

**EKSPLORASI PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP
BAURAN PEMASARAN (PRODUK) DAN KUALITAS
PELAYANAN DALAM MENCAPAI KEPUASAN KONSUMEN
DI KANTIN UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM**

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Terapan pada
Prodi Bisnis Digital, Fakultas Vokasi
Universitas Sali Al-Aitaam*



Diajukan oleh:

Hanapi Muhammad Yusuf

2161313007

**PROGRAM STUDI D-IV BISNIS DIGITAL
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM
BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**EKSPLORASI PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP
BAURAN PEMASARAN (PRODUK) DAN KUALITAS
PELAYANAN DALAM MENCAPAI KEPUASAN KONSUMEN
DI KANTIN UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Hanapi Muhammad Yusuf

2161313007

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: 07 Agustus 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Prodi : Kartijo, S.E., M.M.

Penguji : Drs. H. Ahmad Husen, S.E., M.M.

Bandung, 07 Agustus 2025

Direktur Vokasi

Universitas Sali Al-Aitaam

Dr. Dasep Heriansyah, S.E., M.Si, Ak., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA.

NIDN. 406087101

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi D-IV Bisnis Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Sali Al-Aitaam adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri.

Adapun pengutipan-pengutipan yang penulis lakukan pada bagian-bagian tertentu dari hasil karya orang lain dalam penulisan Skripsi ini, telah penulis cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 07 Agustus 2025

Penulis,

Pembimbing,

(Materai 10.000)

Hanapi Muhammad Yusuf

NIM. 2161316017

Fauziyyah Sahar, S.E., M.M

NIDN. 0411099301

ABSTRAK

Layanan kantin di lingkungan perguruan tinggi memegang peranan penting dalam mendukung kenyamanan dan kesejahteraan mahasiswa. Namun, keberadaan kantin sering kali belum dikelola secara optimal dari segi strategi pemasaran dan kualitas pelayanan. Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi pemahaman konsumen khususnya mahasiswa terhadap bauran pemasaran (produk) dan kualitas pelayanan dalam upaya mencapai kepuasan konsumen di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap dua aspek utama, yaitu produk dan pelayanan, serta bagaimana keduanya saling berkontribusi dalam membentuk pengalaman konsumsi yang memuaskan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap 20 informan yang dipilih secara purposif, observasi langsung di lokasi kantin, serta dokumentasi visual dan catatan lapangan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik koding manual, reduksi data, dan kategorisasi tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, terutama rasa makanan, variasi menu, dan harga, merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Sementara itu, kualitas pelayanan seperti keramahan staf, kecepatan layanan, dan sikap komunikatif menjadi faktor pendukung yang dapat memperkuat persepsi positif mahasiswa terhadap layanan kantin. Selain itu, aspek kenyamanan fisik dan kebersihan lingkungan turut menjadi pertimbangan penting dalam membentuk loyalitas konsumen terhadap kantin kampus. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen di kantin perguruan tinggi dibentuk melalui kombinasi sinergis antara kualitas produk dan pelayanan. Implikasi dari temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan konsep kepuasan pelanggan di sektor jasa mikro, serta memberikan masukan praktis bagi pengelola kantin dalam meningkatkan mutu layanan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan pendekatan kuantitatif atau mixed-methods agar temuan ini dapat diuji secara lebih luas dan mendalam.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Pelayanan, Bauran Pemasaran, Kantin Kampus

ABSTRACT

Canteen services within university environments play a crucial role in supporting student comfort and well-being. However, these facilities are often not managed optimally in terms of marketing strategies and service quality. This study aims to explore consumer understanding particularly that of students—regarding the marketing mix (product) and service quality in achieving customer satisfaction at the University of Sali Al-Aitaam Canteen. The main objective of this research is to identify consumer perceptions of product and service dimensions and how both contribute to a satisfying consumption experience. This research adopts a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques include in-depth interviews with 20 purposively selected informants, direct observation at the canteen site, as well as visual documentation and field notes. The data were analyzed using manual coding, data reduction, and thematic categorization. The findings reveal that product quality especially taste, menu variety, and pricing is the primary factor influencing consumer satisfaction. Meanwhile, service quality aspects such as staff friendliness, service speed, and communicative attitudes act as supporting elements that strengthen students' positive perceptions of the canteen service. Furthermore, physical comfort and cleanliness are also essential in shaping consumer loyalty toward the university canteen. The study concludes that consumer satisfaction in campus canteens is formed through a synergistic combination of product and service quality. These findings contribute theoretically to the development of customer satisfaction concepts in micro-service sectors and offer practical recommendations for canteen managers in enhancing service quality. Future studies are encouraged to adopt quantitative or mixed-method approaches to validate and expand these findings more comprehensively.

Keywords: *Customer Satisfaction, Product Quality, Service, Marketing mix, Campus Canteen*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Eksplorasi Pemahaman Konsumen terhadap Bauran Pemasaran (Produk) dan Kualitas Pelayanan dalam Mencapai Kepuasan Konsumen di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam.”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Bisnis Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Sali Al-Aitaam.

Penelitian ini merupakan hasil dari proses belajar, observasi langsung, serta refleksi kritis terhadap praktik layanan dan strategi pemasaran yang diterapkan di kantin Universitas Sali Al-Aitaam. Penulis berupaya mengkaji secara mendalam bagaimana persepsi mahasiswa sebagai konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, serta bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai dinamika layanan publik di lingkungan pendidikan tinggi.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, bantuan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada:

1. Ibu Fatimah Nurjannati Iskandar, S.E., M.Ak., selaku Rektor Universitas Sali Al-Aitaam, atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan.

2. Bapak Dr. Dasep Heriansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA., selaku Direktur Vokasi Universitas Sali Al-Aitaam, yang senantiasa mendorong pengembangan akademik mahasiswa.
3. Bapak Kartijo, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital, atas bimbingan dan dorongan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi.
4. Ibu Fauziyyah Sahar, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi, yang dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Para staf kantin dan pengunjung kantin Universitas Sali Al-Aitaam, yang telah bersedia menjadi responden serta memberikan informasi berharga selama proses pengumpulan data.
6. Kepada kedua orang tua tercinta, yang dengan penuh kasih sayang, doa, serta pengorbanan telah menjadi pilar utama dalam setiap langkah saya. Terima kasih atas kesabaran, ketulusan, dan cinta yang tidak pernah berkurang sedikit pun. Segala pencapaian ini tidak akan pernah terwujud tanpa doa yang selalu dipanjatkan dan dukungan yang tiada henti diberikan. Keduanya adalah inspirasi terbesar sekaligus motivasi terkuat dalam hidup saya.
7. Kepada keluarga tercinta, yang selalu menjadi tempat pulang terbaik dalam setiap langkah perjalanan hidup saya. Terima kasih atas kasih sayang yang tulus, doa yang tiada henti dipanjatkan, serta dukungan moril maupun materiil yang diberikan tanpa mengenal lelah.

8. Kepada sahabat-sahabat tersayang, yang senantiasa hadir di berbagai momen, baik dalam kebahagiaan maupun kesulitan. Terima kasih telah menjadi teman berbagi cerita, tempat bertukar pikiran, dan sandaran di saat penat melanda.
9. Kepada rekan-rekan mahasiswa seperjuangan, yang bersama-sama melewati hari-hari penuh kerja keras, diskusi panjang, tugas menumpuk, hingga perjuangan menyelesaikan penelitian dan laporan akhir. Terima kasih atas kebersamaan, kolaborasi, dan semangat saling mendukung yang selalu terjalin. Tanpa kebersamaan dan kekompakan, perjalanan akademik ini tidak akan seindah dan bermakna seperti yang saya rasakan saat ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai kontribusi nyata bagi pengembangan layanan publik di lingkungan pendidikan tinggi, khususnya dalam konteks manajemen kantin universitas.

Bandung, 07 Agustus 2025

Penulis,

Hanapi Muhamad Yusuf

2161316007

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN | iv |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2. Fokus Penelitian | 7 |
| 1.3. Pertanyaan Penelitian | 7 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5.1. Manfaat Teoretis..... | 8 |
| 1.5.2. Manfaat Praktis | 9 |
| 1.6. Batasan Masalah..... | 9 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 12 |
| 2.1. Konsep yang Diteliti..... | 12 |
| 2.1.1. Bauran Pemasaran (Produk)..... | 12 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.1.2. | Kualitas Pelayanan | 12 |
| 2.1.3. | Kepuasan Konsumen..... | 13 |
| 2.1.4. | Lingkungan Fisik Konsumen | 14 |
| 2.1.5. | Persesi Kesesuaian Harga..... | 14 |
| 2.2. | Telaah Penelitian Terdahulu..... | 15 |
| 2.2.1 | Telaah Pustaka | 15 |
| 2.2.2 | Penelitian Terdahulu | 19 |
| 2.3. | Kerangka Konseptual | 23 |
| 2.4. | Kerangka Berfikir | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | | 32 |
| 3.1. | Tempat dan Waktu Penelitian..... | 32 |
| 3.1.1. | Tempat Penelitian | 32 |
| 3.1.2. | Waktu Penelitian..... | 32 |
| 3.2. | Informan | 33 |
| 3.2.1. | Target Informan..... | 33 |
| 3.2.2. | Prosedur Rekrutment Informan..... | 34 |
| 3.3. | Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| 3.4. | Validitas dan Reabilitas Data | 37 |
| 3.4.1. | Kredibilitas (Credibility) | 37 |
| 3.4.2. | Transferabilitas (Transferability)..... | 38 |
| 3.4.3. | Dependabilitas (Dependability)..... | 38 |
| 3.4.4. | Konfirmabilitas (Confirmability) | 38 |
| 3.5. | Teknik Pengolahan Data..... | 39 |

| | |
|---|-----|
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1. Hasil Penelitian..... | 41 |
| 4.1.1. Gambaran Umum Tempat Penelitian | 41 |
| 4.1.2. Karakteristik Umum Informan Penelitian | 43 |
| 4.1.3. Proses Pengumpulan dan Pengolahan Data | 46 |
| 4.1.4. Deskripsi Temuan Penelitian..... | 49 |
| 4.1.5. Validitas Instrument Penelitian..... | 54 |
| 4.1.6. Interpretasi Temuan..... | 57 |
| 4.2. Pembahasan Temuan Penelitian | 64 |
| BAB V PENUTUP..... | 69 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 69 |
| 5.2. Implikasi | 72 |
| 5.2.1 Implikasi Teoretis..... | 72 |
| 5.2.2 Implikasi Praktis..... | 73 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian | 75 |
| 5.4. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | 80 |
| LAMPIRAN | 84 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 133 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir | 25 |
| Gambar 4. 1 Kantin Universitas Sali Al-Aitaam | 41 |
| Gambar 4. 2 Model Dinamis Interaksi Menuju Kepuasan Konsumen..... | 57 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 19 |
| Tabel 2. 2 Relasi Logis Antar Konsep | 28 |
| Tabel 3. 1 Jadwal Waktu Penelitian..... | 32 |
| Tabel 4. 1 Analisis Temuan..... | 50 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|------------|
| <i>Lampiran 1 Struktur Panduan Wawancara.....</i> | <i>84</i> |
| <i>Lampiran 2 Kartu Bimbingan</i> | <i>89</i> |
| <i>Lampiran 3 Transkrip Redaksi Wawancara</i> | <i>90</i> |
| <i>Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....</i> | <i>129</i> |
| <i>Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....</i> | <i>133</i> |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dunia usaha di era digital saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, ditandai oleh lahirnya berbagai bentuk inovasi bisnis dan pergeseran model-model operasional tradisional ke arah digitalisasi. Transformasi ini tidak hanya terjadi pada sektor-sektor besar, tetapi juga merambah pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Teknologi informasi memungkinkan efisiensi, namun sekaligus mempercepat dinamika persaingan. Oleh karena itu, pelaku usaha harus terus mengembangkan strategi yang mampu menjawab perubahan-perubahan tersebut secara adaptif dan berkelanjutan.

Perilaku konsumen modern juga mengalami pergeseran signifikan. Konsumen saat ini cenderung lebih aktif, teredukasi, dan memiliki akses luas terhadap informasi produk maupun layanan. Mereka membandingkan banyak pilihan sebelum membeli, serta menuntut pengalaman konsumsi yang tidak hanya rasional tetapi juga emosional. Dalam lingkungan digital yang sangat terhubung, setiap pengalaman positif atau negatif dapat langsung tersebar melalui media sosial dan platform ulasan pelanggan. Hal ini menjadikan persepsi dan opini konsumen sebagai aset yang sangat berharga dan sekaligus rentan bagi keberlangsungan usaha (Veliani et al., 2024).

Menjawab tantangan tersebut, pemasaran harus dirancang secara holistik dan tidak semata berorientasi pada transaksi. Pemasaran strategis dewasa ini mencakup aspek relasional, emosional, dan nilai-nilai sosial. Bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) atau dikenal sebagai 4P tetap relevan, namun implementasinya kini harus menyesuaikan dengan konteks perilaku konsumen yang lebih kompleks dan dinamis (Maulidia Putri & Yuke Permata Lisna, 2024). Produk tidak lagi hanya dinilai dari manfaat fungsional, tetapi dari persepsi nilai yang melekat di dalamnya.

Penerapan bauran pemasaran yang seimbang antara elemen produk dan pelayanan dapat membentuk pengalaman pelanggan yang utuh. Hal ini menciptakan ikatan emosional yang lebih kuat dan memunculkan loyalitas. Ketika sebuah bisnis mampu menyajikan produk yang relevan dengan selera pasar dan memberikan pelayanan yang menyenangkan, maka bukan hanya kepuasan sesaat yang terbentuk, tetapi juga hubungan jangka panjang (Magdalena, 2024). Itulah mengapa penting untuk memaknai bauran pemasaran sebagai proses berkelanjutan, bukan hanya taktik sesaat.

Namun demikian, kekuatan pemasaran tidak akan maksimal jika pelayanan diabaikan. Dalam realitas layanan, pelanggan lebih mudah mengingat bagaimana mereka diperlakukan daripada apa yang mereka beli. Pelayanan adalah bentuk komunikasi yang paling nyata antara perusahaan dan konsumen. Bahkan pelayanan yang sederhana namun ramah dan tepat sasaran dapat menutupi kekurangan kecil dari sisi produk. Oleh karena itu, pelayanan

harus menjadi bagian integral dari strategi pemasaran, bukan sekadar pelengkap atau tugas operasional semata (Ayuni, 2025).

Pelayanan yang berkualitas tidak terbatas pada efisiensi waktu, tetapi mencakup komunikasi yang empatik, kejelasan informasi, kesediaan membantu, dan kemampuan petugas dalam menyelesaikan masalah pelanggan. Unsur-unsur tersebut sangat berpengaruh terhadap pembentukan persepsi konsumen. Dalam sektor jasa makanan, misalnya, pelayanan menjadi sangat penting karena berhubungan langsung dengan kenyamanan pelanggan, terutama dalam konteks kantin kampus di mana konsumen memiliki waktu terbatas dan ekspektasi tinggi (Ramadhan, 2025).

Kepuasan konsumen bukanlah konsep yang sederhana, tetapi merupakan hasil dari berbagai dimensi pengalaman. Kepuasan bisa terbentuk karena kesesuaian antara harapan dan realitas, namun juga bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, situasional, dan nilai-nilai pribadi. Oleh sebab itu, kepuasan bukan hanya tentang angka atau tingkat pembelian, tetapi lebih pada bagaimana konsumen menginterpretasikan dan menginternalisasi pengalaman mereka (Puspitasari, 2024).

Dalam industri makanan dan minuman, baik skala besar maupun kecil, kepuasan pelanggan bersifat sangat fluktuatif. Konsumen bisa merasa puas hari ini dan kecewa esok hari hanya karena satu aspek kecil yang terganggu. Maka, pemahaman mendalam terhadap preferensi dan persepsi konsumen harus menjadi titik tolak dalam mengembangkan layanan yang berkelanjutan.

Ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kenyataan, meskipun kecil, dapat menyebabkan reputasi bisnis menurun secara drastis (Ratih, 2024).

Persepsi konsumen adalah variabel yang kompleks dan multidimensi. Ia dibentuk tidak hanya oleh interaksi langsung dengan produk dan layanan, tetapi juga oleh budaya, pengalaman masa lalu, serta pengaruh sosial. Dua konsumen bisa saja menerima layanan yang sama, namun menilainya secara berbeda. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada pemaknaan subjektif konsumen sangat penting untuk menghindari generalisasi berlebihan dalam perumusan kebijakan pemasaran (Sopia et al., 2024)

Dalam skala usaha kecil seperti kantin kampus, pelaku bisnis sering kali mengabaikan prinsip-prinsip pemasaran modern karena dianggap terlalu kompleks. Padahal, justru pada skala inilah kebutuhan akan pelayanan yang konsisten dan produk yang berkualitas menjadi lebih terasa, mengingat segmentasi pasar yang terbatas dan relasi sosial yang intens di lingkungan kampus (Azizah, 2024).

Kantin Universitas Sali Al-Aitaam merupakan contoh menarik dari unit bisnis kampus yang memiliki nilai moral tinggi melalui konsep “kantin jujur.” Meski demikian, nilai etis ini belum tentu dapat mengkompensasi ketidakkonsistenan kualitas produk atau pelayanan. Dalam praktiknya, aspek rasa, kebersihan, dan kecepatan pelayanan tetap menjadi pertimbangan utama konsumen kampus.

Laporan dari mahasiswa menunjukkan bahwa ada sejumlah aspek yang perlu ditingkatkan. Rasa makanan yang berubah-ubah, kurangnya variasi menu, dan interaksi yang kurang hangat dari petugas menjadi sumber ketidakpuasan yang sering kali tidak tercatat secara formal (Lestari, 2024). Hal ini menunjukkan pentingnya pengelola kantin melakukan evaluasi berbasis data persepsi, bukan hanya penilaian teknis operasional.

Konsumen kampus adalah kelompok dengan karakteristik yang unik. Mereka cenderung cepat menyebarkan informasi, membentuk opini kolektif, dan sensitif terhadap pengalaman layanan. Oleh karena itu, memperhatikan persepsi dan harapan mahasiswa sebagai konsumen adalah langkah strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas.

Evaluasi tidak cukup dilakukan melalui survei kuantitatif biasa. Untuk memahami akar permasalahan dan menemukan solusi yang tepat, dibutuhkan pendekatan eksploratif yang mampu menggali pengalaman-pengalaman subjektif secara mendalam. Hal ini dapat dilakukan melalui pendekatan kualitatif yang lebih fleksibel dan terbuka.

Penelitian kualitatif memungkinkan pengungkapan makna di balik sikap konsumen, seperti mengapa mereka merasa kecewa, aspek apa yang dianggap paling penting dalam pelayanan, dan bagaimana mereka memaknai hubungan antara produk dan layanan dalam membentuk kepuasan. Semua ini tidak bisa diwakili oleh angka-angka semata (Sopia et al., 2024).

Dengan metode seperti wawancara mendalam, FGD, dan observasi, peneliti dapat merekonstruksi narasi konsumen dan memahami dinamika persepsi yang sebenarnya terjadi di lapangan (Adinegara, 2025). Ini sangat penting agar kebijakan perbaikan tidak dibuat berdasarkan asumsi semata, tetapi berdasar pada pengalaman nyata konsumen.

Dalam penelitian ini, bauran pemasaran produk dan kualitas pelayanan akan dieksplorasi sebagai variabel bebas, sementara kepuasan konsumen menjadi variabel terikat. Namun ketiganya tidak dilihat dalam konteks hubungan sebab-akibat statistik, melainkan sebagai elemen-elemen yang saling terhubung dalam pengalaman konsumsi mahasiswa. Fokus utamanya adalah memahami bagaimana persepsi terbentuk, bagaimana mahasiswa memaknai pelayanan dan produk yang mereka konsumsi setiap hari, dan bagaimana pengalaman ini memengaruhi keputusan mereka untuk kembali menggunakan layanan atau beralih ke alternatif lain.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan insight strategis bagi pengelola kantin, baik dalam hal pengembangan produk yang sesuai dengan selera mahasiswa maupun peningkatan kualitas pelayanan secara holistik. Temuan ini juga bisa menjadi acuan untuk kebijakan yang berkelanjutan dalam konteks pengelolaan usaha kampus berbasis layanan.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa dan perilaku konsumen, terutama di sektor pendidikan tinggi yang masih minim eksplorasi kualitatif. Lebih jauh lagi, pendekatan ini bisa menjadi inspirasi bagi lembaga pendidikan

lain dalam membangun sistem layanan kampus yang lebih berfokus pada pemahaman konsumen secara mendalam.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggali pemahaman dan persepsi konsumen secara mendalam terhadap aspek produk dan pelayanan dalam menciptakan kepuasan mereka. Fokus penelitian diarahkan untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif konsumen yang menjadi landasan dalam pembentukan kepuasan konsumen di lingkungan kantin kampus. Berikut adalah tiga fokus utama penelitian ini:

- 1) Pemahaman Konsumen terhadap Kualitas Produk Makanan dan Minuman.
- 2) Pengalaman Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Kantin.
- 3) Membangun Kepuasan Konsumen Berdasarkan Interaksi antara Produk dan Pelayanan.

