberikan kepada 78 responden, diperoleh total skor sebesar 8.459, dengan indeks kepuasan konsumen pengunjung seperti pada gambar 3.

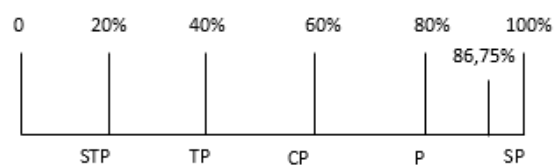


Gambar 3. Skala kepuasan konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David berdasarkan data

Secara persentase, kepuasan konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David adalah sebagai berikut:

$$IKK = \frac{8.459}{9.750} \times 100\% = 86,75\%$$

Dengan interpretasi nilai seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Skala Kepuasan Konsumen Tahu Campur Lamongan Cak David Berdasarkan Persentase

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala Likert, indeks tingkat kepuasan konsumen di Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David mencapai 86,75%, yang menunjukkan bahwa secara umum konsumen merasa sangat puas. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan lima variabel

utama yang dinilai oleh konsumen, yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hasil analisis dari kelima variabel tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap seluruh aspek produk dan layanan yang diberikan oleh Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David.

4.2 Kualitatif

4.2.1 Hasil Observasi dan Pengalaman Konsumen

Hasil observasi menunjukkan bahwa Warung Tahu Campur Lamongan Cak David memberikan pelayanan yang baik. Suasana karyawan ramah, berpakaian rapi, dan responsif terhadap konsumen. Proses pemesanan cepat, tempat duduk bersih, suasana nyaman, dan menu mudah dipahami. Hidangan disajikan dalam kondisi segar, menarik, dan sesuai standar rasa. Fasilitas tambahan seperti parkir dan kanopi serta lokasi strategis turut menunjang kenyamanan konsumen.

Pengalaman konsumen memperkuat batuan tersebut. Konsumen merasa puas dengan pelayanan dan cita rasa yang khas,

bahkan sebagian merasakan nostalgia. Faktor utama kunjungan kembali adalah konsistensi rasa, lokasi strategis, dan rekomendasi keluarga.

4.2.2 Kualitas Pelayanan dan Produk

Konsumen menilai pelayanan cukup baik, meski terkadang ada keterlambatan. Karyawan tetap ramah dan sigap, dengan sistem pemesanan dan pembayaran yang praktis. Rasa makanan dinilai enak dan konsisten, porsi sesuai harga, dan lokasi mudah diakses. Kenaikan harga tidak mempengaruhi kepuasan karena kualitas tetap terjaga.

4.2.3 Fasilitas dan Suasana

Warung dinilai bersih dan nyaman, dengan pencahayaan baik

dan suasana ramai yang justru menambah daya tarik. Tempat duduk dan parkir memadai meski terkadang perlu menunggu saat ramai. Area lesehan tersedia sebagai alternatif tempat makan.

4.2.4 Kepuasan dan Loyalitas

Konsumen umumnya sangat puas dengan kualitas rasa, pelayanan, dan suasana. Ada masukan kecil terkait ketelitian karyawan dalam mencatat pesanan. Secara keseluruhan, loyalitas konsumen

terbentuk karena konsistensi dan kepuasan yang berkelanjutan.

4.2.5 Perspektif Pemilik dan Karyawan

Pemilik dan karyawan menunjukkan komitmen tinggi terhadap pelayanan berkualitas. Mereka terbuka terhadap kritik, responsif terhadap keluhan, dan berusaha menjaga kepercayaan konsumen. Sikap ramah dan perhatian terhadap kualitas menjadi kunci membangun loyalitas pelanggan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dimensi penelitian ini mengukur kepuasan konsumen terhadap pelayanan Warung Legendaris Tahu Campur Lamongan Cak David di Kota Jember menggunakan pendekatan campuran (kuantitatif dan kualitatif). Hasil menunjukkan bahwa kelima dimensi SERVQUAL (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) memperoleh indeks kepuasan sebesar 86,75%, tergolong sangat puas. Hal ini didukung oleh wawancara yang menekankan pentingnya rasa, pelayanan cepat, dan

hubungan interpersonal. Pelayanan yang konsisten serta cita rasa khas menjadi kekuatan utama dalam membangun loyalitas pelanggan dan daya saing usaha.