1.3. Pertanyaan Penelitian

- 1) Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk makanan dan minuman yang disajikan di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam?
- 2) Bagaimana pengalaman konsumen dalam menerima pelayanan dari pengelola kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

- 3) Bagaimana keterkaitan antara persepsi terhadap produk dan kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan konsumen di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

1.4. Tujuan Penelitian

Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat memenuhi tujuan-tujuan berikut:

- 1) Menjelaskan persepsi konsumen terhadap kualitas produk makanan dan minuman yang disajikan di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam.
- 2) Menggambarkan pengalaman konsumen dalam menerima pelayanan dari pengelola kantin.
- 3) Menganalisis keterkaitan antara persepsi terhadap produk dan pelayanan dalam membentuk kepuasan konsumen di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoretis

- 1) Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berfokus pada bauran pemasaran (produk) dan kualitas pelayanan dalam konteks usaha kecil nonformal seperti kantin kampus.
- 2) Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menyumbangkan perspektif baru mengenai bagaimana konsumen memaknai kepuasan

secara subjektif berdasarkan pengalaman langsung terhadap produk dan pelayanan yang diterima.

- 3) Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya literatur akademik mengenai persepsi konsumen dalam sektor jasa informal di lingkungan institusi pendidikan, yang selama ini masih jarang diteliti secara mendalam dengan metode kualitatif.

1.5.2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pengelola Kantin Universitas Sali Al-Aitaam, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi perbaikan kualitas produk dan pelayanan secara menyeluruh, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan harapan konsumen.
- 2) Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan refleksi dalam meningkatkan daya saing kantin, melalui pendekatan yang lebih berorientasi pada kepuasan konsumen serta pembentukan loyalitas pelanggan di lingkungan kampus.
- 3) Bagi institusi pendidikan secara umum, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam merancang standar layanan kantin yang tidak hanya efisien secara operasional, tetapi juga responsif terhadap pengalaman emosional dan sosial mahasiswa sebagai konsumen utama.

1.6. Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan ruang lingkup yang jelas untuk menjaga fokus dan kedalaman eksplorasi terhadap fenomena yang diteliti. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan menggali pemahaman dan makna subjektif konsumen terhadap dua

aspek utama, yaitu kualitas produk dan pelayanan dalam konteks kantin Universitas Sali Al-Aitaam. Penelitian ini tidak bertujuan mengukur hubungan statistik antarvariabel, melainkan menelusuri narasi, persepsi, serta pengalaman nyata konsumen yang berinteraksi langsung dengan produk dan pelayanan di kantin tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi hanya pada dua elemen dari bauran pemasaran, yaitu aspek **produk (makanan dan minuman)** serta **pelayanan**, tanpa mencakup elemen bauran lainnya seperti promosi dan distribusi.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Sali Al-Aitaam yang telah menggunakan layanan kantin dalam periode minimal satu semester terakhir. Partisipan dipilih secara purposif, yaitu mereka yang memiliki pengalaman langsung dan berulang dalam mengonsumsi produk serta menerima pelayanan dari kantin tersebut. Dosen, tenaga kependidikan, dan pengunjung umum tidak termasuk dalam cakupan partisipan karena fokus penelitian ini secara eksplisit diarahkan pada mahasiswa sebagai konsumen utama yang memiliki karakteristik unik dalam membentuk persepsi dan menyebarkan opini di lingkungan kampus.

Selain itu, batasan penelitian juga meliputi fokus analisis pada aspek persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang meliputi rasa, porsi, konsistensi, harga, dan kebersihan, serta pengalaman konsumen terhadap kualitas pelayanan yang mencakup keramahan, kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, dan kemampuan penyedia layanan dalam menangani keluhan. Penelitian ini juga membatasi diri untuk tidak mengangkat aspek internal

manajemen kantin secara mendalam seperti logistik, perencanaan anggaran, atau strategi promosi. Fokus utama adalah bagaimana interaksi antara kualitas produk dan pelayanan tersebut membentuk pengalaman konsumsi mahasiswa yang kemudian bermuara pada tingkat kepuasan mereka, baik secara rasional maupun emosional.

Dengan batasan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam dan otentik mengenai dinamika persepsi konsumen dalam konteks layanan kantin kampus, yang selama ini belum banyak digali secara kualitatif. Hasilnya diharapkan tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi pengelola kantin dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan dan produk secara berkelanjutan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Konsep yang Diteliti

2.1.1. Bauran Pemasaran (Produk)

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan kerangka strategis yang dikembangkan untuk mengelola keputusan pemasaran dengan mengelompokkan aktivitas pemasaran ke dalam empat elemen utama: produk, harga, tempat, dan promosi (Kotler & Keller, 2021). Dalam konteks penelitian ini, perhatian dipusatkan pada dimensi produk, khususnya makanan dan minuman yang disediakan oleh kantin kampus. Dimensi produk yang dieksplorasi meliputi kualitas cita rasa, konsistensi rasa, kebersihan makanan, keamanan pangan, keragaman menu, dan daya tarik visual dari produk. Selain itu, penting pula meninjau bagaimana produk tersebut dipersepsikan sebagai layak atau tidak dibandingkan dengan harga yang dibayar. Penelitian (Baguio & Naelga, 2024) menunjukkan bahwa persepsi kualitas makanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di kafetaria universitas, terutama dalam aspek rasa dan presentasi makanan yang konsisten.

2.1.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam konteks kantin kampus merupakan faktor multidimensional yang mencerminkan bagaimana mahasiswa

memaknai proses penyajian makanan, interaksi dengan staf, serta kebersihan dan kenyamanan lingkungan makan. Untuk menggali dimensi ini, model SERVQUAL digunakan karena mampu merepresentasikan persepsi konsumen terhadap lima elemen kunci pelayanan: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan aspek fisik (*tangibles*). Dalam penelitian terbaru oleh (Moralia et al., 2024), SERVQUAL diaplikasikan secara kontekstual untuk mengevaluasi pelayanan kantin universitas di Filipina.

Temuan mereka menunjukkan bahwa dimensi empati dan keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sementara *tangibles* (kebersihan, tampilan makanan, dan kenyamanan ruang makan) menjadi pendorong utama loyalitas terhadap layanan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas layanan bukan hanya persoalan teknis, melainkan proses sosial dan emosional yang kompleks. Menurut penelitian oleh (Hoang, 2020), suasana interaksi interpersonal antara petugas kantin dan mahasiswa memiliki kontribusi besar dalam membentuk loyalitas dan kepuasan.

2.1.3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen tidak hanya diartikan sebagai kesenjangan antara harapan dan kenyataan, melainkan sebuah proses konstruksi pengalaman yang melibatkan dimensi afektif dan kognitif. Mahasiswa yang merasa puas akan menunjukkan kecenderungan untuk membeli ulang, merekomendasikan kepada teman, dan memberikan masukan

terhadap layanan. (Raihen et al., 2023) menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa terhadap layanan kantin dipengaruhi oleh akumulasi pengalaman jangka panjang, bukan hanya dari satu kali konsumsi, sehingga pendekatan eksploratif menjadi penting untuk memahami dinamika persepsi mereka.

2.1.4. Lingkungan Fisik Konsumen

Lingkungan fisik merupakan elemen penting yang berkontribusi terhadap persepsi dan pengalaman mahasiswa saat menikmati layanan kantin kampus. Elemen-elemen seperti tata ruang, kebersihan, ventilasi, pencahayaan, dan tingkat kebisingan memiliki dampak psikologis yang signifikan terhadap kenyamanan dan kepuasan pengguna. Dalam konteks penelitian ini, lingkungan fisik tidak hanya dipandang sebagai latar tempat konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari nilai layanan yang dirasakan mahasiswa.

Menurut (Zou et al., 2024) lingkungan kampus yang inklusif dan mendukung, termasuk ketersediaan makanan dan ruang makan yang nyaman, berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan mahasiswa, termasuk dalam hal kepuasan terhadap layanan kantin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen lingkungan fisik tersebut dimaknai secara subjektif oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari di kampus.

2.1.5. Persesi Kesesuaian Harga

Dalam layanan makanan di lingkungan kampus, persepsi terhadap kesesuaian harga dan nilai produk menjadi indikator penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Bagi mahasiswa yang menjadi konsumen reguler kantin, harga tidak hanya dilihat dari jumlah yang dibayar, tetapi dari nilai menyeluruh yang diterima termasuk rasa, porsi, variasi, serta suasana makan. Harga yang dinilai adil menciptakan perasaan dihargai dan mendorong loyalitas. Penelitian oleh (Afroza & Haque, 2022) menunjukkan bahwa atribut harga yang adil (*price fairness*) dan persepsi nilai (*perceived value*) merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap kafetaria kampus. Hal ini diperkuat oleh hubungan erat antara kepercayaan mahasiswa terhadap sistem harga dan keputusan untuk terus membeli atau merekomendasikan kantin tersebut kepada mahasiswa lain.

2.2. Telaah Penelitian Terdahulu

2.2.1 Telaah Pustaka

Dalam memahami fenomena kepuasan konsumen dalam konteks layanan kantin kampus, terdapat beberapa landasan teori yang relevan dan saling berkaitan. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini memungkinkan penelusuran makna subjektif dari pengalaman konsumen yang tidak dapat dijelaskan hanya dengan angka atau hubungan kausal linier. Oleh karena itu, pemahaman terhadap konsep-konsep inti seperti bauran pemasaran, kualitas pelayanan, kepuasan

konsumen, persepsi nilai, dan lingkungan fisik sangat penting untuk membangun kerangka konseptual yang kuat.

Teori bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2021) menjadi pijakan awal dalam menjelaskan elemen produk sebagai salah satu determinan utama dalam membentuk pengalaman konsumsi. Dalam konteks ini, produk tidak hanya dipandang dari aspek fungsional, melainkan juga dari sudut pandang simbolik dan emosional. Kualitas makanan, konsistensi rasa, kebersihan, dan daya tarik visual merupakan dimensi produk yang secara langsung memengaruhi penilaian konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan Baguio & Naelga (2024) yang menekankan pentingnya persepsi terhadap presentasi dan kualitas makanan dalam menentukan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan kantin universitas. Teori ini memberikan kerangka awal bahwa persepsi konsumen terhadap produk adalah hasil konstruksi dari berbagai aspek inderawi dan simbolik, yang kemudian dimaknai dalam konteks sosial kampus.

Dalam dimensi pelayanan, teori SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjadi acuan utama untuk mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Teori ini banyak diaplikasikan dalam sektor jasa termasuk di lingkungan pendidikan tinggi. Moralia et al. (2024) mengadaptasi model ini untuk

mengevaluasi layanan kantin universitas di Filipina dan menemukan bahwa dimensi empati dan keandalan sangat berpengaruh terhadap pembentukan kepuasan, sedangkan aspek fisik mendorong loyalitas. Dalam kerangka penelitian kualitatif, pendekatan SERVQUAL bukan digunakan untuk mengukur skor layanan, tetapi untuk memetakan dimensi pengalaman yang dirasakan mahasiswa dalam interaksi sosial mereka dengan staf dan lingkungan layanan.

Kepuasan konsumen sendiri tidak bisa dilepaskan dari teori *Disconfirmation of Expectations* yang menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk ketika persepsi atas realitas layanan sesuai atau melampaui harapan awal. Namun dalam konteks penelitian ini, kepuasan dipahami lebih luas sebagai proses afektif dan kognitif yang dibentuk oleh akumulasi pengalaman, sebagaimana dijelaskan oleh Raihen et al. (2023). Pendekatan ini menggarisbawahi pentingnya eksplorasi naratif dan refleksi konsumen dalam memahami bagaimana pengalaman makan di kantin berdampak terhadap kepuasan jangka panjang, loyalitas, dan persepsi nilai layanan.

Salah satu aspek penting yang sering terabaikan dalam studi kepuasan layanan kampus adalah lingkungan fisik. Konsep ini dapat dijelaskan melalui teori *Servicescape* yang dikembangkan oleh Bitner (1992), yang menekankan bahwa tata ruang, pencahayaan, suara, dan kebersihan memiliki pengaruh signifikan terhadap emosi dan perilaku konsumen. Dalam konteks kantin kampus, lingkungan fisik tidak hanya

menjadi latar aktivitas makan, tetapi juga bagian integral dari persepsi nilai layanan. Zou et al. (2024) mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa kenyamanan ruang makan di lingkungan universitas berkontribusi terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa dan membentuk loyalitas terhadap layanan kantin.

Selanjutnya, teori *perceived value* dan *price fairness* menjadi dasar dalam memahami bagaimana mahasiswa memaknai harga yang mereka bayarkan atas produk dan layanan. Menurut Afroza & Haque (2022), persepsi kesesuaian harga tidak hanya menyangkut nominal, tetapi juga mencakup penilaian atas kualitas, porsi, keragaman menu, dan bahkan suasana makan. Harga yang dianggap wajar dapat meningkatkan rasa dihargai, mendorong pembelian ulang, dan memperkuat loyalitas. Dalam pendekatan kualitatif, persepsi harga ini dipandang sebagai hasil dialog internal mahasiswa antara apa yang mereka bayar dan apa yang mereka rasakan, bukan sebagai perbandingan rasional semata.

Hubungan antara semua teori ini memperlihatkan bahwa kepuasan konsumen dalam konteks layanan kantin kampus bukanlah entitas tunggal, melainkan hasil interaksi antara persepsi terhadap kualitas produk, pengalaman pelayanan, persepsi nilai harga, serta lingkungan fisik tempat layanan berlangsung. Teori-teori tersebut menyediakan lensa interpretatif bagi peneliti untuk menggali makna di balik kepuasan mahasiswa, memahami dimensi pengalaman konsumsi

mereka, serta menyusun narasi yang dapat menjadi dasar rekomendasi perbaikan layanan secara holistik. Oleh karena itu, pendekatan teoritik ini sangat relevan dalam menjawab pertanyaan penelitian yang berfokus pada persepsi konsumen terhadap produk dan pelayanan serta keterkaitannya dengan pembentukan kepuasan di kantin Universitas Sali Al-Aitaam.

2.2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Penulis dan Tahun | Judul Penelitian | Metode dan Persamaan | Hasil dan Kesenjangan |
|----|--------------------------|--|--|--|
| 1 | (Nguyen et al., 2024) | <i>The influence of service quality on student satisfaction and student loyalty in Vietnam</i> | Kuantitatif. Menggunakan SEM untuk menguji hubungan kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas. | Citra institusi memperkuat hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa. Tidak membahas dimensi bauran produk secara mendalam, serta tidak menggunakan pendekatan kualitatif. |
| 2 | (Magasi et al., 2022) | <i>Service quality and students' satisfaction in Tanzania's higher education: A re-examination of SERVQUAL model</i> | Kuantitatif. Revisi dan pengujian ulang model SERVQUAL dalam konteks kampus. | Dimensi <i>tangibles</i> dan <i>reliability</i> dominan dalam membentuk kepuasan mahasiswa. Keterbatasan: tidak mengaitkan bauran produk dan belum menggali konteks lokal secara kualitatif. |
| 3 | (Adriatico et al., 2022) | <i>Service quality and customer satisfaction in dining restaurants</i> | Kualitatif eksploratif. Observasi dan wawancara pelanggan restoran kampus. | Pelayanan cepat dan interaksi positif staf menjadi kunci kepuasan. Namun, tidak memfokuskan pada lingkungan mahasiswa dan |

| | | | | |
|---|------------------------|---|---|---|
| | | | | aspek bauran produk kantin. |
| 4 | (Onsardi et al., 2021) | <i>Impact of Service Marketing on Student Decisions</i> | Kuantitatif. Analisis bauran pemasaran jasa dan dampaknya terhadap keputusan mahasiswa. | Aspek fisik, pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa. Belum mengeksplorasi pengalaman layanan makanan kampus secara kualitatif. |
| 5 | (Abbas, 2020) | <i>Service quality in higher education institutions: Qualitative evidence from the students' perspectives using Maslow hierarchy of needs</i> | Kualitatif. Wawancara mendalam menggunakan teori kebutuhan Maslow. Fokus pada persepsi kualitas layanan pendidikan. | Ditemukan bahwa pelayanan berkualitas membantu memenuhi kebutuhan dasar hingga aktualisasi diri mahasiswa. Namun, aspek spesifik layanan makanan dan konteks kantin belum dikaji. |

Sumber: Peneliti

Tabel penelitian terdahulu yang disusun mencerminkan perkembangan studi mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa, khususnya di lingkungan institusi pendidikan tinggi. Secara umum, penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa, namun sebagian besar studi masih menggunakan pendekatan kuantitatif dan belum secara mendalam mengeksplorasi aspek-aspek subjektif dari pengalaman konsumsi mahasiswa, terutama dalam konteks layanan makanan dan minuman di kantin kampus.

Studi oleh Nguyen et al. (2024) menyoroti hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas mahasiswa di Vietnam dengan

menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Meskipun hasilnya memperkuat pemahaman bahwa citra institusi dapat memperkuat dampak kualitas layanan terhadap kepuasan, studi ini memiliki keterbatasan karena tidak mengkaji dimensi produk secara khusus, serta tidak menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap persepsi mahasiswa sebagai konsumen. Penelitian ini lebih berfokus pada pelayanan secara umum dalam institusi pendidikan tanpa menyentuh aspek spesifik layanan kantin atau makanan kampus.

Magasi et al. (2022) melakukan pengujian ulang terhadap model SERVQUAL di lingkungan perguruan tinggi di Tanzania. Temuan mereka menunjukkan bahwa dimensi *tangibles* (aspek fisik) dan *reliability* (keandalan) merupakan faktor dominan dalam membentuk kepuasan mahasiswa. Meskipun demikian, pendekatan yang digunakan tetap berbasis angka dan instrumen terstruktur, sehingga belum menangkap konteks kultural dan pengalaman subjektif mahasiswa. Penelitian ini juga belum menyentuh dimensi bauran produk, seperti kualitas makanan, keberagaman menu, dan persepsi nilai atas produk yang menjadi fokus penting dalam layanan kantin.

Berbeda dari dua studi sebelumnya, Adriatico et al. (2022) menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif untuk menggali pengalaman pelanggan di restoran kampus. Studi ini berhasil mengidentifikasi bahwa pelayanan cepat dan interaksi positif antara

staf dan pelanggan menjadi faktor kunci dalam membangun kepuasan. Walaupun pendekatan ini lebih dekat dengan metode yang digunakan dalam penelitian Anda, konteksnya masih terbatas pada restoran kampus umum dan tidak secara eksplisit menelaah dimensi bauran produk atau kondisi khas layanan kantin di lingkungan akademik.

Penelitian oleh Onsardi et al. (2021) berupaya menganalisis dampak bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan. Penelitian ini memang menyentuh elemen bauran pemasaran seperti aspek fisik, pelayanan, dan promosi, tetapi pendekatannya tetap kuantitatif dan tidak menekankan eksplorasi terhadap pengalaman langsung mahasiswa dalam layanan makanan di kampus. Aspek emosional, sosial, dan interpretatif yang melekat dalam konsumsi makanan belum menjadi perhatian utama dalam studi ini.

Abbas (2020) menawarkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori hierarki kebutuhan Maslow sebagai landasan untuk memahami persepsi mahasiswa terhadap layanan pendidikan. Temuan dalam studi ini menunjukkan bahwa layanan berkualitas membantu mahasiswa memenuhi kebutuhan mulai dari yang paling dasar hingga aktualisasi diri. Walaupun menawarkan perspektif psikososial yang menarik, penelitian ini tidak secara spesifik membahas layanan kantin atau aspek makanan dan minuman sebagai bagian dari pengalaman mahasiswa di kampus.

Dari keseluruhan telaah, dapat disimpulkan bahwa terdapat kekosongan penelitian yang secara eksplisit mengeksplorasi bagaimana mahasiswa memaknai kualitas produk makanan dan pelayanan di kantin kampus melalui pendekatan kualitatif. Kebanyakan penelitian sebelumnya masih mengandalkan survei tertutup dan pendekatan statistik, sehingga belum mampu menangkap secara utuh pengalaman emosional, naratif, dan sosial yang menyertai proses konsumsi mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi celah dalam literatur, khususnya dengan fokus pada interaksi antara kualitas produk dan pelayanan serta dampaknya terhadap kepuasan mahasiswa di lingkungan kantin kampus yang bersifat informal dan sosial.

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan keterkaitan antara tiga konsep utama, yakni bauran pemasaran (produk), kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Alih-alih menganalisis hubungan kausal secara kuantitatif, penelitian ini berfokus pada eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan persepsi mahasiswa mengenai layanan yang diberikan oleh kantin kampus.

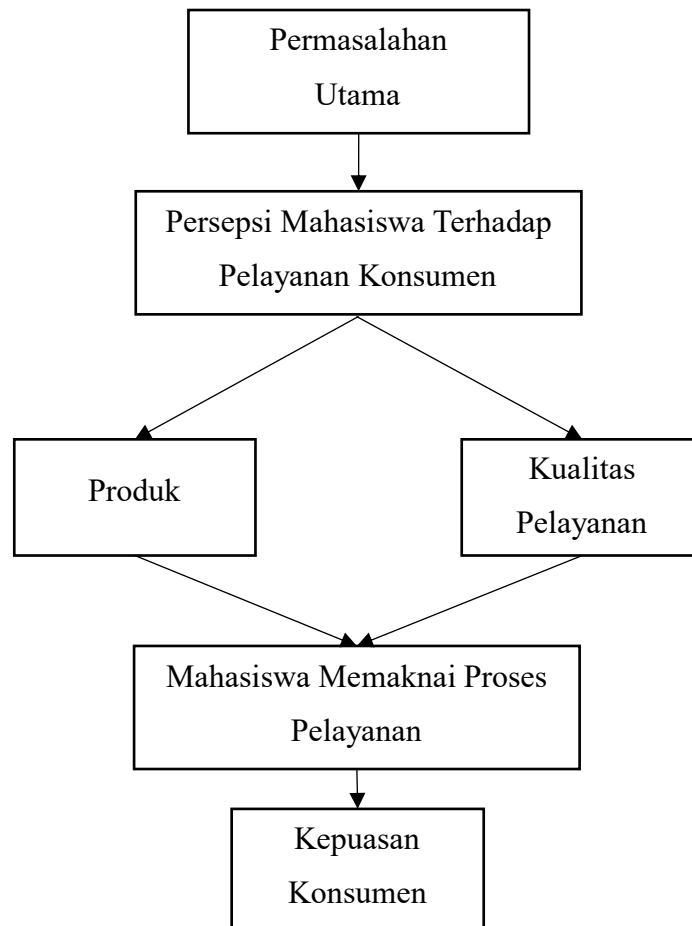
Aspek produk dalam bauran pemasaran mencakup kualitas makanan dan minuman, seperti cita rasa, variasi menu, kebersihan, dan kesesuaian harga. Persepsi mahasiswa terhadap elemen-elemen ini membentuk penilaian

awal terhadap layanan yang mereka terima dari kantin kampus. Sejalan dengan temuan (Afroza & Haque, 2022), kualitas makanan, kebersihan penyajian, dan kesesuaian harga menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan kantin. Penelitian ini menegaskan bahwa elemen produk tidak dapat dipisahkan dari persepsi kenyamanan dan kepercayaan mahasiswa dalam memilih tempat makan di lingkungan kampus.

Kualitas pelayanan dipahami berdasarkan lima dimensi model SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *assurance*, dan *tangibles*. Dalam konteks layanan kantin, dimensi ini diwujudkan dalam bentuk sikap ramah petugas, kebersihan lingkungan makan, kecepatan layanan, serta kemampuan menangani keluhan. Sebagaimana ditunjukkan oleh (Magasi et al., 2022), kualitas layanan memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan mahasiswa di pendidikan tinggi.

Kepuasan konsumen diposisikan sebagai hasil pemaknaan mahasiswa terhadap pengalaman mereka mengonsumsi makanan dan dilayani oleh petugas kantin. Kepuasan dalam konteks ini mencakup rasa puas setelah konsumsi, kecenderungan untuk kembali membeli, dan kemauan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Model ini didukung oleh pendekatan *expectation-confirmation theory* dan hasil eksploratif dari (Abbas, 2020), yang menekankan bahwa kepuasan tidak hanya berbasis fungsi, tetapi juga emosional dan sosial.

2.4. Kerangka Berfikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

Sumber: Peneliti

Sebagai konsumen aktif yang hidup dalam era digital dan kritis, mahasiswa memiliki ekspektasi tertentu terhadap pelayanan dan produk yang mereka konsumsi setiap hari. Ketika ekspektasi ini tidak terpenuhi baik dari sisi rasa makanan, keramahtamahan staf, atau suasana lingkungan muncul ketidakpuasan yang dapat berdampak pada loyalitas, reputasi, dan keberlangsungan kantin itu sendiri. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana persepsi mahasiswa terbentuk dan bagaimana mereka memaknai

pelayanan dan produk yang mereka terima. Kerangka berpikir ini dibangun di atas dua pilar utama: kualitas produk dan kualitas pelayanan. Keduanya merupakan faktor dominan yang memengaruhi pengalaman konsumsi mahasiswa.

Kualitas produk dalam konteks ini mencakup berbagai aspek seperti rasa makanan, porsi, kebersihan, daya tarik visual, dan konsistensi sajian. Mahasiswa sebagai konsumen menilai kualitas makanan bukan hanya dari segi rasa, tetapi juga dari apakah makanan tersebut disajikan secara higienis, memiliki harga yang sebanding dengan manfaat, dan tersedia dalam variasi menu yang sesuai dengan selera mereka. Ketika kualitas produk menurun, persepsi negatif dapat terbentuk bahkan sebelum mahasiswa menerima layanan dari staf kantin.

Kualitas pelayanan meliputi bagaimana mahasiswa dilayani oleh petugas kantin, baik dalam hal kecepatan penyajian, keramahan, kesigapan dalam menangani keluhan, hingga kemampuan dalam memberikan informasi. Mengacu pada teori SERVQUAL, pelayanan yang berkualitas harus mencerminkan lima dimensi penting: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan aspek fisik (*tangibles*). Dalam konteks kampus, pelayanan yang hangat, empatik, dan konsisten sangat penting karena interaksi antara mahasiswa dan petugas kantin membentuk kesan jangka panjang terhadap institusi itu sendiri.

Dua aspek utama ini produk dan pelayanan tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dan membentuk proses interpretatif di dalam diri

mahasiswa. Di sinilah letak pentingnya pendekatan kualitatif. Penelitian ini tidak hanya ingin mengetahui apakah mahasiswa puas atau tidak, tetapi lebih jauh menggali bagaimana mereka memaknai pelayanan yang mereka alami. Proses ini disebut sebagai "*student interpretive process*", yaitu bagaimana mahasiswa secara subjektif menafsirkan pengalaman mereka melalui lensa nilai-nilai personal, sosial, dan emosional. Mahasiswa yang merasa dilayani dengan baik meskipun produknya biasa saja, bisa saja memiliki persepsi positif. Sebaliknya, produk yang enak namun dilayani secara buruk dapat menghilangkan kepuasan secara keseluruhan. Oleh karena itu, pemaknaan ini sangat kontekstual dan tidak dapat direduksi ke dalam angka-angka kuantitatif semata.

Hasil dari proses interpretasi ini kemudian bermuara pada kepuasan konsumen. Dalam studi ini, kepuasan tidak dipahami sebagai selisih antara harapan dan kenyataan dalam pengertian sempit, tetapi sebagai konstruksi pengalaman yang kompleks. Mahasiswa yang puas tidak hanya merasa nyaman, tetapi juga cenderung menunjukkan loyalitas, memberikan rekomendasi, dan membentuk opini positif tentang kantin kepada teman-temannya. Dalam konteks kampus, opini ini dapat tersebar dengan cepat melalui media sosial dan obrolan sehari-hari, yang pada akhirnya turut menentukan citra kantin di mata mahasiswa lain.

Kerangka berpikir ini menempatkan pendekatan kualitatif sebagai landasan metodologis untuk memahami hubungan antar konsep secara mendalam. Dengan wawancara mendalam, diskusi kelompok, dan observasi,

peneliti dapat merekonstruksi bagaimana mahasiswa membentuk persepsi mereka terhadap layanan dan produk, serta bagaimana persepsi ini terakumulasi menjadi kepuasan atau ketidakpuasan.

Dengan demikian, hubungan logis yang dibangun dalam kerangka berpikir ini dimulai dari permasalahan utama berupa persepsi mahasiswa, kemudian dijelaskan melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan, dilanjutkan dengan pemaknaan oleh mahasiswa sebagai subjek, dan berakhir pada kepuasan konsumen sebagai hasil akhir dari keseluruhan proses konsumsi yang bersifat multidimensional. Pendekatan ini bukan hanya menjembatani teori dengan kenyataan sosial di lapangan, tetapi juga memberikan kontribusi praktis dan akademik untuk perbaikan layanan kantin kampus secara menyeluruh.

Tabel 2. 2 Relasi Logis Antar Konsep

| Konsep Utama | Subkonsep/Turunan | Relasi Logis |
|--|---|---|
| Kualitas Produk | Rasa, kebersihan, porsi, konsistensi, visualisasi makanan | Mahasiswa membentuk persepsi awal terhadap layanan berdasarkan pengalaman fisik terhadap makanan yang dikonsumsi. |
| Kualitas Pelayanan | Keramahan staf, kecepatan layanan, empati, kejelasan informasi, <i>tangibles</i> (lingkungan) | Pelayanan yang baik memperkuat persepsi positif, bahkan dapat menutupi kekurangan pada produk. Interaksi sosial sangat menentukan kualitas pengalaman. |
| Lingkungan Fisik (Servicescape) | Tata ruang, ventilasi, pencahayaan, kebersihan, kebisingan | Lingkungan fisik menjadi bagian dari persepsi layanan secara keseluruhan. Lingkungan yang mendukung meningkatkan kenyamanan dan persepsi nilai layanan. |
| Persepsi Harga (Price Fairness) | Kesesuaian harga dengan rasa, porsi, suasana, layanan | Mahasiswa menilai harga berdasarkan total pengalaman, bukan angka semata. Keadilan harga memengaruhi kepuasan dan loyalitas. |
| Proses Pemaknaan Mahasiswa | Interpretasi subjektif, pengalaman emosional, konteks sosial | Mahasiswa membentuk makna secara individual dan sosial terhadap produk dan pelayanan yang diterima, melalui interaksi dan pengalaman personal. |

| | | |
|--------------------------|---|--|
| Kepuasan Konsumen | Loyalitas, rekomendasi, pengulangan pembelian, pengalaman positif | Kepuasan merupakan hasil akhir dari interaksi antara produk, pelayanan, lingkungan, persepsi harga, dan pemaknaan pengalaman oleh mahasiswa. |
|--------------------------|---|--|

Sumber: Peneliti

Penelitian ini dilandasi oleh permasalahan utama mengenai ketidaksesuaian antara harapan mahasiswa dan pengalaman aktual mereka terhadap layanan kantin kampus, baik dari sisi produk makanan maupun pelayanan yang diterima. Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai konsumen memiliki ekspektasi terhadap rasa, kualitas, kenyamanan, dan interaksi sosial yang menyertai konsumsi makanan di lingkungan kampus. Ketika ekspektasi ini tidak terpenuhi, timbul ketidakpuasan yang berdampak pada loyalitas, persepsi, bahkan reputasi kantin secara keseluruhan.

Untuk memahami secara mendalam dinamika tersebut, penelitian ini dibangun atas lima konsep utama yang saling berkaitan dan relevan secara teoritik maupun empiris: produk dalam bauran pemasaran, kualitas pelayanan (SERVQUAL), persepsi kesesuaian harga, lingkungan fisik layanan (*servicescape*), dan kepuasan konsumen.

Konsep produk merujuk pada dimensi fungsional dan emosional dari makanan dan minuman yang disediakan di kantin, seperti rasa, kebersihan, konsistensi, dan daya tarik visual. Berdasarkan teori *marketing mix* dari Kotler & Keller (2021), persepsi terhadap produk tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik fisik, tetapi juga oleh konteks sosial di mana produk tersebut dikonsumsi.

Konsep kualitas pelayanan dianalisis menggunakan model SERVQUAL dari Parasuraman et al., yang menekankan lima dimensi penting: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dalam konteks kantin kampus, interaksi antara mahasiswa dan petugas layanan menjadi penentu utama persepsi kualitas, di mana pelayanan yang ramah dan responsif lebih mungkin membentuk pengalaman positif.

Selanjutnya, konsep persepsi kesesuaian harga dijelaskan melalui teori *price fairness* dan *perceived value* (Afroza & Haque, 2022), yang menyatakan bahwa konsumen tidak hanya menilai harga dari jumlah nominal, tetapi dari manfaat keseluruhan yang mereka rasakan. Mahasiswa, sebagai kelompok dengan sensitivitas harga tinggi, akan menilai apakah harga yang dibayarkan sepadan dengan rasa, porsi, suasana, dan layanan yang mereka terima.

Lingkungan fisik atau *servicescape* (Bitner, 1992) juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan kenyamanan mahasiswa. Tata ruang, pencahayaan, ventilasi, kebersihan, dan suasana menjadi elemen yang berkontribusi pada pembentukan pengalaman konsumsi yang menyeluruh. Lingkungan yang tidak nyaman dapat memperburuk persepsi mahasiswa terhadap makanan maupun pelayanan, meskipun aspek teknisnya cukup baik.

Kelima konsep ini berkontribusi secara simultan terhadap pembentukan kepuasan konsumen, yang dipahami sebagai proses afektif dan kognitif (Raihen et al., 2023). Kepuasan tidak hanya terjadi karena pencapaian harapan rasional, tetapi juga karena pengalaman sosial, emosional, dan nilai-nilai yang dibentuk selama interaksi layanan.

Pendekatan kualitatif deskriptif dalam penelitian ini menjadi penting karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap narasi dan persepsi mahasiswa yang tidak bisa diwakili oleh angka. Melalui wawancara mendalam dan observasi, peneliti dapat menggali bagaimana mahasiswa memaknai kualitas makanan, pelayanan, dan keseluruhan pengalaman di kantin kampus sebagai bagian dari kehidupan sosial mereka. Dengan demikian, kerangka berpikir ini menjembatani teori dan realitas sosial mahasiswa, serta menjadi fondasi analisis yang kontekstual dan berorientasi pada makna.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran produk dan kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan mereka di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam. Penelitian ini dilaksanakan di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam, yang beralamat di Jalan Aceng Sali, Kampung Ciganitri, Desa Cipagalo, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Kantin ini dipilih karena merupakan bagian penting dari aktivitas harian mahasiswa dan staf kampus. Selain menyediakan konsumsi harian, kantin juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial yang sarat akan pengalaman langsung konsumen terhadap produk dan pelayanan yang tersedia. Kantin ini dikenal sebagai “kantin jujur” dengan konsep layanan berbasis kepercayaan, menjadikannya tempat yang unik dan kaya untuk dieksplorasi secara kualitatif.

3.1.2. Waktu Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Waktu Penelitian

| No. | Tahap Kegiatan | Waktu Pelaksanaan | Keterangan |
|------------|--|--------------------------|--|
| 1 | Penyusunan instrumen penelitian (panduan | 1–5 Juli 2025 | Finalisasi instrumen sebelum turun ke lapangan |

| | | | |
|---|---|--------------------|---|
| | wawancara, lembar observasi, dll) | | |
| 2 | Uji coba (pilot study) instrumen | 6–8 Juli 2025 | Dilakukan pada 2–3 mahasiswa untuk memastikan kelayakan |
| 3 | Revisi instrumen berdasarkan hasil uji coba | 9–10 Juli 2025 | Penyesuaian pertanyaan atau pendekatan wawancara |
| 4 | Pengumpulan data (wawancara mendalam & observasi) | 11–25 Juli 2025 | Fokus pada 10–15 partisipan mahasiswa |
| 5 | Transkripsi data wawancara | 26–30 Juli 2025 | Dikerjakan secara paralel dengan pengumpulan data |
| 6 | Koding awal dan analisis tematik | 1–7 Agustus 2025 | Menggunakan pendekatan coding terbuka dan axial |
| 7 | Penyusunan temuan dan interpretasi data | 8–14 Agustus 2025 | Merumuskan pola, kategori, dan makna utama |
| 8 | Penyusunan laporan hasil penelitian | 15–25 Agustus 2025 | Disusun secara naratif, deskriptif, dan reflektif |
| 9 | Revisi dan finalisasi laporan | 26–30 Agustus 2025 | Termasuk konsultasi dengan pembimbing |

Sumber: Peneliti

3.2. Informan

3.2.1. Target Informan

Target informan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendekatan *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja dengan mempertimbangkan bahwa mereka memiliki pengalaman, pemahaman, dan keterlibatan langsung terhadap objek yang diteliti, yaitu produk dan pelayanan di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam. Adapun target informan terbagi dalam dua kategori sebagai berikut:

- 1) Informan pertama adalah mahasiswa aktif Universitas Sali Al-Aitaam yang pernah atau rutin menggunakan layanan kantin dalam satu hingga tiga bulan terakhir. Mereka dipilih karena memiliki pengalaman langsung dalam mengonsumsi produk makanan dan minuman serta menerima pelayanan yang

diberikan di kantin. Informan mahasiswa diharapkan mampu memberikan gambaran mendalam mengenai persepsi mereka terhadap kualitas produk, interaksi layanan, serta sejauh mana kepuasan mereka terbentuk berdasarkan pengalaman tersebut.

- 2) Kelompok informan kedua adalah pihak penyedia layanan, yang terdiri dari staf kantin atau pengelola yang secara langsung terlibat dalam proses pelayanan dan penyediaan produk di kantin Universitas Sali Al-Aitaam. Mereka memiliki peran penting dalam merancang, menyajikan, dan memastikan kualitas layanan kepada mahasiswa sebagai konsumen.

3.2.2. Prosedur Rekrutment Informan

Prosedur rekrutmen informan dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan prinsip-prinsip pendekatan kualitatif, khususnya teknik purposive sampling. Tujuan dari pemilihan informan secara purposif adalah untuk memastikan bahwa partisipan yang dilibatkan benar-benar memiliki pengalaman, keterlibatan, dan pemahaman yang relevan terhadap fenomena yang diteliti, yaitu persepsi terhadap bauran pemasaran produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam.

Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan identifikasi calon informan melalui observasi awal dan penjajakan informal di lokasi penelitian. Dalam tahap ini, peneliti memperhatikan mahasiswa yang tampak aktif menggunakan layanan kantin serta menjalin

komunikasi dengan petugas atau pengelola kantin untuk mengidentifikasi individu yang memenuhi kriteria sebagai informan potensial.

Setelah identifikasi dilakukan, peneliti melanjutkan dengan pendekatan personal dan komunikasi awal kepada calon informan. Peneliti akan menjelaskan maksud dan tujuan penelitian, serta memberikan penegasan bahwa partisipasi bersifat sukarela dan informan memiliki hak untuk menolak atau mengundurkan diri dari penelitian tanpa konsekuensi apa pun. Informan juga akan diberikan gambaran tentang proses wawancara, durasi, serta jaminan kerahasiaan identitas.

Langkah berikutnya adalah mengonfirmasi kesediaan partisipasi dan menjadwalkan waktu wawancara yang disesuaikan dengan kenyamanan informan. Peneliti kemudian akan melaksanakan wawancara mendalam secara langsung dan merekam prosesnya dengan persetujuan dari informan. Selama proses pengumpulan data berlangsung, rekrutmen informan akan dilakukan secara bertahap hingga mencapai titik jenuh (*saturation point*), yaitu ketika informasi yang diperoleh mulai bersifat berulang dan tidak lagi memberikan data baru yang relevan. Jika dalam proses wawancara awal informasi yang diperoleh masih belum mencukupi, peneliti akan menambah jumlah informan dengan kriteria serupa.

Prosedur ini diterapkan baik untuk kelompok informan mahasiswa sebagai konsumen maupun kelompok pengelola atau staf kantin sebagai penyedia layanan, dengan pendekatan yang sesuai pada masing-masing kelompok.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kualitatif yang bersifat eksploratif, bertujuan untuk memahami pengalaman dan persepsi informan secara mendalam. Teknik pengumpulan data disesuaikan dengan karakteristik pendekatan kualitatif, yakni tidak berorientasi pada angka atau pengukuran statistik, tetapi pada makna dan narasi pengalaman subjek penelitian. Terdapat tiga teknik utama yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

- 1) Wawancara mendalam menjadi teknik utama dalam pengumpulan data kualitatif. Peneliti akan melakukan wawancara secara semi-terstruktur kepada mahasiswa sebagai konsumen dan staf/pengelola kantin sebagai penyedia layanan. Pertanyaan disusun secara terbuka, fleksibel, dan bertahap untuk menggali informasi secara natural, dengan fokus pada persepsi terhadap produk, pengalaman menerima layanan, serta konstruksi kepuasan. Wawancara akan dilakukan secara langsung (tatap muka) di lingkungan kampus atau tempat netral yang disepakati bersama, dan akan direkam (dengan persetujuan informan) untuk keperluan transkripsi dan analisis data lebih lanjut.

- 2) Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi partisipatif langsung terhadap aktivitas dan interaksi yang terjadi di kantin, termasuk bagaimana mahasiswa berinteraksi dengan staf kantin, situasi penyajian makanan, dan suasana pelayanan. Observasi ini bertujuan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan untuk menangkap informasi non-verbal yang mungkin tidak terungkap secara lisan. Observasi akan dilakukan secara terbuka, di mana informan mengetahui keberadaan peneliti.
- 3) Dokumentasi digunakan sebagai teknik tambahan untuk memperkuat data dari wawancara dan observasi. Dokumen yang dapat dikumpulkan antara lain foto suasana kantin, brosur/menu makanan, papan informasi harga, atau catatan internal dari pengelola kantin. Dokumen ini akan dianalisis secara kontekstual untuk melihat kesesuaian antara informasi tertulis/visual dengan narasi yang disampaikan oleh informan.

3.4. Validitas dan Reabilitas Data

Untuk menjamin kualitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat kriteria yang dikembangkan oleh Lincoln dan Guba (1985), yaitu: *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

3.4.1. Kredibilitas (Credibility)

Untuk memastikan kredibilitas data, peneliti menggunakan beberapa strategi, antara lain:

- 1) Triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari informan mahasiswa dengan data dari informan pengelola kantin.

- 2) Observasi partisipatif, guna memverifikasi kesesuaian antara ucapan informan dan perilaku nyata di lapangan.
- 3) Member checking, yaitu mengembalikan hasil sementara wawancara kepada informan untuk dikonfirmasi dan dikoreksi bila diperlukan.

3.4.2. Transferabilitas (Transferability)

Transferabilitas berkaitan dengan sejauh mana temuan penelitian dapat diterapkan atau direplikasi dalam konteks lain. Untuk mendukung aspek ini, peneliti menyajikan deskripsi konteks penelitian secara detail dan menyeluruh, seperti latar sosial kampus, profil kantin, karakteristik konsumen, serta proses interaksi yang terjadi. Dengan begitu, pembaca dapat menilai sendiri relevansi temuan dalam konteks yang berbeda.

3.4.3. Dependabilitas (Dependability)

Dependabilitas menunjukkan bahwa proses penelitian dilakukan secara sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti membuat catatan proses penelitian secara lengkap, mulai dari perencanaan, pengumpulan data, hingga analisis. Dokumentasi ini disusun agar jika penelitian diulang oleh peneliti lain dengan konteks dan informan yang serupa, hasil yang diperoleh akan tetap konsisten.