5.2 Saran

Penelitian ini terbatas pada satu objek dan 78 responden tanpa analisis statistik lanjutan. Penelitian mendatang disarankan untuk mencakup lebih banyak objek dan responden dengan metode kuantitatif yang lebih kompleks. Pendalaman dari perspektif penyedia layanan juga perlu dilakukan untuk memahami

strategi internal dalam menjaga kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- A. K. Agung, R., Philipus Kurniawan, A., & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*.
- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35. <https://doi.org/10.37985/benefit.v2i1.335>
- Agung, H., Narto, S., & Otoluwa, I. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT ASTRA INTERNASIONAL TBK HONDA CABANG MAROS*. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Agus Triyono, S., Syahrul Borman, M., Djaja Sidarta, D., & Handayati, N. (2024). TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS GARANSI PRODUK ELEKTRONIK DALAM UNDANG-UNDANG. *COURT REVIEW: Jurnal Penelitian Hukum*.
- Andika, Darmawan Natsir, U., & S.P. Dipatmodjo, T. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG MAKAN MBACK DAENG PENGAYOMAN KECAMATAN PANAKKUKANG KOTA MAKASSAR*. *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, volume 4, No.1, 59–68.
- Cahya Utami, A., & Ismiyah, E. (2022). Evaluasi Kualitas Pelayanan Pelanggan pada Rumah Makan Barokah dengan Metode SERVQUAL dan Index Potential Gain Customer Value. *Serambi Engineering*, VII(3).
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap

- Soehaditama, J. (n.d.). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*.
<https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Dicky Eko Wicaksono, & Yusli Yenni. (2020). *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN DI RUMAH MAKAN PACITAN DENGAN PENDEKATAN FUZZY MAMDANI*. Vol. 03, 106.
- Gusniar, V., Fauziah, Z., Hidayaty, D. E., Pertiwi, S., & Sandi, H. (2023). *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis STRATEGI PENGEMBANGAN KOMPETENSI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS YANG SEMAKIN KETAT DI PERKOTAAN (STUDI KASUS PADA TOKO L'BOUQUET DI KABUPATEN KARAWANG, JAWA BARAT)*. 1(3). <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Hatta, M. (n.d.). *Cateris Paribus Journal PENGARUH DUNIA USAHA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA PAREPARE*.
- Jane Manasye Mantiri, J., Yellie Memah, M., & Adonia Josefina Rumagit, G. (2021). *TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN "BAKSO SOLO" DI KOTA MANADO* (Vol. 17).
- Latif, M., Rohman, N., & Suji'ah, U. (n.d.). *KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN GRIYA DAHAR MBOK SUM (Studi kasus pada konsumen Daerah Istimewa Yogyakarta) 1*.
- Lidiawati, E., Tria Putri, L., Wahyuni, M., & Bangkinang, S. (n.d.). *JURNAL RISET MANAJEMEN INDONESIA (JRMI) Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA)*. 4(3), 2022.

<https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi>

[https://doi.org/10.54373/im
ej.v5i3.1379](https://doi.org/10.54373/im
ej.v5i3.1379)

- Luh Nurkariani, N., Yogi Kurniantara, G., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma, S. (n.d.). Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Artha Satya Dharma*, 15(1), 27–32.
- Nugraheni, Y., & Wiwoho, G. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION (Studi pada member Sophie Paris di BC Laelatul Qomar Kebumen)*. 1–13.
- Rahayu, H. P., Alhada, M., & Habib, F. (n.d.). *STRATEGI PEMASARAN NOVI ULVIA MUA DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN* (Vol. 8, Issue 1).
- Ramli, R., Wahyuni, A. E. D., Sulaiman, U., & Rahman, U. (2024). Penelitian Multidimensi: Analisis Beragam Jenis dan Teknik. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(3), 3846–3860.
- Salsabila Nasution, A., Nadya Hasibuan, D., Mayani Dalimunthe, W., & Ramadani Silalahi, P. (2023). Peningkatan Kinerja Industri Makanan dan Minuman Melalui Transformasi Digital di Indonesia. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, vol.1, No.1, 165–176.
- Sudarsono, H. (2020). *manajemen pemasaran*.
- Sumiyati, & Rohman, A. (2022). ANALISIS PERSAINGAN BISNIS PADA USAHA KULINER DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Sate Jl. Niaga Pamekasan). *Jurnal Kaffa*.
- T. Andi Roza, & Syarifah Mauli Masyithah. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS MENU TERHAAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN WONG SOLO LAMPRIET BANDA ACEH. *Edunomika*, 7, 1–9.

- Tuasikal, M., Latuamuri, D., & Makdalena Yable, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson Di Toko Depo Makmur Sorong. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1, 325–339.
- Waruwu, M. (2024). Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D): Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1220–1230.
<https://doi.org/10.29303/jip.p.v9i2.2141>
- Wicaksono, D. A., Maharani, N., & Prakoso, N. I. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Geprek Jombang Di Kabupaten Jombang. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 3(2), 85–96.
<https://doi.org/10.33476/jobs.v3i2.2865>
- Zainuddin, Z., & Saputra, M. K. (n.d.). *STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA UMKM SEDERHANA (Studi Kasus Desa Konda Kec. Konda) Oleh: Muslimin.*
- Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (n.d.). *SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality.*
<https://www.researchgate.net/publication/225083802>