3.4.4. Konfirmabilitas (Confirmability)

Konfirmabilitas mengacu pada objektivitas peneliti dalam menginterpretasikan data. Untuk menjamin konfirmabilitas, peneliti:

- 1) Menjaga jarak dari bias pribadi selama wawancara dan analisis.
- 2) Mendokumentasikan semua proses dan alasan pengambilan keputusan analitik.
- 3) Menyediakan jejak audit (*audit trail*) berupa transkrip wawancara, dan catatan lapangan.

3.5. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengolahan data bertujuan untuk mengorganisir dan menyusun data mentah menjadi bentuk yang lebih terstruktur, sistematis, dan bermakna sehingga dapat dianalisis lebih lanjut. Proses pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan setelah tahap pengumpulan data selesai, khususnya dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

- 1) Transkripsi Data, seluruh hasil wawancara yang telah direkam (dengan persetujuan informan) akan ditranskripsi secara verbatim, yaitu ditulis ulang sesuai dengan kata-kata informan secara lengkap dan apa adanya. Transkripsi dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan pengkodean, analisis tema, serta triangulasi data.
- 2) Reduksi Data, Reduksi data adalah proses menyaring informasi yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti akan memilah bagian-bagian penting dari transkrip wawancara dan catatan observasi yang berhubungan langsung dengan tiga konsep utama: persepsi terhadap produk, pengalaman pelayanan, dan kepuasan konsumen.

Informasi yang tidak relevan akan disisihkan, sementara yang penting disorot dan diklasifikasikan.

- 3) **Koding Data**, adalah proses memberi label atau kode pada bagian-bagian data yang memiliki makna tertentu. Kode ini bisa berupa kata, frasa, atau simbol yang mewakili tema atau isu tertentu. Misalnya, tanggapan mahasiswa tentang "menu tidak bervariasi" dapat diberi kode: variasi rendah, sedangkan respon tentang "staf ramah" bisa diberi kode: layanan empatik. Proses koding ini membantu dalam mengidentifikasi pola atau kategori dalam data.
- 4) **Kategorisasi dan Pengelompokan**, setelah data diberi kode, peneliti akan mengelompokkan data ke dalam kategori-kategori yang lebih besar sesuai dengan dimensi yang diteliti. Misalnya: kategori kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Kategori ini akan menjadi dasar dalam proses analisis tematik.
- 5) **Penyusunan Matriks atau Tabel Tematik**, untuk memudahkan dalam membaca keterkaitan antar data, peneliti akan menyusun data yang telah dikoding ke dalam bentuk matriks atau tabel. Ini bertujuan agar pola-pola atau hubungan antar tema dapat terlihat lebih jelas dan sistematis sebelum dilakukan interpretasi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam yang berlokasi di Jalan Aceng Sali, Kampung Ciganitri, Desa Cipagalo, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Kantin ini merupakan salah satu fasilitas penting yang menunjang aktivitas harian sivitas akademika, khususnya mahasiswa sebagai pengguna layanan utama. Selain menyediakan makanan dan minuman, kantin juga menjadi ruang interaksi sosial yang dinamis, tempat mahasiswa beristirahat, berdiskusi, bahkan mengerjakan tugas.



Gambar 4. 1 Kantin Universitas Sali Al-Aitaam

Sumber: Peneliti

Kantin Universitas Sali Al-Aitaam memiliki karakteristik yang unik karena mengusung konsep “kantin jujur” yang berbasis pada prinsip kepercayaan. Artinya, mahasiswa dapat mengambil makanan dan melakukan pembayaran secara mandiri dengan mengedepankan kejujuran. Konsep ini memberikan nilai moral tambahan bagi kampus, namun pada praktiknya tetap memerlukan sistem pelayanan dan produk yang berkualitas agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Fasilitas yang tersedia di kantin cukup sederhana, terdiri dari beberapa meja makan, area penyajian makanan, serta dapur terbuka yang memungkinkan mahasiswa melihat langsung proses pelayanan.

Dalam kesehariannya, kantin ini melayani ratusan mahasiswa dari berbagai program studi di Fakultas Vokasi. Menu yang disediakan umumnya merupakan makanan rumahan dengan harga yang relatif terjangkau, menyesuaikan dengan daya beli mahasiswa. Meskipun demikian, variasi menu, konsistensi rasa, kebersihan, serta interaksi layanan dari staf kantin menjadi faktor yang kerap diperbincangkan oleh mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui percakapan informal.

Kondisi fisik kantin mencerminkan karakter unit usaha kecil nonformal di lingkungan pendidikan. Dengan luas ruangan yang terbatas, suasana kantin pada jam-jam sibuk sering kali menjadi cukup padat. Ventilasi dan pencahayaan alami tersedia, namun belum sepenuhnya optimal untuk memberikan kenyamanan maksimal. Hal ini

menjadi salah satu aspek penting yang turut diamati dalam penelitian ini karena berkaitan langsung dengan persepsi mahasiswa terhadap kualitas lingkungan fisik layanan (*servicescape*).

Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kantin kampus merupakan titik strategis untuk mengeksplorasi pemahaman konsumen dalam konteks layanan sederhana namun sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti berupaya menangkap makna yang dibangun oleh mahasiswa atas pengalaman mereka berinteraksi dengan produk dan pelayanan yang disediakan oleh kantin. Observasi terhadap kondisi tempat, suasana pelayanan, serta proses konsumsi makanan menjadi bagian penting dalam mendukung analisis tematik pada bab ini.

4.1.2. Karakteristik Umum Informan Penelitian

Dalam rangka memperoleh data yang mendalam dan relevan mengenai persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran (produk) dan kualitas pelayanan kantin Universitas Sali Al-Aitaam, peneliti melibatkan sebanyak 20 orang informan. Seluruh informan merupakan mahasiswa aktif Universitas Sali Al-Aitaam yang dipilih secara purposive, dengan mempertimbangkan kesesuaian pengalaman mereka terhadap fokus penelitian. Pemilihan dilakukan secara selektif agar setiap informan benar-benar memiliki pengalaman langsung dan pemahaman yang cukup terhadap layanan kantin kampus.

Dilihat dari karakteristik usia, para informan berada dalam rentang usia 19 hingga 24 tahun, yang mencerminkan kelompok usia

mayoritas mahasiswa vokasi di Indonesia. Usia tersebut merupakan fase perkembangan yang penting dalam membentuk preferensi konsumsi dan kemampuan reflektif terhadap pengalaman layanan, sehingga menjadi dasar pertimbangan utama dalam pemilihan informan.

Dari segi jenis kelamin, informan terdiri dari 11 perempuan dan 9 laki-laki, yang menunjukkan komposisi yang cukup seimbang. Variasi jenis kelamin ini memberikan keragaman perspektif dalam mengevaluasi layanan kantin, karena adanya kemungkinan perbedaan persepsi berdasarkan sensitivitas gender terhadap aspek seperti kebersihan, kecepatan pelayanan, maupun kenyamanan tempat makan.

Informan berasal dari berbagai program studi di lingkungan Fakultas Vokasi Universitas Sali Al-Aitaam, di antaranya adalah Ilmu Komunikasi, Hukum, Kebidanan, Manajemen, Administrasi Rumah Sakit, dan Bisnis Digital. Latar belakang pendidikan ini memperkaya sudut pandang terhadap objek penelitian karena masing-masing bidang studi membawa pendekatan berpikir dan pengalaman konsumsi yang berbeda-beda. Mahasiswa dari jurusan kebidanan, misalnya, lebih menekankan aspek higienitas makanan, sementara mahasiswa jurusan manajemen cenderung kritis terhadap sistem pelayanan dan efisiensi.

Seluruh informan berstatus sebagai mahasiswa penuh waktu, yang secara aktif mengikuti perkuliahan dan memanfaatkan fasilitas kampus, termasuk kantin. Mereka tersebar dari semester 3 hingga

semester 8, dengan frekuensi kunjungan ke kantin yang bervariasi, mulai dari 2 hingga 5 kali per minggu. Kondisi ini menunjukkan bahwa informan memiliki cukup banyak pengalaman aktual dalam menggunakan layanan kantin, baik untuk kebutuhan konsumsi harian maupun aktivitas sosial seperti diskusi kelompok atau istirahat antar mata kuliah.

Dalam konteks penelitian ini, informan diklasifikasikan ke dalam satu kategori besar, yaitu sebagai konsumen aktif layanan kantin kampus. Mereka adalah pengguna langsung dari layanan yang diteliti dan memiliki pengalaman empiris yang cukup untuk mengevaluasi aspek produk dan pelayanan yang diberikan. Kategori ini dipilih karena berfokus pada pengalaman nyata dan persepsi individu terhadap kualitas layanan, bukan hanya pendapat teoritis atau asumsi umum.

Dasar pemilihan informan didasarkan pada kriteria inklusif, yaitu mahasiswa aktif yang telah menggunakan layanan kantin kampus secara rutin dan bersedia memberikan informasi secara jujur dan terbuka. Sementara itu, kriteria eksklusif meliputi mahasiswa yang belum pernah menggunakan layanan kantin, atau tidak bersedia terlibat dalam proses wawancara mendalam. Kriteria ini bertujuan untuk menjaga kualitas dan kedalaman data yang diperoleh, serta memastikan bahwa setiap informan benar-benar memahami konteks yang diteliti.

Seluruh proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, yang memungkinkan peneliti menggali lebih dalam

pengalaman subjektif informan, persepsi mereka terhadap kualitas makanan dan minuman, sistem pelayanan, serta faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka sebagai konsumen. Dengan melibatkan 20 informan yang berasal dari latar belakang yang beragam namun relevan, penelitian ini berhasil mencapai titik jenuh data (*data saturation*), di mana informasi yang diperoleh sudah mulai berulang dan tidak lagi menambah temuan baru secara signifikan.

Jumlah informan sebanyak 20 orang dinilai cukup memadai dalam pendekatan kualitatif karena bukan kuantitas yang menjadi ukuran utama, melainkan kualitas dan kedalaman data. Keberagaman karakteristik informan juga mendukung kekayaan narasi yang dibutuhkan untuk menyusun analisis tematik yang komprehensif. Oleh karena itu, kelompok informan ini telah mencukupi kebutuhan eksplorasi makna atas pengalaman konsumsi dan layanan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

4.1.3. Proses Pengumpulan dan Pengolahan Data

Proses pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dan terencana dengan pendekatan kualitatif yang menekankan pada kedalaman makna, pengalaman subjektif, dan pemahaman kontekstual dari para informan. Seluruh tahapan dilaksanakan selama bulan Juli hingga awal Agustus 2025, bertempat di lingkungan Kantin Universitas Sali Al-Aitaam, Kampung Ciganitri, Kabupaten Bandung. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat aktivitas konsumsi mahasiswa, serta menjadi fokus utama dari

penelitian mengenai persepsi terhadap bauran pemasaran produk dan kualitas pelayanan kantin.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua teknik utama, yaitu wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi partisipatif. Wawancara mendalam dilakukan terhadap 20 orang informan, yang merupakan mahasiswa aktif dari berbagai program studi dan tingkat semester, yang dipilih berdasarkan kriteria inklusi tertentu. Teknik wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan terbuka, sehingga informan dapat berbicara secara bebas dan reflektif mengenai pengalaman mereka sebagai pengguna layanan kantin. Selama proses wawancara, peneliti menggunakan alat perekam audio digital untuk mendokumentasikan percakapan dengan persetujuan informan. Selain itu, peneliti juga mencatat berbagai ekspresi, gestur, dan nuansa non-verbal dalam catatan lapangan manual guna memperkaya interpretasi data.

Sementara itu, observasi partisipatif dilakukan dengan cara peneliti secara langsung hadir di lingkungan kantin dan mengamati interaksi antara penyedia layanan dan mahasiswa. Observasi ini bertujuan untuk menangkap konteks nyata dari proses pelayanan, penyajian produk, serta suasana ruang makan. Peneliti mengamati hal-hal seperti antrean, kebersihan area makan, responsivitas petugas kantin, dan ekspresi mahasiswa saat mengakses layanan. Observasi

dilakukan pada waktu-waktu berbeda, terutama pada jam makan siang dan sore hari, ketika aktivitas konsumsi berada pada titik paling tinggi.

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah pengolahan data, yang dimulai dengan proses transkripsi hasil wawancara secara verbatim, yakni menuliskan kembali seluruh isi rekaman sesuai dengan ucapan informan secara lengkap dan tanpa perubahan. Transkripsi dilakukan dengan hati-hati dan berulang kali diverifikasi melalui pencocokan dengan rekaman audio untuk memastikan akurasi dan kelengkapan data. Transkrip ini menjadi bahan utama dalam proses analisis lanjutan.

Tahap berikutnya adalah reduksi data, di mana peneliti menyeleksi informasi yang paling relevan dengan fokus penelitian, yakni persepsi terhadap produk, pengalaman pelayanan, dan tingkat kepuasan konsumen. Bagian-bagian narasi yang tidak berkaitan secara langsung, seperti pengulangan atau informasi yang bersifat umum, disisihkan agar analisis lebih terarah dan tajam. Selanjutnya, peneliti melakukan koding data, yaitu memberikan label atau tanda tertentu pada potongan-potongan data yang mengandung makna penting. Kode ini membantu mengidentifikasi tema yang berulang, seperti “menu tidak bervariasi,” “kebersihan tempat,” atau “pelayanan ramah.”

Proses koding dilakukan secara manual tanpa menggunakan perangkat lunak bantu seperti NVivo atau ATLAS.ti, tetapi tetap mempertahankan sistematika dan konsistensi antar informan. Kode-

kode yang serupa kemudian dikelompokkan ke dalam kategori besar, misalnya kategori *kualitas produk*, *layanan pelanggan*, dan *kepuasan konsumen*. Kategori ini kemudian dianalisis secara menyeluruh menggunakan pendekatan analisis tematik, yang bertujuan mengungkap makna yang tersembunyi dan keterkaitan antar tema.

Untuk memudahkan pembacaan keterkaitan data, peneliti menyusun matriks tematik yang merangkum hasil koding berdasarkan informan dan isu yang diangkat. Matriks ini digunakan untuk melihat pola umum, perbedaan pandangan, serta kecenderungan narasi tertentu yang dominan. Proses akhir dari pengolahan data adalah interpretasi, yakni penarikan makna dan penjelasan temuan berdasarkan teori-teori yang telah dibahas di bab sebelumnya. Interpretasi dilakukan secara reflektif, kontekstual, dan tetap mengacu pada narasi asli dari para informan.

Dengan tahapan yang terstruktur ini, proses pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran yang mendalam, otentik, dan representatif mengenai persepsi mahasiswa terhadap produk dan pelayanan di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam.

4.1.4. Deskripsi Temuan Penelitian

Hasil dari analisis data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap bauran pemasaran (produk) dan kualitas pelayanan kantin Universitas Sali Al-Aitaam membentuk pemahaman

yang kompleks, mencakup dimensi fungsional, emosional, dan sosial dalam pengalaman konsumsi. Secara umum, temuan utama menunjukkan bahwa terdapat tiga aspek dominan yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen mahasiswa, yaitu: kualitas produk yang ditawarkan, bentuk pelayanan yang diterima, dan nilai kenyamanan yang dirasakan selama berada di lingkungan kantin.

Tabel 4. 1 Analisis Temuan

| Kategori Temuan | Subtema Utama | Jumlah Informan yang Menyebutkan |
|---------------------------|--|---|
| Kualitas Produk | Variasi menu rendah, rasa tidak konsisten, harga terjangkau | 16 dari 20 informan |
| Pelayanan Konsumen | Keramahan staf, pelayanan cepat, kurang konsisten saat ramai | 18 dari 20 informan |
| Kenyamanan dan Lingkungan | Kantin sempit, kebersihan, ventilasi buruk | 14 dari 20 informan |

Sumber: Peneliti

Pertama, dari segi kualitas produk, sebagian besar mahasiswa menyampaikan bahwa makanan yang disediakan cukup bervariasi, namun dalam beberapa kasus muncul keluhan terkait konsistensi rasa dan kebersihan penyajian. Beberapa informan merasa bahwa menu yang disediakan cenderung berulang, dengan sedikit inovasi dalam varian makanan. Hal ini berdampak pada penurunan minat mahasiswa untuk makan di kantin secara rutin. Selain itu, penampilan makanan yang kurang menarik dan keterbatasan pilihan menu untuk mahasiswa dengan preferensi khusus (seperti vegetarian atau diet tertentu) menjadi catatan yang cukup penting. Meskipun begitu, sebagian besar

mahasiswa mengakui bahwa harga makanan tergolong terjangkau dan sepadan dengan kualitas yang diterima, sehingga tetap menjadi pilihan utama dibandingkan makan di luar kampus. Hal ini tergambar dari pernyataan salah satu informan:

— *“Menurut saya makanannya itu-itu aja, kurang variasi. Kadang bosan juga sih, karena kayak nggak banyak pilihan.”*
(Responden 4, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Semester 6)

Selain itu, kualitas rasa juga menjadi sorotan penting. Beberapa responden menyampaikan bahwa meskipun harganya ramah di kantong, rasa makanan tidak selalu konsisten setiap hari:

— *“Kadang rasanya enak, tapi kadang juga hambar banget. Jadi nggak bisa nebak hari ini masakannya bagus atau nggak.”*
(Responden 9, Mahasiswa Kebidanan Semester 6)

Namun demikian, ada juga responden yang menyampaikan kepuasan terhadap porsi dan harga yang dinilai cukup sepadan:

— *“Kalau dari harga sih oke, cocok sama kantong mahasiswa. Porsinya juga pas, nggak kurang.”*
(Responden 12, Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Semester 8)

Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan dimensi penting yang berpengaruh terhadap kepuasan, namun masih terdapat ketidakkonsistenan dalam pengalaman konsumen.

Kedua, aspek pelayanan menjadi dimensi yang sangat menentukan dalam membentuk persepsi konsumen. Mayoritas informan mengapresiasi keramahan staf kantin, serta kecepatan dalam proses pelayanan. Beberapa informan menyebutkan bahwa kehadiran pelayan yang ramah, tanggap terhadap permintaan, dan bersikap sopan

memberikan pengalaman emosional positif yang memperkuat loyalitas mereka sebagai pelanggan. Namun demikian, ditemukan juga beberapa keluhan mengenai pelayanan yang dianggap kurang konsisten, terutama pada jam-jam sibuk, di mana petugas tampak kewalahan dan kurang responsif. Hal ini memunculkan persepsi bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya stabil, tergantung pada situasi waktu dan jumlah pengunjung.

Mayoritas responden merasakan interaksi yang positif, terutama dari segi keramahan dan sikap sopan. Hal ini tercermin dalam kutipan berikut:

— *“Pelayanannya bagus, ramah-ramah kok orang kantinnya. Kalau minta tambah kuah juga dikasih, nggak galak.”* **(Responden 1, Mahasiswa Hukum Semester 4)**

Beberapa responden juga menyebutkan bahwa pada saat jam makan siang atau ketika pengunjung ramai, pelayanan menjadi lebih lambat dan kurang responsif:

— *“Waktu rame sih ya agak lama nunggu makanannya. Kadang suka dilayanin buru-buru juga, jadi nggak sempat nanya ini itu.”* **(Responden 7, Mahasiswa Bisnis Digital Semester 6)**

Sikap petugas kantin yang komunikatif dan tidak kasar menjadi salah satu faktor positif yang sangat diapresiasi, bahkan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa untuk tetap memilih makan di kantin:

— *“Saya sih tetap ke kantin kampus karena udah nyaman sama yang jual. Orangnya enak diajak ngobrol.”* **(Responden 14, Mahasiswa Bisnis Digital Semester 6)**

Pelayanan yang empatik dan personal terbukti menjadi salah satu kunci pembentuk pengalaman emosional yang positif bagi konsumen mahasiswa.

Ketiga, temuan juga mengungkapkan pentingnya faktor kenyamanan fisik dan sosial dalam lingkungan kantin. Mahasiswa mengharapkan kantin tidak hanya sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai ruang untuk beristirahat, berdiskusi, dan bersosialisasi. Suasana yang bersih, rapi, dan tidak bising sangat diinginkan, namun pada kenyataannya, beberapa mahasiswa menilai bahwa ventilasi kurang optimal, penataan meja sempit, dan kebersihan lantai kurang terjaga pada jam sibuk.

Ini menjadi salah satu penyebab mahasiswa enggan berlama-lama di kantin atau memilih membawa makanan ke luar. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh produk dan pelayanan semata, tetapi juga oleh kualitas *servicescape* atau kondisi fisik tempat konsumsi.

Lingkungan fisik kantin juga menjadi tema yang sering dibahas oleh informan. Sebagian besar merasa bahwa ruang makan terlalu sempit dan kurang nyaman untuk berlama-lama. Suasana pada jam sibuk terasa sumpek dan tidak kondusif untuk istirahat:

— *“Kalau lagi rame tuh pengap banget. Mejanya sempit, bangkunya juga deket-deketan.” (Responden 6, Mahasiswa Bisnis Digital Semester 6)*

Faktor kebersihan juga menjadi perhatian beberapa mahasiswa, terutama saat petugas belum sempat membersihkan meja yang sudah dipakai sebelumnya:

— *“Kadang saya suka males makan di tempat karena mejanya masih kotor. Jarang dilap langsung.” (Responden 11, Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Semester 8)*

Namun ada pula responden yang tetap menganggap kantin sebagai tempat yang cukup layak untuk makan dan bersosialisasi, meski tidak ideal:

— *“Ya lumayan lah buat istirahat sama temen-temen, asal nggak rame aja.” (Responden 17, Mahasiswa Bisnis Digital Semester 8)*

Kondisi fisik kantin menunjukkan adanya keterbatasan dalam hal tata ruang dan sirkulasi udara, yang berpengaruh terhadap persepsi kenyamanan konsumen.

Ketiga temuan utama di atas secara langsung menjawab rumusan masalah penelitian terkait persepsi mahasiswa terhadap bauran pemasaran (khususnya produk) dan kualitas pelayanan di kantin kampus. Dimensi produk mencerminkan kualitas dan keragaman menu, pelayanan berkaitan dengan sikap staf dan efisiensi layanan, sedangkan kenyamanan mewakili aspek lingkungan fisik yang berperan dalam membentuk pengalaman menyeluruh konsumen.

4.1.5. Validitas Instrument Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, validitas instrumen tidak diukur melalui angka statistik seperti pada pendekatan kuantitatif, melainkan ditekankan pada kekuatan argumentasi logis, konsistensi data, serta

ketepatan instrumen dalam menggali makna dan pengalaman informan secara mendalam. Oleh karena itu, untuk menjamin validitas data yang diperoleh, peneliti menggunakan berbagai teknik validasi yang relevan dengan pendekatan naturalistik, seperti triangulasi, member checking, audit trail, dan kecukupan referensial (*referential adequacy*).

Validitas instrumen dalam penelitian ini diperkuat melalui proses penyusunan pedoman wawancara semi-terstruktur yang disusun berdasarkan kajian teori dan hasil studi pendahuluan. Pertanyaan-pertanyaan yang dikembangkan dalam pedoman tersebut mengacu pada dimensi-dimensi utama yang diteliti, yaitu persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kenyamanan lingkungan kantin. Setiap pertanyaan dirancang untuk menggali pengalaman subjektif, pendapat, serta harapan mahasiswa secara terbuka dan mendalam, tanpa membatasi jawaban informan hanya pada pilihan-pilihan tertentu.

Untuk memastikan bahwa instrumen wawancara benar-benar relevan dan mampu menangkap informasi yang dibutuhkan, peneliti melakukan uji kelayakan isi (*content validity*) dengan cara meminta masukan dari dosen pembimbing dan pakar metodologi kualitatif. Dari proses tersebut, beberapa pertanyaan direvisi agar lebih kontekstual dan sesuai dengan pengalaman mahasiswa yang menjadi fokus penelitian. Kelayakan pertanyaan juga diuji secara empirik melalui tahap wawancara uji coba (*pilot interview*) terhadap dua orang

mahasiswa yang tidak termasuk dalam daftar informan utama. Tujuannya adalah untuk menilai sejauh mana pertanyaan mudah dipahami, tidak menimbulkan kebingungan, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Dalam tahap pengumpulan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi data untuk meningkatkan validitas temuan. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara dengan data hasil observasi lapangan dan dokumentasi pendukung, seperti suasana kantin, interaksi antar individu, serta catatan harian peneliti. Jika terdapat kesesuaian antara berbagai sumber data tersebut, maka keabsahan informasi semakin terjamin.

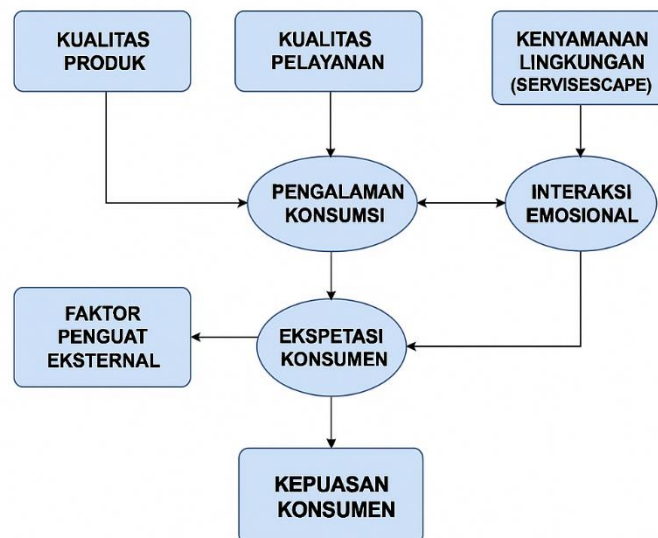
Proses *member checking* atau konfirmasi data kepada informan juga dilakukan sebagai bentuk validasi langsung terhadap keabsahan makna yang ditangkap oleh peneliti. Setelah transkripsi wawancara disusun, peneliti menunjukkan ringkasan atau kutipan penting kepada informan terkait untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti tidak menyimpang dari maksud asli narasi informan. Teknik ini bertujuan untuk mencegah bias peneliti dalam menyimpulkan data.

Selain itu, peneliti juga menjaga jejak audit (*audit trail*) selama proses penelitian dengan mencatat semua keputusan yang diambil, perubahan instrumen, catatan lapangan, serta proses analisis data secara rinci dan sistematis. Hal ini penting untuk menunjukkan bahwa proses

penelitian dapat ditelusuri kembali secara transparan dan akuntabel, jika sewaktu-waktu dibutuhkan oleh pihak pembimbing atau penguji.

Dengan menerapkan seluruh prosedur validitas di atas, peneliti meyakini bahwa instrumen wawancara dan teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki validitas yang memadai, baik secara substansi maupun proses, sehingga mampu menghasilkan data yang kredibel, autentik, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dalam konteks pendekatan kualitatif.

4.1.6. Interpretasi Temuan



Gambar 4. 2 Model Dinamis Interaksi Menuju Kepuasan Konsumen

Sumber: Peneliti

Model dinamis ini dirancang untuk menggambarkan bagaimana berbagai elemen penting yang ada di dalam layanan kantin saling berinteraksi dan secara kolektif membentuk persepsi dan pengalaman

mahasiswa sebagai konsumen. Tujuan akhir dari model ini adalah untuk menjelaskan proses yang mengarah pada terbentuknya kepuasan konsumen, yang dalam konteks ini adalah mahasiswa Universitas Sali Al-Aitaam yang menggunakan layanan kantin secara aktif. Model ini terdiri dari beberapa komponen inti, yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, kenyamanan lingkungan, pengalaman konsumsi, interaksi emosional, ekspektasi konsumen, dan faktor penguat eksternal. Masing-masing komponen tidak berdiri sendiri, melainkan saling terhubung dalam proses yang bersifat interaktif dan dinamis.

Komponen pertama adalah kualitas produk, yang menjadi elemen dasar dalam penilaian mahasiswa terhadap kantin. Kualitas ini mencakup aspek seperti variasi menu, rasa makanan, kebersihan, dan presentasi hidangan. Mahasiswa yang merasa bahwa makanan yang ditawarkan di kantin tidak bervariasi atau kurang enak akan cenderung memiliki persepsi negatif terhadap layanan secara keseluruhan, meskipun aspek lainnya memadai. Oleh karena itu, produk yang konsisten secara rasa dan bervariasi secara pilihan akan meningkatkan nilai fungsional layanan kantin.

Kualitas pelayanan berperan besar dalam membentuk kesan personal mahasiswa terhadap kantin. Sikap ramah, cepat tanggap, dan sopan santun dari petugas kantin akan menciptakan pengalaman interaksi yang menyenangkan. Sebaliknya, pelayanan yang lambat atau kasar akan memicu rasa kecewa dan ketidakpuasan. Aspek pelayanan

ini juga sangat memengaruhi dimensi emosional mahasiswa sebagai konsumen, karena interaksi sosial merupakan bagian penting dari pengalaman konsumsi di lingkungan pendidikan.

Komponen ketiga yang tak kalah penting adalah kenyamanan lingkungan fisik atau *servicescape*. Lingkungan fisik mencakup tata letak ruang, kebersihan, pencahayaan, ventilasi, dan kebisingan. Mahasiswa menginginkan ruang makan yang bersih, lapang, dan tidak pengap agar dapat menikmati makanan dengan tenang. Jika lingkungan kantin tidak nyaman, mahasiswa akan cenderung makan tergesa-gesa atau bahkan memilih untuk tidak makan di tempat. *Servicescape* ini menjadi bagian dari pengalaman holistik yang tidak dapat dipisahkan dari penilaian atas produk dan pelayanan.

Ketiga komponen tersebut produk, pelayanan, dan lingkungan akan menyatu dan membentuk pengalaman konsumsi mahasiswa. Pengalaman ini menjadi gambaran menyeluruh dari apa yang dirasakan mahasiswa saat berinteraksi dengan layanan kantin. Pengalaman ini tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga menyentuh aspek psikologis. Dalam tahap ini, terbentuk pula interaksi emosional, yaitu bagaimana mahasiswa merasa diperlakukan secara personal, dihargai, atau bahkan kecewa. Emosi positif seperti rasa nyaman, senang, atau puas akan memperkuat keterikatan mereka dengan kantin, sedangkan emosi negatif akan mendorong mereka untuk mencari alternatif lain.

Komponen selanjutnya adalah ekspektasi konsumen, yang berperan sebagai pembanding antara apa yang diharapkan mahasiswa dan apa yang mereka alami secara nyata. Ekspektasi ini terbentuk dari pengalaman sebelumnya, informasi dari teman, maupun citra yang dibangun oleh pengelola kantin. Jika pengalaman konsumsi melebihi ekspektasi, maka akan muncul kepuasan tinggi; namun jika pengalaman berada di bawah ekspektasi, maka kekecewaan akan terjadi. Ekspektasi ini bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu, tergantung pada konsistensi pelayanan dan kualitas produk yang diterima mahasiswa.

Model ini juga mempertimbangkan adanya faktor penguat eksternal seperti harga makanan yang terjangkau dan lokasi kantin yang strategis di tengah lingkungan kampus. Faktor ini meskipun tidak bersifat psikologis atau emosional, tetap memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa secara praktis. Harga yang sesuai dengan daya beli mahasiswa, serta kemudahan akses terhadap lokasi kantin, menjadi nilai tambah yang memperkuat keputusan mahasiswa untuk terus menggunakan layanan kantin.

Akhir dari proses dinamis ini adalah terbentuknya kepuasan konsumen. Kepuasan tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari akumulasi pengalaman, evaluasi terhadap harapan, serta interaksi emosional yang terjadi selama mahasiswa menggunakan layanan kantin. Jika semua aspek dalam model ini

berfungsi secara optimal, maka bukan hanya kepuasan yang tercapai, tetapi juga loyalitas konsumen, rekomendasi positif antar mahasiswa, dan keberlanjutan penggunaan layanan kantin dalam jangka panjang.

Model dinamis ini tidak hanya membantu memahami bagaimana mahasiswa menilai layanan kantin secara menyeluruh, tetapi juga dapat dijadikan dasar strategis bagi pengelola kantin untuk memperbaiki dan mengembangkan layanan secara berkelanjutan sesuai kebutuhan nyata konsumen.

Temuan penelitian ini secara umum memberikan jawaban yang kuat terhadap pertanyaan penelitian mengenai bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Sali Al-Aitaam terhadap kualitas produk, pelayanan, dan lingkungan fisik kantin kampus, serta bagaimana ketiga faktor tersebut membentuk kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam, yang memungkinkan peneliti menggali pemahaman subjektif mahasiswa secara kontekstual dan menyeluruh. Berdasarkan data empiris dari 20 informan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa terhadap layanan kantin dipengaruhi oleh interaksi antara pengalaman fungsional, emosional, dan lingkungan, yang membentuk persepsi menyeluruh mereka terhadap kualitas layanan.

Dalam konteks teori bauran pemasaran jasa (7P) dan teori kualitas layanan (SERVQUAL), temuan ini konsisten dengan dimensi utama yang biasa digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan,

khususnya dalam layanan jasa. Dimensi produk (*product*), yang dalam penelitian ini difokuskan pada variasi dan kualitas makanan, menunjukkan bahwa ketidakkonsistenan rasa dan kurangnya variasi menu menjadi penyebab utama ketidakpuasan sebagian mahasiswa, meskipun dari segi harga sudah dianggap sesuai dengan daya beli mahasiswa. Ini sesuai dengan temuan Parasuraman et al. (1988), yang menyatakan bahwa ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan (*expectation-performance gap*) adalah penyebab utama ketidakpuasan pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas makanan yang tidak stabil menciptakan kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi aktual.

Pada dimensi kualitas pelayanan, hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek afektif seperti keramahan staf dan sikap membantu sangat berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa. Temuan ini mendukung model Oliver (1997) tentang loyalitas pelanggan, yang menempatkan kepuasan emosional sebagai salah satu faktor kunci dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia jasa. Keramahan staf kantin dianggap sebagai kompensasi atas keterbatasan variasi makanan dan kondisi lingkungan fisik. Dengan demikian, interaksi sosial dan empati dalam pelayanan memainkan peran mediasi emosional yang sangat signifikan. Hal ini juga selaras dengan hasil penelitian Setyawati & Nugroho (2021), yang menyatakan bahwa pelayanan yang ramah dan personal dalam konteks UMKM kuliner di

lingkungan kampus dapat mengatasi keterbatasan dalam hal kualitas produk.

Dimensi kenyamanan fisik (*servicescape*) menjadi salah satu faktor yang relatif banyak mendapat kritik dari informan. Meja makan yang sempit, ventilasi yang kurang, dan kebersihan yang tidak konsisten menimbulkan pengalaman negatif. Ini sesuai dengan teori Bitner (1992) yang menekankan bahwa lingkungan fisik dalam layanan jasa dapat memengaruhi persepsi, perilaku, dan bahkan hasil psikologis dari pengguna jasa. Ketidaknyamanan dalam aspek ini dapat mengurangi persepsi nilai dari layanan, meskipun kualitas makanan dan pelayanan manusiawi dianggap baik. Artinya, kelemahan pada aspek fisik dapat menurunkan pengalaman holistik konsumen.

Dari sisi faktor kontekstual, perlu dicatat bahwa informan berasal dari fakultas vokasi, yang memiliki ritme belajar yang padat dan seringkali memiliki aktivitas praktik lapangan. Kondisi ini menjadikan kantin sebagai ruang penting bagi mahasiswa untuk beristirahat dan bersosialisasi. Oleh karena itu, kenyamanan tempat dan kecepatan pelayanan menjadi sangat penting dalam konteks ini, lebih dari sekadar kualitas rasa makanan. Kondisi fisik kampus yang terbatas juga menjadi faktor struktural yang memengaruhi kualitas layanan kantin, sehingga beberapa keterbatasan sebaiknya tidak hanya dilihat sebagai kelemahan operasional, tetapi juga sebagai akibat dari faktor institusional yang lebih besar.

Implikasi dari temuan ini terhadap teori adalah perlunya mempertajam kembali pemahaman bahwa kepuasan dalam layanan kantin kampus bukan hanya bergantung pada atribut produk atau pelayanan yang terpisah, tetapi pada integrasi antar elemen yang menciptakan pengalaman konsumsi menyeluruh. Dalam praktik, pengelola kantin perlu fokus pada peningkatan konsistensi kualitas makanan, pelatihan staf agar tetap menjaga sikap layanan yang empatik, serta pembenahan lingkungan fisik meskipun secara bertahap. Selain itu, inovasi digital seperti pemesanan daring dan sistem menu elektronik dapat menjadi strategi yang menjawab kebutuhan mahasiswa saat ini. Dalam konteks kebijakan kampus, temuan ini sebaiknya menjadi masukan penting dalam penyusunan standar layanan internal yang mempertimbangkan suara mahasiswa sebagai pengguna utama fasilitas.

Interpretasi ini memberikan pemahaman yang lebih kaya dan kontekstual mengenai dinamika konsumsi mahasiswa di kantin kampus, serta bagaimana persepsi mereka dibentuk oleh pengalaman holistik yang melibatkan aspek produk, pelayanan, dan lingkungan fisik secara simultan.

4.2. Pembahasan Temuan Penelitian

Hasil temuan penelitian ini secara umum menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa terhadap layanan kantin di Universitas Sali Al-Aitaam dibentuk oleh kombinasi dari tiga dimensi utama: kualitas produk, kualitas

pelayanan, dan kenyamanan lingkungan fisik (*servicescape*). Ketiga dimensi tersebut ditemukan berinteraksi secara dinamis, sehingga memengaruhi persepsi konsumen tidak hanya secara fungsional tetapi juga emosional dan sosial. Temuan ini memiliki relevansi yang sangat kuat jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang telah diuraikan dalam Bab II.

Pada dimensi kualitas produk, penelitian ini menunjukkan bahwa variasi dan rasa makanan yang monoton menjadi sumber utama ketidakpuasan, meskipun harga sudah dianggap sesuai. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Ayu Setyaningrum (2021) yang menemukan bahwa kualitas rasa, kebersihan makanan, dan tampilan hidangan sangat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kantin. Dalam kedua penelitian, aspek produk merupakan indikator utama dalam membentuk persepsi awal konsumen terhadap layanan. Namun demikian, penelitian ini mengungkapkan lebih jauh bahwa ketidakpuasan terhadap produk masih bisa ditoleransi jika kualitas pelayanan dianggap memuaskan, yang menunjukkan adanya interaksi antar dimensi dalam membentuk kepuasan akhir, bukan pengaruh linear satu arah.

Pada aspek kualitas pelayanan, hasil penelitian ini memperkuat temuan dari Herlina (2020) yang meneliti pelayanan di kantin STIE Muhammadiyah Palembang dan menyimpulkan bahwa keramahan dan sikap petugas yang sopan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Mahasiswa Universitas Sali Al-Aitaam juga menunjukkan bahwa mereka merasa dihargai ketika dilayani dengan senyum, sapaan, dan tanggapan cepat. Hal ini menunjukkan konsistensi dalam konteks budaya kampus di Indonesia, di mana

relasi sosial dan sikap pelayanan yang humanis memiliki nilai emosional yang tinggi dalam proses konsumsi. Menariknya, penelitian ini menambahkan dimensi *loyalitas emosional*, di mana mahasiswa tetap memilih makan di kantin meskipun ada kekurangan produk, karena sudah merasa “dekat” atau nyaman dengan staf kantin. Ini merupakan pengembangan dari temuan Herlina, yang lebih berfokus pada relasi transaksional.

Pada dimensi kenyamanan lingkungan, penelitian ini memperlihatkan bahwa aspek fisik seperti ventilasi, kebersihan, dan kapasitas ruang makan memengaruhi kepuasan mahasiswa secara signifikan. Temuan ini mendukung hasil penelitian oleh Khotimah (2021), yang menyatakan bahwa lingkungan fisik memengaruhi kenyamanan dan durasi kunjungan mahasiswa ke kantin. Namun, dalam penelitian ini ditemukan bahwa *servicescape* tidak hanya berfungsi sebagai latar belakang konsumsi, tetapi juga membentuk pengalaman emosional mahasiswa secara aktif. Mahasiswa merasa "terganggu" atau "tidak betah" ketika harus makan dalam kondisi panas, penuh, dan berisik, sehingga aspek ini menjadi salah satu prioritas perbaikan layanan.

Penelitian ini juga mendukung temuan Yosep (2021), yang meneliti pelayanan di Kantin Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan dan menemukan bahwa pelayanan memengaruhi keputusan pembelian ulang. Dalam konteks penelitian ini, aspek pelayanan dan kenyamanan lingkungan secara bersamaan memengaruhi *retensi mahasiswa* sebagai pelanggan kantin. Artinya, layanan kantin tidak bisa dipisahkan dari peranannya dalam menjaga kesejahteraan dan kenyamanan mahasiswa selama menjalani kehidupan kampus.

Terdapat temuan baru yang belum banyak dibahas dalam penelitian terdahulu, yaitu keinginan mahasiswa terhadap integrasi layanan digital dalam pemesanan makanan, seperti penggunaan QR code, menu digital, atau sistem antrian elektronik. Ini belum ditemukan dalam penelitian seperti milik Ayu Setyaningrum (2021), Herlina (2020), maupun Khotimah (2021), sehingga menjadi kontribusi unik dari penelitian ini dalam mengakomodasi kebutuhan generasi digital yang semakin melek teknologi. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pembaruan strategi layanan di kantin kampus yang berbasis teknologi digital (*smart canteen*).

Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan hasil-hasil penelitian terdahulu dalam hal pentingnya kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Namun, penelitian ini berkontribusi lebih jauh dengan menambahkan dua poin penting: pertama, adanya interaksi antardimensi yang saling memengaruhi (bukan pengaruh parsial), dan kedua, dimensi afeksi dan loyalitas emosional yang timbul dari interaksi sosial dan kenyamanan personal mahasiswa. Selain itu, aspirasi mahasiswa terhadap transformasi digital dalam layanan menunjukkan bahwa harapan konsumen telah berkembang dan menuntut penyesuaian layanan berbasis teknologi.

Implikasi dari keselarasan dan pengembangan dari penelitian sebelumnya ini adalah bahwa pengelolaan layanan kantin di lingkungan kampus harus mempertimbangkan pendekatan holistik yang tidak hanya berbasis fungsi (produk dan harga), tetapi juga berbasis relasi dan pengalaman emosional. Temuan ini juga menjadi landasan kuat bagi penelitian lanjutan

yang ingin mengeksplorasi transformasi layanan tradisional menjadi layanan digital di lingkungan kampus, serta membuka ruang bagi penelitian campuran (*mixed-methods*) untuk menguji lebih lanjut keterkaitan antardimensi secara kuantitatif.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan kantin Universitas Sali Al-Aitaam dengan fokus pada tiga aspek utama: kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kenyamanan lingkungan fisik (*servicescape*). Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap 20 informan, ditemukan bahwa ketiga dimensi tersebut berkontribusi secara simultan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan melalui interaksi kompleks antara kualitas rasa makanan, sikap pelayanan staf kantin, dan kenyamanan ruang makan secara keseluruhan.

Kualitas produk yang mencakup variasi menu, konsistensi rasa, dan harga dinilai masih perlu ditingkatkan. Meskipun harga makanan dianggap terjangkau, monotoninya menu dan inkonsistensi rasa makanan menjadi faktor penyebab ketidakpuasan sebagian besar mahasiswa. Namun demikian, temuan ini juga menunjukkan bahwa kekurangan pada kualitas produk masih dapat ditoleransi apabila dikompensasi dengan pelayanan yang ramah, cepat, dan komunikatif. Artinya, pelayanan yang baik dapat menjadi elemen penyeimbang dalam membentuk persepsi positif konsumen secara keseluruhan.

Aspek pelayanan menjadi dimensi yang paling kuat memengaruhi kepuasan mahasiswa. Informan menyampaikan bahwa sikap ramah, keterbukaan staf terhadap keluhan, dan kecepatan layanan memberi rasa dihargai dan diperhatikan. Hal ini mendukung teori SERVQUAL dan Expectancy Disconfirmation, yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kesenjangan antara harapan dan pengalaman aktual. Temuan ini juga memperlihatkan adanya bentuk loyalitas emosional terhadap petugas kantin, yang menunjukkan pentingnya dimensi relasional dalam layanan jasa di ruang-ruang publik pendidikan.

Kenyamanan fisik kantin menjadi faktor yang tidak bisa diabaikan. Lingkungan makan yang terlalu sempit, kurang ventilasi, serta kebersihan yang fluktuatif memberikan pengalaman negatif bagi mahasiswa. Dalam hal ini, faktor lingkungan fisik tidak hanya berperan sebagai latar belakang konsumsi, tetapi juga membentuk persepsi afektif terhadap layanan. Hal ini menguatkan konsep *servicescape* dari Bitner, yang menyatakan bahwa elemen fisik dalam ruang jasa berpengaruh terhadap perilaku dan kepuasan pengguna.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi yang luas. Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang kepuasan pelanggan dengan menekankan pentingnya interaksi antar dimensi layanan serta adanya faktor afeksi sosial dalam konsumsi jasa mikro. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak pengelola kantin dan universitas untuk merumuskan kebijakan peningkatan layanan, seperti inovasi menu, pelatihan staf pelayanan, dan penataan ulang fasilitas ruang makan. Aspirasi mahasiswa

terhadap layanan digital juga membuka peluang untuk mengembangkan sistem *smart canteen* berbasis teknologi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diakui. Informan hanya berasal dari satu kampus dan mayoritas berasal dari satu fakultas, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan hati-hati. Selain itu, pendekatan kualitatif yang digunakan mengandalkan persepsi subjektif informan dan tidak menghasilkan pengukuran statistik kuantitatif. Oleh karena itu, hasil ini lebih bersifat eksploratif dan kontekstual, yang cocok untuk menjadi dasar pengembangan studi lanjutan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan perluasan konteks studi dengan melibatkan lebih banyak institusi pendidikan, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed-methods*) untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris. Selain itu, aspek digitalisasi layanan kantin layak dijadikan fokus khusus, mengingat harapan mahasiswa generasi Z terhadap efisiensi, kemudahan, dan kecepatan layanan berbasis teknologi. Penelitian lanjutan juga bisa mengeksplorasi dimensi loyalitas emosional dan keterikatan sosial dalam layanan mikro yang selama ini kurang diperhatikan. Dengan demikian, pemahaman mengenai layanan kantin sebagai bagian dari ekosistem kesejahteraan mahasiswa dapat diperluas dan diperdalam secara komprehensif.

5.2. Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori dalam bidang pemasaran jasa, khususnya dalam konteks layanan publik mikro seperti kantin universitas. Temuan utama memperkuat model *SERVQUAL* (Parasuraman et al., 1988) dengan menunjukkan bahwa kelima dimensi layanan – terutama *empathy*, *responsiveness*, dan *tangibles* – memiliki pengaruh nyata terhadap pembentukan persepsi konsumen dalam situasi informal sekalipun. Selain itu, hasil penelitian ini memperluas aplikasi *Expectancy Disconfirmation Theory* (Oliver, 1980), dengan menekankan bahwa kepuasan konsumen terbentuk melalui kesesuaian antara harapan awal dan pengalaman aktual yang dialami dalam layanan keseharian.

Penelitian ini juga menawarkan perspektif tambahan mengenai pentingnya interaksi emosional dan loyalitas relasional dalam jasa mikro, yang selama ini kurang dibahas secara mendalam dalam literatur. Loyalitas konsumen terhadap layanan tidak hanya ditentukan oleh faktor rasional seperti harga dan kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh kedekatan sosial, kenyamanan emosional, dan pengalaman interpersonal. Dengan demikian, penelitian ini memperluas ranah studi kepuasan konsumen dengan memasukkan dimensi afeksi dan hubungan sosial sebagai komponen penting dalam model kepuasan layanan jasa di sektor informal.

Hasil penelitian ini juga membuka ruang untuk pengembangan teori baru tentang transformasi ekspektasi layanan pada generasi digital. Adanya keinginan mahasiswa terhadap integrasi teknologi dalam sistem pelayanan kantin (seperti menu digital, pemesanan daring, atau sistem antrean digital) menunjukkan bahwa kebutuhan dan ekspektasi konsumen generasi Z telah mengalami pergeseran. Hal ini menunjukkan bahwa teori-teori lama dalam pemasaran jasa perlu diperbarui agar selaras dengan perkembangan teknologi dan karakteristik pengguna generasi baru.

5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi berbagai pihak yang terlibat langsung dalam penyediaan dan pengelolaan layanan kantin kampus. Bagi pengelola kantin, hasil penelitian menegaskan perlunya peningkatan variasi menu, konsistensi rasa makanan, dan kebersihan lingkungan sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas produk. Pengelola juga perlu memberikan pelatihan berkala kepada staf layanan untuk membentuk sikap ramah, tanggap, dan komunikatif yang sesuai dengan harapan mahasiswa. Peningkatan kualitas pelayanan ini bukan hanya untuk memenuhi fungsi transaksional, tetapi juga untuk membangun pengalaman sosial yang positif di mata pelanggan.

Bagi pihak universitas atau manajemen kampus, temuan ini menjadi landasan untuk memperkuat fungsi kantin sebagai bagian dari ekosistem kesejahteraan mahasiswa. Universitas perlu memperhatikan

desain ruang makan yang nyaman, bersih, dan mendukung suasana interaksi sosial yang sehat. Kebijakan penataan ulang infrastruktur kantin, peningkatan sistem pengawasan kualitas layanan, serta keterlibatan mahasiswa dalam penyusunan menu dapat menjadi bagian dari strategi partisipatif yang lebih inklusif dan relevan.

Hasil penelitian ini juga memiliki implikasi bagi pengembang sistem layanan digital kampus. Aspirasi mahasiswa terhadap digitalisasi layanan kantin menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan sistem *smart canteen* yang memungkinkan efisiensi pemesanan, pembayaran, hingga pelacakan menu harian secara daring. Hal ini dapat menjadi peluang kerja sama antara pihak kampus, pengelola kantin, dan unit teknologi informasi untuk membangun sistem layanan berbasis teknologi yang sesuai dengan karakteristik generasi Z yang lebih menyukai layanan cepat, praktis, dan informatif.

Implikasi dari penelitian ini tidak hanya bersifat aplikatif dalam meningkatkan kualitas layanan kantin, tetapi juga strategis dalam merancang kebijakan pelayanan publik mikro yang berorientasi pada kepuasan dan kesejahteraan mahasiswa. Dengan mengintegrasikan pendekatan pelayanan berbasis kualitas, hubungan interpersonal, dan inovasi digital, pengelolaan kantin kampus dapat ditingkatkan menjadi lebih adaptif, efisien, dan relevan dengan kebutuhan konsumen masa kini.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu disampaikan agar interpretasi terhadap hasil dan temuan dapat dilakukan secara proporsional dan objektif. Pertama, keterbatasan utama terletak pada cakupan lokasi penelitian yang hanya berfokus pada satu kantin di lingkungan Universitas Sali Al-Aitaam. Hal ini menyebabkan hasil temuan bersifat kontekstual dan belum tentu merepresentasikan kondisi layanan kantin di institusi pendidikan lain dengan karakteristik sosial, ekonomi, dan manajerial yang berbeda.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yang memang dirancang untuk menggali makna dan pengalaman subjektif informan secara mendalam, tetapi tidak dirancang untuk mengukur hubungan kausal atau tingkat pengaruh antar variabel. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara statistik, dan hanya berlaku untuk konteks serta populasi yang diteliti.

Jumlah dan profil informan juga menjadi batasan tersendiri. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 20 mahasiswa dari latar belakang pendidikan dan fakultas yang relatif serupa, sehingga berpotensi mengandung bias persepsi yang homogen. Mahasiswa dari jurusan lain, angkatan berbeda, atau dengan preferensi konsumsi yang tidak terwakili mungkin memiliki pandangan yang lebih variatif terhadap layanan kantin kampus.

Durasi dan intensitas pengumpulan data terbatas pada periode waktu tertentu, yang belum tentu mencerminkan keseluruhan dinamika pelayanan kantin sepanjang semester atau tahun akademik. Misalnya, suasana dan

kualitas layanan kantin dapat berubah selama masa ujian, libur panjang, atau saat terjadi pergantian pengelola. Hal ini berpotensi memengaruhi konsistensi persepsi informan terhadap layanan kantin.

Dalam proses observasi dan wawancara, terdapat kemungkinan bias interpretatif dari peneliti, terutama dalam pemilahan tema dan proses koding data. Meskipun triangulasi dilakukan melalui beberapa teknik pencatatan dan validasi data, tetap terdapat potensi subjektivitas dalam menafsirkan makna dari pengalaman konsumen.

Keterbatasan lain yang perlu dicatat adalah belum dimasukkannya aspek teknologi digital secara sistematis dalam kerangka analisis, meskipun muncul dalam respons informan. Harapan terhadap layanan kantin berbasis digital masih menjadi temuan sekunder dan belum dijadikan fokus utama analisis, sehingga potensi inovasi ini belum tergali secara optimal dalam kerangka penelitian ini.

Dengan menyadari keterbatasan tersebut, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar eksplorasi lanjutan dengan cakupan yang lebih luas, pendekatan yang lebih beragam, dan metodologi yang lebih komprehensif.

5.4. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada para pemangku kepentingan, baik dalam praktik maupun dalam ranah akademik. Bagi pengelola kantin dan manajemen universitas, disarankan untuk menjadikan hasil penelitian ini sebagai dasar

dalam merumuskan kebijakan peningkatan mutu layanan kantin. Pengelola sebaiknya memprioritaskan peningkatan variasi dan kualitas makanan, memperbaiki sikap dan keterampilan layanan petugas, serta menata ulang fasilitas fisik kantin agar lebih nyaman, bersih, dan representatif. Selain itu, universitas juga perlu mempertimbangkan integrasi layanan digital, seperti sistem pemesanan makanan berbasis aplikasi, sistem antrian otomatis, atau penyediaan menu digital, sebagai respon terhadap kebutuhan mahasiswa generasi digital yang semakin tinggi terhadap efisiensi layanan.

Bagi akademisi dan peneliti di bidang pemasaran jasa, manajemen pelayanan publik, dan perilaku konsumen, penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan awal dalam memperluas studi tentang layanan jasa mikro di sektor pendidikan. Penelitian ini memperlihatkan bahwa dimensi kepuasan pelanggan dalam konteks informal, seperti kantin kampus, memiliki karakteristik unik yang tidak hanya rasional, tetapi juga emosional dan relasional. Oleh karena itu, pengembangan teori-teori kepuasan pelanggan perlu memperhatikan konteks sosial-budaya lokal serta hubungan interpersonal dalam proses konsumsi jasa.

Untuk penelitian di masa depan, disarankan agar cakupan wilayah studi diperluas ke berbagai universitas atau jenis layanan kantin lainnya, baik swasta maupun negeri, untuk mendapatkan perbandingan yang lebih kaya dan valid secara eksternal. Peneliti juga dianjurkan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode mixed-methods agar dimensi yang ditemukan secara kualitatif dalam penelitian ini dapat diuji secara statistik. Hal ini akan

memperkuat validitas dan reliabilitas temuan serta memungkinkan analisis hubungan antar variabel, seperti antara kepuasan layanan dan intensitas kunjungan kembali.

Penelitian di masa depan dapat mengkaji lebih mendalam tentang persepsi mahasiswa terhadap digitalisasi layanan kantin, termasuk tingkat kesiapan, hambatan implementasi, dan dampaknya terhadap pengalaman pengguna. Mengingat adanya harapan mahasiswa untuk sistem pemesanan daring atau layanan mandiri, maka topik ini relevan untuk dieksplorasi lebih lanjut, terutama dalam konteks efisiensi, kenyamanan, dan daya saing layanan kantin di era teknologi informasi.

Dari sisi metodologis, untuk mengatasi keterbatasan pada aspek generalisasi dan heterogenitas informan, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan informan dari berbagai latar belakang jurusan, semester, dan kebiasaan konsumsi yang lebih beragam. Peneliti juga dapat mempertimbangkan observasi jangka panjang (*longitudinal study*) guna menangkap dinamika persepsi pelanggan terhadap layanan kantin yang mungkin berubah sesuai waktu, kebijakan baru, atau perubahan pengelola.

Sebagai langkah lanjutan untuk meningkatkan validitas dan kekuatan kontribusi temuan, peneliti masa depan dapat mengembangkan model konseptual atau framework layanan kantin berbasis pendekatan holistik yang menggabungkan aspek kualitas produk, kualitas pelayanan, kenyamanan fisik, serta afeksi emosional dan teknologi digital. Model ini dapat diuji lebih lanjut

dalam konteks layanan publik mikro lainnya seperti kantin rumah sakit, asrama, atau institusi pemerintahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, J. (2020). Service quality in higher education institutions: qualitative evidence from the students' perspectives using Maslow hierarchy of needs. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 371–384. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-02-2020-0016>
- Adinegara, M. R. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee Roastery Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen (Periode 2023/2024)*. Universitas Mercu Buana.
- Adriatico, R. L., Razalan, A. M. A., Pagbilao, C. M. V., Afalla, B. T., & Dela Cruz, L. M. (2022). Service Quality and Customer Satisfaction in Dining Restaurants: Inputs for Tourism and Hospitality Curriculum Enhancement. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(3), 30–37. <https://doi.org/10.36941/AJIS-2022-0085>
- Afroza, K., & Haque, A. (2022). Students' Satisfaction in Campus Cafeterias: An Empirical Study on Public Universities at Klang Valley in Malaysia. *International Journal of Innovative Research and Publications*, July 2022. <https://doi.org/10.51430/ijirp.2022.25.004>
- Ayuni, A. R. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen Bumbu Masak Olahan pada UD.Gerak Tani*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Azizah, I. N. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Dipta Generasi Global*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
- Baguio, T., & Naelga, S. (2024). The impact of food service attributes on customer satisfaction: the case of cafeteria services at a state university of northern

Mindanao. *Cadernos de Educação, Tecnologia e Sociedade*, 17(1), 339–350. <https://doi.org/10.14571/brajets.v17.n1.339-350>

Hoang, M. L. (2020). *Theseus: Students's Satisfaction with University Lunch Quality: Case Fox Mamselli Restaurant at KAMK*. KAMK University of Applied Science.

Lestari, C. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada UD. Kopi Bubuk Suan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Magasi, C., Mashenene, R. G., & Ndengenesa, D. M. (2022). Service Quality and Students' Satisfaction in Tanzania's Higher Education: A Re-examination of SERVQUAL Model. *International Review of Management and Marketing*, 12(3), 18–25. <https://doi.org/10.32479/irmm.13040>

Magdalena, O. D. (2024). *Analisis Kepuasan Konsumen Dari Persepsi Harga, Kualitas Produk, Serta Pelayanan Penjualan Pada Rumah Bibit Buah Sigit Nganjuk*. Universitas Nusantara PGRI Kendari.

Maulidia Putri, & Yuke Permata Lisna. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopigo Padang. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 105–111. <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i4.2315>

Moralia, M. J. A., Namoco, C. S., Servqual, E., Control, S. P., Moralia, M. J. A., & Jr, C. S. N. (2024). *Employing Servqual and Statistical Process Control Tools in Enhancing University Cafeteria Services in the Philippines To cite this version : HAL Id : hal-04676117 Employing Servqual and Statistical Process Control Tools in Enhancing University Cafeteria Services in the Philippines*.

Nguyen, H. V., Vu, T. D., Saleem, M., & Yaseen, A. (2024). The influence of service

quality on student satisfaction and student loyalty in Vietnam: the moderating role of the university image. *Journal of Trade Science*, 12(1), 37–59. <https://doi.org/10.1108/jts-12-2023-0032>

Onsardi, Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. (2021). The Impact Of Service Marketing On Students' Decisions To Choose The Faculty Of Economics And Business Muhammadiyah University Bengkulu. *JBMP: Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 234–254. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v7vi2.1521>

Puspitasari, A. N. A. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tanaman Hias di Toko Trubus Bintaro*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Raihen, M. N., Akter, S., & Sardar, M. N. (2023). Food Satisfaction among Students: A Study of Present Public University Students in Bangladesh. *Journal of Mathematics and Statistics Studies*, 4(1), 01–18. <https://doi.org/10.32996/jmss.2023.4.1.1>

Ramadhan, M. N. (2025). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Ayam Potong pada RPA CV. Dunia Unggas, Jakarta Pusat*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Ratih, A. P. S. (2024). *Penerapan Service Blueprint pada PT. Taspen (Persero) Cabang Padang untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Universitas Andalas.

Sopia, M., Dermawan, O., & Junaidah. (2024). Educational Customer Satisfaction. *Jurnal P4I*, 4(3), 1–23.

Veliani, H., Hidayati, L., Rohajatien, U., & Wibowotomo, B. (2024). *Pengaruh strategi bauran pemasaran kreatif terhadap kepuasan konsumen centrale gelato Malang*. 02(01), 37–51.

Zou, D., Lin, Z., Chen, C., & Yu, H. (2024). Factors affecting the wellbeing of mid-achieving university students: a case study from China. *Frontiers in Psychology*, 15(November), 1–13.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1465209>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Panduan Wawancara

A. Informan I: Mahasiswa Aktif Pengunjung Kantin

1) Pertanyaan Pembuka

1. Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda? (nama, program studi, semester)
2. Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?
3. Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

2) Pertanyaan Inti

Kategori 1: Persepsi terhadap Produk (Bauran Pemasaran – Produk)

1. Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?
2. Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?
3. Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?
4. Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?
5. Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Probing:

- Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Kategori 2: Persepsi terhadap Kualitas Pelayanan

1. Bagaimana kesan Anda terhadap sikap dan pelayanan staf kantin saat Anda membeli makanan?
2. Apakah Anda merasa staf melayani dengan cepat, ramah, dan profesional?
3. Bagaimana menurut Anda tentang kebersihan ruang makan dan area penyajian di kantin?
4. Apakah Anda merasa nyaman saat berinteraksi dengan staf atau saat menunggu pesanan?
5. Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Probing:

- Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Kategori 3: Kepuasan Konsumen

1. Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?
2. Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

3. Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?
4. Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman?
Mengapa atau mengapa tidak?
5. Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Probing:

- Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

3) Pertanyaan Penutup

1. Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?
2. Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

B. Informan II: Staf atau Pengelola Kantin

1) Pertanyaan Pembuka

1. Bisa ceritakan sedikit tentang peran Anda di kantin ini?
2. Sejak kapan Anda bekerja atau terlibat dalam pengelolaan kantin kampus ini?
3. Apa tugas utama Anda sehari-hari?

2) Pertanyaan Inti

Kategori 1: Strategi Produk & Penyajian

1. Bagaimana proses pemilihan menu makanan dan minuman yang akan disediakan di kantin?

2. Apa pertimbangan utama Anda dalam menjaga kualitas rasa dan kebersihan makanan?
3. Seberapa sering menu dirotasi atau diperbarui untuk menyesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa?
4. Apakah Anda mendapatkan masukan dari mahasiswa terkait menu atau rasa makanan?
5. Bagaimana Anda menanggapi keluhan atau saran dari mahasiswa terkait produk makanan?

Probing:

- Apakah pernah dilakukan survei kepuasan konsumen terkait produk makanan?

Kategori 1I: Pelayanan kepada Konsumen

1. Apa prinsip atau nilai utama yang Anda terapkan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa?
2. Bagaimana Anda memastikan pelayanan dilakukan secara ramah, cepat, dan konsisten?
3. Apakah ada pelatihan atau arahan khusus bagi staf dalam menghadapi konsumen mahasiswa?
4. Bagaimana Anda menangani situasi ketika mahasiswa merasa kurang puas terhadap pelayanan?
5. Bisa ceritakan satu pengalaman positif saat melayani mahasiswa yang menurut Anda berkesan?

Probing:

- Pernahkah Anda menghadapi tantangan dalam melayani mahasiswa dalam kondisi ramai atau padat?

Kategori III: Pandangan terhadap Kepuasan Konsumen

1. Menurut Anda, apa saja yang membuat mahasiswa merasa puas dengan layanan kantin?
2. Sebaliknya, faktor apa yang biasanya menyebabkan ketidakpuasan mahasiswa?
3. Apakah pihak kantin memiliki cara untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa?
4. Seberapa besar perhatian Anda terhadap komentar atau ulasan informal mahasiswa?
5. Apakah ada tindakan nyata yang pernah dilakukan berdasarkan masukan mahasiswa?


Probing:

- Apa perubahan yang Anda lakukan setelah mendengar masukan langsung dari mahasiswa?

3) Pertanyaan Penutup

1. Apa harapan Anda ke depan untuk pengembangan layanan di kantin ini?
2. Adakah hal yang belum sempat kami tanyakan tapi menurut Anda penting untuk disampaikan

Lampiran 2 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM

Surat Keputusan Nomor : 541/E/O/2021 Tanggal 7 Desember 2021

Program Studi :

Akuntansi Perpajakan Program Sarjana Terapan - Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Program Sarjana Terapan - Bisnis Digital
 Program Sarjana Terapan - Kebidanan Program Diploma Tiga Menuju Kebidanan Program Sarjana - Hukum Program Sarjana
 Ilmu Komunikasi Program Sarjana - Perencanaan Wilayah dan Kota Program Sarjana - Agroteknologi Program Sarjana
 Manajemen Program Sarjana - Pendidikan Biologi Program Sarjana - Teknik Industri Program Sarjana
 Kewirausahaan Program Sarjana - Pendidikan Kependidikan Olahraga Program Sarjana

Jl. Aceng Sali Al-Aitaam No.1 Ciganitri Telp. 022-8750 4223 Bojongsong Kabupatén Bandung

Form. 3

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Nama : HANADI M Yusuf
 NIM : _____
 Program Studi : Bisnis Digital
 Judul Skripsi : _____
 Pembimbing : Bu Fauziah S

| No. | Tanggal | Materi / Saran / Perbaikan | Paraf Pembimbing |
|-----|-----------|-----------------------------------|------------------|
| 1. | 3/6/2025 | konsep judul. | sh |
| 2. | 12/1/2025 | revisi judul | sh |
| 3. | 12/1/25 | revisi bab 1 + 2 teoritis | sh. |
| 4. | 17/1/2025 | revisi judul di tambah | sh |
| 5. | | Ace Sempro dan Syarat. | sh |
| 6. | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Catatan:

1. Kartu bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Kab. Bandung,/...../202..

Pembimbing,

(.....)

| Pelaksanaan Ujian | Tanggal |
|----------------------|---------|
| Seminar Proposal | |
| Sidang Akhir Skripsi | |
| Yudisium Kelulusan | |

Lampiran 3 Transkrip Redaksi Wawancara

Wawancara dengan Responden K01 (Mahasiswa Prodi Hukum Semester 4)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K01: Nama saya K01, saya mahasiswa Program Studi Hukum dan saat ini sedang menempuh semester 4 di Universitas Sali Al-Aitaam.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K01: Hampir setiap hari saya mengunjungi kantin, terutama saat ada jeda kuliah atau waktu istirahat.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K01: Terakhir kali saya membeli makanan di kantin hari Senin, tanggal 14 Juli 2025.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K01: Menurut saya, kualitas makanan dan minuman yang tersedia di kantin cukup nikmat dan enak. Rasanya cocok di lidah mahasiswa.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K01: Saya rasa pilihan menunya sudah cukup beragam, meskipun mungkin masih bisa ditambah lagi agar lebih variatif.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K01: Ya, cukup sebanding. Dengan harga yang terjangkau, porsinya juga sesuai untuk kebutuhan mahasiswa.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K01: Menurut saya semuanya sudah cukup baik. Rasa makanannya enak, tampilannya sederhana tapi menarik, dan dari segi kebersihan juga terjaga.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K01: Saya paling suka nasi kuning, karena bisa jadi alternatif sarapan saat saya telat makan pagi. Rasanya enak dan cukup mengenyangkan.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K01: Karena lokasinya yang dekat dengan ruang kuliah. Jadi lebih praktis dan efisien waktu.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K01: Pernah mendapatkan pelayanan yang baik, misalnya saat ramai tetap dilayani dengan cepat dan ramah.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K01: Saya berharap ke depannya kantin bisa menambah variasi makanan dan minuman yang ditawarkan agar semakin menarik.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K01: Iya, saya merasa sangat puas sejauh ini.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K01: Yang membuat menyenangkan itu suasana kantin yang nyaman. Bisa makan sambil ngobrol dengan teman-teman.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K01: Sejauh ini belum pernah merasa kecewa.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K01: Pernah, karena saya merasa kantin ini nyaman untuk tempat diskusi dan belajar. Suasananya mendukung.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K01: Iya, tentu saja. Karena rasa makanannya enak dan tempatnya nyaman.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K01: Mungkin pengaturan denah tempat duduknya bisa diperbaiki agar lebih tertib dan efisien.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K01: Salah satunya dengan memperbanyak promosi ke mahasiswa, misalnya lewat media sosial kampus atau banner yang menarik.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K01: Tidak ada, saya sudah cukup puas dengan kondisi kantin saat ini.

Wawancara dengan Responden K02
(Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Semester 8)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K02: Nama saya K02, saya mahasiswa Program Studi Bisnis Digital, saat ini sedang menjalani semester 8.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K02: Sejujurnya saya jarang mengunjungi kantin, hanya sesekali saja, tergantung kebutuhan.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K02: Terakhir kali saya ke kantin itu saat sedang seminar proposal. Waktu itu saya membeli minuman untuk menyegarkan diri.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K02: Menurut saya kualitas makanan dan minumannya cukup baik. Tidak mengecewakan dan masih layak dikonsumsi.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K02: Ya, cukup beragam. Banyak pilihan jajanan yang tersedia, dari makanan berat hingga camilan.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K02: Saya rasa sebanding. Dengan harga yang ditawarkan, porsinya masih masuk akal dan memuaskan.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K02: Secara keseluruhan cukup baik. Rasanya enak, tampilannya menarik, dan kebersihannya cukup terjaga.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K02: Saya suka minuman fresh tea. Rasanya segar dan cocok diminum saat cuaca panas atau setelah aktivitas padat.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K02: Karena lokasinya dekat dari kelas dan pilihannya cukup banyak, jadi lebih praktis.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K02: Tidak pernah. Selama ini pelayanannya cukup standar dan tidak ada masalah berarti.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K02: Menurut saya sudah cukup sesuai, tapi akan lebih baik kalau penjual bisa lebih ramah dan aktif menyapa pelanggan.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K02: Ya, saya merasa puas.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K02: Karena suasananya santai, bisa jajan sambil bercanda dengan teman. Itu cukup menyenangkan bagi saya.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K02: Tidak pernah merasa kecewa sejauh ini.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K02: Pernah. Karena kantin ini menurut saya cocok untuk sekadar nongkrong dan makan cepat di sela kegiatan kuliah.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K02: Iya, tentu. Karena makanannya enak dan pelayanannya juga cukup baik.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K02: Saya cukup puas, jadi tidak ada bagian yang ingin diubah secara signifikan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K02: Bisa dengan cara sederhana seperti memberikan senyuman, sapaan ramah, dan perhatian kepada konsumen. Itu akan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K02: Tidak ada tambahan. Secara umum saya cukup menikmati pengalaman di kantin kampus.

Wawancara dengan Responden K03
(Mahasiswa Prodi Manajemen Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K03: Nama saya K03, saya mahasiswa aktif di Universitas Sali Al-Aitaam.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin kampus?

Responden K03: Saya sangat sering ke kantin, hampir setiap hari.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K03: Hari ini juga saya ke kantin, karena memang hampir tiap hari saya jajan di sana.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K03: Menurut saya sangat bagus dan berkualitas, sejauh ini tidak pernah mengecewakan.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam?

Responden K03: Sebenarnya masih kurang. Harus lebih banyak lagi variasi menunya, supaya nggak bosan dan uang jajan lebih terasa manfaatnya.

Pewawancara: Apakah porsi dan harga makanan menurut Anda sudah sebanding?

Responden K03: Iya, saya rasa sebanding. Harganya masih masuk akal dengan porsi yang diberikan.

Pewawancara: Bagaimana dengan rasa, tampilan, dan kebersihan produk di kantin?

Responden K03: Sangat bagus. Rasa enak, tampilannya menarik, dan kebersihannya cukup terjaga.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin?

Responden K03: Saya suka cireng isi. Harganya murah dan variasinya banyak, jadi nggak membosankan.

Pewawancara: Apa alasan utama Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain?

Responden K03: Karena di kampus cuma ada satu kantin, jadi ya itu satu-satunya pilihan buat jajan.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk?

Responden K03: Iya, saya pernah mendapatkan pelayanan yang sangat baik. Penjualnya cepat tanggap dan memuaskan.

Pewawancara: Jika boleh berharap, seperti apa pelayanan ideal menurut Anda?

Responden K03: Pelayanannya bisa dibuat lebih cepat lagi, terutama di jam-jam sibuk.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan layanan di kantin?

Responden K03: Sangat puas. Pelayanan ramah dan makanannya enak.

Pewawancara: Apa yang menurut Anda membuat pengalaman tersebut menyenangkan?

Responden K03: Karena pelayanannya ramah, jadi terasa nyaman untuk kembali lagi.

Pewawancara: Pernahkah Anda merasa kecewa?

Responden K03: Mungkin pernah, kalau pengembaliannya nggak ada receh. Jadi harus nunggu atau dibayar kurang.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merekomendasikan kantin ini kepada teman?

Responden K03: Pernah. Karena menurut saya pelayanan di kantin cukup bagus dan layak direkomendasikan.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali?

Responden K03: Iya, tentu saja. Soalnya memang hanya itu tempat kami bisa jajan di kampus.

Pewawancara: Jika ada yang perlu diperbaiki, apa yang paling ingin Anda ubah?

Responden K03: Varian jajanannya, biar lebih banyak pilihan dan nggak bosan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K03: Perbanyak saja varian produk makanan dan minuman, itu sudah cukup membantu.

Pewawancara: Terakhir, adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan tentang pengalaman Anda di kantin?

Responden K03: Cukup, tidak ada yang ingin saya tambahkan lagi.

Wawancara dengan Responden K04
(Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K04: Nama saya K04, dari Program Studi Ilmu Komunikasi, saat ini saya berada di semester 6.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K04: Jarang.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K04: Waktu semester 5, saya beli minuman.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K04: Cukup baik dan sehat. Tapi kebersihan harus selalu dijaga biar nyaman saat jajan atau nongkrong di kantin.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K04: Cukup.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K04: Sebanding.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K04: Baik.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K04: Dimsum. Karena worth it dan enak karena selalu dalam keadaan panas.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K04: Supaya memajukan kantin dalam penjualan dan karena jaraknya dekat.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K04: Tidak.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K04: Bayar bisa pakai QRIS.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K04: Puas.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K04: Pengalaman bisa nongkrong dengan nyaman bersama staf kantin.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K04: Tidak.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman?
Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K04: Pernah, karena jajanannya beragam dan yang dagang ramah.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K04: Iya, kecuali kalau lagi nggak ada uang.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K04: Tidak ada.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K04: (Tidak memberikan jawaban).

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K04: Semangat terus untuk staf kantin dan lancar rezekinya, karena dengan ramah itu membuat orang nyaman untuk berada di kantin.

Wawancara dengan Responden K05
(Mahasiswa Prodi Kebidanan Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K05: Nama saya K05, dari Program Studi Kebidanan, sekarang sedang berada di semester akhir.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K05: Cukup lumayan sering.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K05: Beberapa bulan lalu.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K05: Sangat baik.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K05: Ya, sudah.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K05: Ya.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K05: Kantinnya sehat dan selalu bersih.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K05: Makroni bantet dan mie rebus, euh enak banget!

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K05: Karena ke depan itu lumayan cukup jauh, jadi lebih baik makan di kantin yang sudah tersedia.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K05: Selalu baik sih.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K05: Sudah cukup banget, ramah juga, baik deh.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K05: Ya.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K05: Menyenangkan.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K05: Enggak pernah.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman?
Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K05: Ya, pernah.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K05: Ya.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K05: Pelayanan atau ganti menu makanannya.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K05: Semakin meningkat dari segi apapun itu.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K05: Sangat puas, pelayanannya sangat baik dan ramah. *Best* pokoknya!

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K05: Nama saya K05, dari Program Studi Kebidanan, sekarang sedang berada di semester akhir.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K05: Cukup lumayan sering.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K05: Beberapa bulan lalu.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K05: Sangat baik.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K05: Ya, sudah.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K05: Ya.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K05: Kantinnya sehat dan selalu bersih.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K05: Makroni bantet dan mie rebus, euh enak banget!

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K05: Karena ke depan itu lumayan cukup jauh, jadi lebih baik makan di kantin yang sudah tersedia.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K05: Selalu baik sih.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K05: Sudah cukup banget, ramah juga, baik deh.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K05: Ya.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K05: Menyenangkan.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K05: Enggak pernah.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K05: Ya, pernah.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K05: Ya.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K05: Pelayanan atau ganti menu makanannya.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K05: Semakin meningkat dari segi apapun itu.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K05: Sangat puas, pelayanannya sangat baik dan ramah. *Best* pokoknya!

Wawancara dengan Responden K06
(Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K06: Nama saya K06, dari Program Studi D4 Bisnis Digital, saat ini saya berada di semester 6.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K06: Sekitar 6 dari 10 kali (cukup sering).

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K06: Pada tanggal 11 Juli 2025.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K06: Saya beri nilai 7,5 dari 10.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K06: Untuk jajanan warung sudah lengkap, tapi mungkin akan lebih menarik jika ada jajanan makanan berat untuk istirahat, cemilan yang dimasak dadakan, serta minuman seperti kopi-kopian atau minuman siap saji.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K06: Sangat sebanding.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K06: Saya nilai 8 dari 10.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K06: Snack keripik seperti Qitela dan minuman Teh Botol, karena memang itu favorit saya.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K06: Karena jaraknya lebih dekat dan bisa sekalian nongkrong.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K06: Pelayanannya sangat baik, karena yang melayani juga mahasiswa jadi sama-sama saling mengerti.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K06: Saya berharap ada *new experience* saat ke kantin, tidak seperti kantin biasa. Mungkin bisa menjadi tempat brainstorming inovasi layanan kantin.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K06: Saya beri nilai kepuasan 8 dari 10.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K06: Menyenangkan karena tempatnya luas, tapi bangku dan meja kurang banyak.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K06: Iya, karena akses Wi-Fi lemot.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K06: Tidak pernah, karena semua sudah tahu bahwa kantin hanya satu di UNISAL.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K06: Kurang menarik, karena jajanan yang dijual itu-itu saja.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K06: Ingin menambah kuantitas dan ragam produk, meningkatkan jumlah meja dan kursi, serta memperbaiki koneksi Wi-Fi.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K06: Dengan membuat inovasi produk dan layanan yang menciptakan pengalaman baru dan menarik bagi mahasiswa.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K06: Hanapi ganteng.

Wawancara dengan Responden K07
(Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K07: Nama saya K07, saya mahasiswa Program Studi Bisnis Digital, saat ini berada di semester 6.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K07: Saya cukup sering ke kantin, terutama saat sedang tidak membawa bekal. Jadi, bisa dibilang sesering mungkin.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K07: Sekitar dua bulan yang lalu, terakhir kali saya beli minum di sana.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K07: Kalau dari pengalaman saya, kualitasnya tergolong baik. Rasanya enak, layak untuk harga yang ditawarkan.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K07: Menurut saya masih kurang beragam. Salah satu contohnya, saya belum menemukan menu seperti mie rebus atau makanan hangat lainnya yang cukup digemari.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K07: Iya, saya rasa sangat murah bahkan. Harga makanannya terjangkau banget untuk ukuran mahasiswa.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K07: Secara keseluruhan cukup baik. Rasa makanannya enak, tampilannya juga bersih, dan sejauh ini saya belum pernah mengalami masalah kebersihan.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K07: Favorit saya air mineral. Alasannya sederhana, karena menyehatkan dan memang itu yang paling sering saya beli.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K07: Jujur saja, karena suasananya menyenangkan dan kadang juga karena ada “aa ganteng” yang bikin betah. Tapi secara umum, karena lebih dekat dan praktis juga.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K07: Pernah. Waktu itu saya datang saat jam makan siang, kondisi kantin cukup ramai. Tapi pelayanannya tetap ramah dan cepat. Ketika lauk yang saya pesan habis, aa kantin langsung menawarkan pengganti dengan porsi lebih banyak tanpa biaya tambahan. Bahkan beliau ingat saya pernah bantu angkat galon beberapa minggu sebelumnya. Itu hal kecil, tapi sangat berkesan buat saya.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K07: Saya berharap kantin bisa mengadakan semacam undian atau promo-promo menarik. Itu bisa jadi strategi menarik untuk meningkatkan minat mahasiswa datang ke kantin.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K07: Iya, saya puas.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K07: Hal-hal yang membuat pengalaman saya menyenangkan antara lain:

Pelayanan ramah dari staf kantin, terutama ibu kantin yang selalu senyum dan hangat. Tanggap terhadap masalah, misalnya saat kehabisan menu, mereka cepat memberi alternatif. Adanya perhatian personal, seperti mengingat mahasiswa yang pernah membantu sebelumnya. Suasana yang bersih dan tertib, meskipun ramai. Sebaliknya, pengalaman bisa menjadi tidak menyenangkan kalau pelayannya cuek, lambat, atau tidak responsif.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K07: Sejauh ini belum pernah merasa kecewa.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K07: Pernah, karena menurut saya kantin ini pelayanannya baik dan harganya terjangkau.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K07: Iya, tentu saja. Selain karena produk dan pelayanannya baik, kantin ini memang jadi tempat utama mahasiswa jajan dan bersosialisasi.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K07: Saya tidak merasa ada yang perlu diubah secara signifikan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K07: Menurut saya, kantin bisa meningkatkan pelayanannya dengan: Menyediakan sistem antrian yang lebih rapi dan tertib. Melatih staf agar lebih cepat dan ramah. Menambah variasi menu makanan dan minuman. Menjaga kebersihan area makan. Menyediakan papan menu digital agar lebih praktis.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K07: Saya merasa kantin kampus sudah menjadi bagian penting dari kehidupan mahasiswa, bukan hanya tempat makan tapi juga tempat berkumpul dan bersosialisasi. Saya sangat menghargai para staf kantin yang tetap melayani dengan baik walaupun kadang ramai dan sibuk. Harapannya, kantin terus berbenah dan berinovasi agar mahasiswa makin nyaman dan betah.

Wawancara dengan Responden K08 (Mahasiswa Prodi Hukum Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K08: Saya K08, mahasiswa semester 6 dari program studi Hukum di Universitas Sali Al-Aitaam.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin kampus?

Responden K08: Sejujurnya, saya jarang ke kantin. Mungkin karena aktivitas saya juga sering di luar kampus.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K08: Sudah cukup lama, saya bahkan lupa tepatnya kapan terakhir ke sana.

Pewawancara: Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas makanan dan minuman di kantin?

Responden K08: Sebenarnya enak-enak, tapi menurut saya variasinya masih kurang. Pilihan menunya itu-itu saja.

Pewawancara: Apakah menurut Anda pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K08: Belum. Karena kebanyakan menunya jajanan yang biasa saja. Kurang ada variasi yang berbeda atau menarik.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah porsi dan harga makanan sudah sebanding?

Responden K08: Iya, cukup sebanding sih. Harganya masih masuk akal untuk mahasiswa.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan makanan atau minuman di kantin?

Responden K08: Dari segi rasa, enak kok. Tapi balik lagi, pilihannya kurang banyak. Untuk tampilan dan kebersihan juga sudah cukup oke.

Pewawancara: Ada produk favorit Anda di kantin? Kenapa Anda menyukainya?

Responden K08: Saya paling suka risolnya. Rasanya enak dan cocok banget buat camilan waktu istirahat.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda lebih memilih makan di kantin daripada di tempat lain sekitar kampus?

Responden K08: Karena praktis dan dekat. Kalau lagi buru-buru, ya pasti ke kantin.

Pewawancara: Apakah Anda pernah mengalami pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K08: Sejauh ini saya belum pernah mengalami pelayanan yang buruk atau sangat menonjol. Biasa aja, tapi cukup memadai.

Pewawancara: Jika diberi pilihan, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin kampus?

Responden K08: Yang pasti sih saya harap ada area merokok. Karena banyak mahasiswa yang perokok, dan itu jadi salah satu alasan kenapa beberapa teman saya enggan ke kantin.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda puas setiap kali makan atau belanja di kantin?

Responden K08: Puas, cuma kalau bisa ditambah pilihan makanan yang lebih sehat dan bergizi seperti makanan tinggi protein.

Pewawancara: Menurut Anda, apa yang membuat pengalaman Anda menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K08: Karena lokasinya yang dekat dan strategis. Tapi ya itu tadi, kurang tempat buat santai atau ngobrol sambil ngopi.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa saat berkunjung ke kantin?

Responden K08: Enggak pernah sih. Biasa aja, gak ada kejadian yang bikin saya kecewa.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merekomendasikan kantin kampus kepada teman Anda?

Responden K08: Iya, sering saya rekomendasikan. Tapi teman-teman saya kadang bilang, “Ah, di kantin kampus mah gak bisa ngerokok.” Itu yang bikin mereka enggan.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali lagi?

Responden K08: Iya, karena ada risol itu tadi. Favorit banget.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K08: Saya pengen banget ada area khusus merokok. Supaya semua bisa merasa nyaman.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produknya?

Responden K08: Menurut saya, mereka bisa mulai menambah variasi menu. Jangan cuma jajanan standar seperti gorengan dan mie instan. Kalau bisa sediakan juga kopi-kopi kekinian kayak di kafe, jadi mahasiswa bisa sambil nongkrong atau nugas di sana.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K08: Saya harap ke depannya kantin bisa lebih memperhatikan kebutuhan semua mahasiswa, termasuk yang merokok. Mungkin bisa disediakan area merokok khusus di luar area makan, jadi tetap tertib dan semua pihak nyaman.

Wawancara dengan Responden K09
(Mahasiswa Universitas Sali Al-Aitaam)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K09: Nama saya K09, mahasiswa Universitas Sali Al-Aitaam.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K09: Tidak terlalu sering, biasanya hanya saat memang benar-benar butuh atau sedang di kampus cukup lama.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K09: Saya sudah agak lama tidak beli makanan di sana, jadi saya lupa tepatnya kapan terakhir.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K09: Secara kualitas sih cukup bagus, cuma menurut saya bisa lebih ditingkatkan lagi baik dari segi rasa maupun keberagaman. Akan lebih baik jika disesuaikan dengan selera mahasiswa masa kini.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K09: Menurut saya belum. Pilihannya masih terbatas dan cenderung itu-itu saja. Akan lebih menarik kalau ada variasi menu baru.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K09: Iya, sejauh ini porsi dan harga sudah cukup sebanding.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K09: Secara umum sudah cukup baik, walaupun tetap ada ruang untuk perbaikan, khususnya dalam hal penampilan makanan agar lebih menggugah selera.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K09: Saya paling suka nasi udaknya, karena rasanya enak dan cukup mengenyangkan.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K09: Lokasinya yang strategis dan dekat membuat kantin jadi pilihan praktis saat waktu makan tiba.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K09: Sejauh ini saya belum mengalami pelayanan yang sangat baik ataupun sangat buruk, biasa saja.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K09: Pelayanan yang ramah dan sigap, serta responsif terhadap masukan dari mahasiswa. Intinya, yang terbaik lah.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K09: Belum sepenuhnya puas, masih banyak hal yang bisa ditingkatkan, terutama dalam hal variasi menu dan suasana tempat.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K09: Kalau suasananya nyaman dan makanannya sesuai selera, tentu akan jadi pengalaman yang menyenangkan. Tapi kalau monoton dan tidak berkembang, jadi biasa saja.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K09: Tidak terlalu, hanya saja kadang bosan dengan pilihan menyunya.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K09: Saya jarang merekomendasikan, mungkin karena kantin ini belum punya daya tarik khusus yang bisa saya promosikan ke teman-teman.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K09: Kadang-kadang, terutama kalau memang butuh makan cepat atau lagi ingin nasi uduk.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K09: Saya ingin agar kantin menyediakan papan menu yang jelas supaya pengunjung tahu apa saja yang tersedia tanpa harus bertanya-tanya.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K09: Salah satunya dengan menyediakan stand menu yang jelas dan menarik. Lalu tambahkan juga pilihan makanan kekinian atau kopi-kopi seperti di kafe. Itu bisa bikin mahasiswa betah nongkrong sambil nugas.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K09: Mungkin bisa dipertimbangkan untuk memperluas area kantin dan menambahkan smoking area. Biar bisa jadi tempat nongkrong yang nyaman juga buat semua mahasiswa, termasuk yang merokok.

Wawancara dengan Responden K010

(Mahasiswa Prodi Hukum Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K10: Nama saya K10, saya mahasiswa semester 6 di program studi Hukum.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K10: Saya cukup jarang ke kantin, kira-kira hanya sesekali saja, tidak setiap hari.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K10: Terakhir saya ke kantin sekitar tanggal 14 Juli 2025.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K10: Kualitasnya menurut saya baik dan kebersihannya juga terjaga.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K10: Menurut saya sudah cukup beragam, karena setiap kali saya ke sana selalu ada beberapa pilihan makanan dan minuman yang berbeda.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K10: Ya, porsi dan harganya cukup seimbang. Tidak terlalu mahal dan porsinya pas.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman di kantin?

Responden K10: Secara keseluruhan rasanya enak, tampilannya juga cukup menarik, dan dari segi kebersihan menurut saya sudah baik.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K10: Kalau saya sih lebih sering beli air mineral. Praktis dan pasti dibutuhkan kapan saja.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K10: Karena lokasinya dekat sekali dengan kelas, jadi lebih praktis dan hemat waktu.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk di kantin? Bisa diceritakan?

Responden K10: Sejauh ini belum pernah mengalami pengalaman buruk. Pelayanan di kantin selalu cukup baik menurut saya.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K10: Menurut saya pelayanan yang sekarang sudah cukup baik, ramah dan cepat tanggap.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K10: Saya merasa sangat puas setiap kali makan atau membeli sesuatu di kantin.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K10: Suasana kantin yang nyaman dan sikap para penjual yang ramah membuat saya merasa betah dan puas.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K10: Tidak pernah, saya tidak punya pengalaman mengecewakan di kantin sejauh ini.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K10: Ya, saya pernah merekomendasikan karena menurut saya makanannya layak dan kantin cukup nyaman.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K10: Iya, saya pasti akan kembali karena sudah terbiasa dan cocok dengan pelayanannya. Bisa dibilang repeat order, ya.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K10: Saat ini saya tidak merasa ada hal yang perlu diubah. Semuanya sudah cukup memuaskan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K10: Secara umum sudah cukup baik, tapi mungkin bisa tetap ditingkatkan dengan menjaga konsistensi rasa dan kebersihan.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K10: Tidak ada hal lain, saya cukup puas dan semoga kantin bisa terus mempertahankan kualitasnya.

Wawancara dengan Responden K011
(Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Semester 8)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K11: Nama saya K11, saya mahasiswa aktif di Universitas Sali Al-Aitaam.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K11: Saya tidak terlalu sering, tapi kadang-kadang mampir ke kantin, tergantung kebutuhan dan jadwal kuliah.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K11: Terakhir kali saya ke kantin itu kemarin, beli minuman ringan saat istirahat.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K11: Secara umum sangat baik, baik dari rasa maupun kebersihannya.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K11: Menurut saya sudah cukup beragam. Ada makanan berat, camilan, dan berbagai jenis minuman. Jadi, cukup bisa memenuhi selera mahasiswa yang berbeda-beda.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K11: Iya, menurut saya porsi dan harga seimbang. Kita bisa dapat makanan yang layak dengan harga yang masih ramah di kantong mahasiswa.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K11: Rasa dan tampilannya enak serta menarik. Kebersihannya juga cukup terjaga, jadi saya merasa aman saat makan di sana.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K11: Saya suka makanan ringan seperti gorengan atau keripik, karena praktis dan cocok buat camilan pas jam kosong.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K11: Lokasinya strategis dan dekat dari kelas, jadi lebih praktis. Selain itu, saya juga merasa suasananya cukup nyaman.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K11: Iya, saya pernah dilayani dengan sangat ramah oleh penjualnya. Mereka cepat tanggap dan sopan.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K11: Saya berharap pelayanannya tetap ramah dan cepat. Kalau bisa, ada sistem antrian yang lebih rapi.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K11: Iya, saya merasa cukup puas. Walaupun tidak sempurna, tapi pengalaman saya sejauh ini positif.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K11: Suasana kantin yang nyaman dan keramahan dari penjual sangat mendukung. Tapi kadang kalau terlalu ramai jadi agak kurang nyaman.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K11: Pernah, waktu itu pilihan menu nya lagi sedikit dan saya jadi bingung mau makan apa.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K11: Pernah. Karena menurut saya kantin ini cukup bagus dan layak dicoba, apalagi untuk mahasiswa yang ingin makan cepat tanpa harus keluar kampus.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K11: Iya, karena saya merasa nyaman dan pelayanannya cukup baik. Selain itu, produknya juga sesuai dengan selera saya.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K11: Kalau boleh memberi masukan, mungkin bisa ditambah tempat duduk agar lebih nyaman saat ramai.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K11: Mungkin bisa ditambah variasi menu baru secara berkala dan menyediakan sistem order yang lebih efisien.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K11: Saya berharap kantin tetap bisa menjaga kualitas dan kebersihannya, karena itu sangat penting untuk kenyamanan dan kesehatan mahasiswa.

Wawancara dengan Responden K012
(Mahasiswa Prodi Akuntansi Perpajakan Semester 8)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K12: Nama saya K12, saya mahasiswa jurusan Akuntansi Perpajakan dan sekarang sedang menjalani semester 8.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K12: Saya bisa dibilang cukup sering ke kantin, hampir setiap hari kalau sedang ada kelas.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K12: Terakhir kali kemarin, pas jeda kuliah saya beli minuman.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K12: Menurut saya kualitasnya bagus, makanan dan minumannya selalu terlihat fresh dan layak dikonsumsi.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K12: Iya, menurut saya menu cukup beragam. Malah kadang suka bingung mau pilih yang mana karena banyak pilihan.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K12: Iya, sebanding kok. Porsinya cukup mengenyangkan dan harganya juga masih terjangkau untuk mahasiswa.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K12: Saya biasanya pertama lihat dari kemasannya, terutama kalau beli minuman botolan. Saya juga cek tanggal kedaluwarsanya. Kalau untuk makanan, tampilannya bersih dan menggugah selera.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K12: Favorit saya teh botol. Rasa manisnya pas, dan selalu jadi andalan saya pas haus.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K12: Karena letaknya dekat dengan kelas, jadi lebih praktis dan hemat waktu.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K12: Selama ini saya belum pernah mengalami pelayanan yang buruk. Semuanya berjalan lancar dan pelayanannya juga ramah.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K12: Saya berharap pelayanannya selalu cepat dan tetap ramah seperti sekarang.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K12: Ya, saya cukup puas. Selalu jadi tempat andalan kalau butuh makan atau minum cepat.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K12: Yang bikin menyenangkan itu karena pelayanannya cepat, tempatnya juga bersih, dan stafnya ramah.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K12: Sejauh ini belum pernah merasa kecewa.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K12: Pernah, karena menurut saya tempatnya nyaman dan makanannya oke.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K12: Iya dong, soalnya produk makanannya beragam dan sesuai selera saya.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K12: Saat ini sih nggak ada yang ingin saya ubah, semuanya sudah cukup baik.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K12: Mungkin bisa dengan melakukan briefing rutin ke staf agar kualitas layanan tetap konsisten, dan menambah variasi produk agar makin banyak pilihan.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K12: Nggak ada, saya cukup puas dengan pengalaman saya sejauh ini di kantin kampus.

Wawancara dengan Responden K014
(Mahasiswa Prodi Kebidanan Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K14: Nama saya K14, saya mahasiswa semester 6 dari program studi DIII Kebidanan.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K14: Biasanya saya ke kantin sekitar tiga kali dalam seminggu.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K14: Terakhir saya ke kantin minggu lalu.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K14: Menurut saya makanannya enak dan kualitasnya cukup baik.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K14: Iya, menurut saya pilihannya cukup banyak dan bervariasi.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K14: Iya, porsinya sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K14: Semuanya baik, mulai dari rasa, tampilan, sampai kebersihannya.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K14: Saya suka basreng, karena rasanya enak dan cocok di lidah saya.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K14: Salah satu alasannya karena lingkungannya bersih dan nyaman.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K14: Pernah, dan sejauh ini pelayanannya selalu baik.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K14: Saya berharap pelayanannya bisa tetap cepat dan ramah.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K14: Iya, saya merasa puas.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K14: Karena pelayanannya baik dan membuat nyaman saat belanja atau makan di sana.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K14: Tidak pernah merasa kecewa sejauh ini.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K14: Iya, saya pernah merekomendasikan karena lokasinya strategis dan masih di dalam lingkungan kampus.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K14: Iya, karena makanannya enak dan pelayanannya memuaskan.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K14: Sejauh ini saya puas, jadi tidak ada yang perlu diubah.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K14: Mungkin bisa menambah jumlah pekerja agar pelayanan lebih cepat, terutama saat jam ramai.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K14: Tidak ada, semuanya sudah cukup baik menurut saya.

Wawancara dengan Responden K015
(Mahasiswa Prodi Manajemen Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K15: Nama saya K15, saya mahasiswa S1 Manajemen semester 6.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K15: Cukup sering, apalagi kalau lagi ada kegiatan kampus atau sedang tidak sempat makan di rumah.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K15: Terakhir itu pas awal-awal masuk semester ini.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K15: Menurut saya kualitasnya cukup baik. Makanan dan minumannya aman dikonsumsi dan sejauh ini tidak ada masalah.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K15: Menurut saya masih kurang beragam, terutama untuk jajanan. Kalau bisa, ditambah lagi variasinya supaya suasananya lebih hidup dan menarik.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K15: Ya, sejauh ini porsi dan harga sudah cukup seimbang. Tidak terlalu mahal untuk ukuran mahasiswa.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K15: Secara keseluruhan cukup baik. Rasa dan tampilan makanannya oke, dan kebersihannya juga lumayan terjaga.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K15: Saya suka mie rebus. Rasanya sederhana tapi bisa jadi pelipur lapar, apalagi kalau sedang buru-buru.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K15: Karena kantin itu paling dekat dari kelas, jadi lebih praktis dan menghemat waktu.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K15: Sejauh ini pelayanannya cukup baik, belum pernah mengalami hal buruk selama makan atau belanja di kantin.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K15: Saya rasa pelayanan saat ini sudah cukup memuaskan. Tapi kalau bisa ditingkatkan, mungkin bisa lebih ramah dan lebih cepat saat jam sibuk.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K15: Cukup puas, walaupun masih ada beberapa hal yang bisa ditingkatkan.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K15: Suasana yang santai dan bisa sambil ngobrol atau diskusi bareng teman bikin pengalaman di kantin jadi menyenangkan.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K15: Tidak pernah merasa kecewa sejauh ini.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K15: Pernah. Karena kantin ini praktis, masih dalam lingkungan kampus, dan cukup nyaman untuk makan atau sekadar nongkrong.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K15: Iya, karena saya memang suka jajan dan kantin ini cukup nyaman untuk itu.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K15: Sampai saat ini saya cukup puas, jadi belum ada yang ingin diubah secara khusus.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K15: Bisa dengan menambah variasi menu, terutama makanan berat. Mungkin juga bisa kolaborasi dengan UMKM sekitar agar lebih bervariasi dan menarik.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K15: Mungkin saran saja, kalau bisa ditambah menu-menu baru agar lebih banyak pilihan dan suasananya lebih segar.

Wawancara dengan Responden K016
(Mahasiswa Universitas Sali Al-Aitaam)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K16: Nama saya K16, saya mahasiswa Universitas Sali Al-Aitaam.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K16: Saya tidak terlalu sering ke kantin, biasanya hanya sesekali jika memang sedang perlu.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K16: Terakhir saya ke kantin itu kemarin.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K16: Menurut saya cukup baik. Rasa makanannya enak dan layak dikonsumsi.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K16: Ya, pilihan menu sudah cukup beragam. Ada banyak varian makanan dan minuman yang bisa dinikmati sesuai selera.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K16: Iya, porsinya cukup mengenyangkan dan harganya juga masih terjangkau.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K16: Dari segi rasa sudah cukup enak, tampilannya juga menarik. Saya juga memperhatikan kebersihan tempat dan makanan, sejauh ini cukup bersih.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K16: Saya suka mie, karena selain rasanya enak, juga cukup mengenyangkan.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K16: Karena lokasinya dekat dengan ruang kelas, jadi lebih praktis dan hemat waktu.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K16: Selama ini saya merasa pelayanannya cukup baik, belum pernah mengalami pengalaman yang buruk.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K16: Saya berharap pelayanan bisa lebih cepat dan para petugasnya tetap ramah dalam melayani pembeli.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K16: Lumayan puas, apalagi kalau suasana kantin sedang tidak terlalu ramai.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K16: Yang membuat menyenangkan adalah tempatnya yang cukup luas dan nyaman untuk makan di tempat.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K16: Tidak, sejauh ini belum pernah merasa kecewa.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K16: Ya, saya pernah merekomendasikan, apalagi kalau ada jajanan baru yang menarik.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K16: Iya, karena pelayanannya cukup baik dan menunya juga variatif.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K16: Untuk saat ini saya merasa cukup puas, belum ada yang ingin diubah.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K16: Menurut saya, menjaga kebersihan dan kenyamanan kantin itu penting. Selain itu, kualitas dan variasi menu juga perlu terus ditingkatkan agar tidak membosankan.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K16: Tidak ada, semuanya sudah cukup baik menurut saya.

Wawancara dengan Responden K017
(Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Semester 8)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K17: Saya K17 mahasiswa dari Program Studi Bisnis Digital angkatan 2021, saat ini sedang menjalani semester 8.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K17: Sejujurnya saya cukup jarang mengunjungi kantin kampus.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda membeli makanan atau minuman di sana?

Responden K17: Kurang lebih sekitar enam bulan yang lalu.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K17: Secara keseluruhan kualitasnya cukup bagus, meskipun menurut saya masih kurang variasi terutama dalam pilihan menu makanan berat.

Pewawancara: Apakah Anda merasa pilihan menu di kantin sudah cukup beragam?

Responden K17: Belum. Menurut saya, variasi menunya masih terbatas, terutama untuk jenis makanan utama atau berat.

Pewawancara: Apakah porsi dan harga makanan menurut Anda sudah sebanding?

Responden K17: Ya, saya rasa porsinya sudah cukup sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman yang tersedia?

Responden K17: Rasa makanannya cukup enak, tampilannya sederhana tapi bersih. Secara umum kebersihannya juga terjaga.

Pewawancara: Apakah Anda punya produk favorit di kantin?

Responden K17: Saya suka kopi dingin yang dijual di sana, karena sering membantu saya tetap fokus dan tidak mengantuk di kampus.

Pewawancara: Apa yang biasanya membuat Anda memilih makan atau membeli di kantin kampus dibandingkan tempat lain di sekitar kampus?

Responden K17: Karena lokasinya lebih dekat, saya tidak perlu berjalan jauh keluar kampus untuk sekadar membeli makanan atau minuman.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pelayanan yang sangat baik atau justru buruk di kantin?

Responden K17: Selama ini pelayanannya sudah cukup baik, tidak ada masalah berarti.

Pewawancara: Kalau bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin?

Responden K17: Menurut saya pelayanan yang sekarang sudah cukup memuaskan, jadi tidak ada yang terlalu saya harapkan lagi untuk saat ini.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan pengalaman berbelanja atau makan di kantin?

Responden K17: Ya, saya merasa cukup puas.

Pewawancara: Apa yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan menurut Anda?

Responden K17: Salah satunya karena kebutuhan saya akan minuman seperti kopi dingin bisa terpenuhi dengan mudah di sana.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa dengan pelayanan atau produk di kantin?

Responden K17: Tidak pernah, sejauh ini tidak ada pengalaman yang membuat saya kecewa.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman?

Responden K17: Ya, saya pernah merekomendasikannya, terutama karena kantin ini juga bisa jadi tempat diskusi yang cukup nyaman antar mahasiswa.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang?

Responden K17: Saya belum bisa memastikan, mungkin tergantung kebutuhan atau situasi nanti.

Pewawancara: Jika ada hal yang ingin Anda ubah dari kantin, apa yang akan Anda ubah?

Responden K17: Saat ini belum ada yang ingin saya ubah, karena tidak merasa ada kekurangan yang signifikan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K17: Mungkin saya belum bisa memberikan saran spesifik, karena pengalaman saya juga belum terlalu banyak.

Pewawancara: Apakah ada hal lain yang ingin Anda sampaikan terkait pengalaman Anda di kantin?

Responden K17: Tidak ada, sejauh ini tidak ada hal tambahan yang ingin saya sampaikan.

Wawancara dengan Responden K018
(Mahasiswa Prodi Manajemen Semester 1)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K18: Nama saya K18, saya mahasiswa jurusan Manajemen semester satu.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K18: Hampir setiap hari saya ke kantin.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K18: Terakhir tadi siang, saya beli makanan di sana.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K18: Menurut saya kualitasnya sudah baik, karena makanannya aman dan layak konsumsi—sudah berlabel BPOM juga.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K18: Ya, cukup beragam. Menu jajanan dan makanan ringan cukup bervariasi, cocok untuk selera anak-anak sekolah maupun mahasiswa.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K18: Iya, sangat sebanding. Dengan harga terjangkau, porsinya juga cukup mengenyangkan.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman di kantin?

Responden K18: Rasa dan tampilannya cukup menarik. Dari cara penjual menyajikan makanannya juga terlihat bersih dan teratur.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K18: Saya suka roti Aoka, karena rasanya enak dan bisa bikin kenyang.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K18: Lokasinya yang dekat membuat saya lebih nyaman ke kantin daripada harus keluar kampus.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K18: Pernah, pelayanannya sangat baik. Pegawainya ramah-ramah dan suka menyapa pembeli.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K18: Saya harap pelayanannya bisa lebih cepat dan tanggap atau istilahnya 'sat set'.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K18: Iya, saya sangat puas dengan pengalaman saya sejauh ini.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K18: Karena selain bisa makan enak, saya juga sering ngobrol santai dengan pegawai kantin. Itu bikin suasananya jadi hangat.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K18: Tidak pernah merasa kecewa selama ini.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K18: Tidak pernah secara langsung, karena kantin ini memang khusus untuk orang-orang di lingkungan yayasan saja.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K18: Tentu, karena pilihan makanannya banyak dan cukup menarik.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K18: Saat ini saya merasa puas, jadi belum ada yang perlu diubah.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K18: Bisa dengan cara menjual produk-produk yang lebih berkualitas dan menjaga kebersihan terus-menerus.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K18: Tidak ada, semua sudah cukup baik menurut saya.

Wawancara dengan Responden K019
(Mahasiswa Universitas Sali Al-Aitaam)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K19: Nama saya K19, saya mahasiswa di Universitas Sali Al-Aitaam.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K19: Hampir setiap hari saya ke kantin, apalagi kalau ada jam kosong atau istirahat.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K19: Hari ini, barusan tadi siang saya beli minuman.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K19: Menurut saya sudah bagus, rasanya oke dan aman untuk dikonsumsi.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K19: Iya, menurut saya sudah cukup beragam. Ada banyak pilihan, dari makanan berat sampai camilan dan minuman dingin.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K19: Ya, menurut saya sebanding. Harganya masih terjangkau dan porsinya cukup.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K19: Makanannya higienis, tampilannya rapi, dan rasanya juga enak.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K19: Saya suka minuman dingin, soalnya menyegarkan apalagi kalau cuaca panas atau lagi banyak tugas.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K19: Karena lebih praktis dan dekat. Jadi nggak buang waktu kalau harus ke luar kampus.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K19: Selama ini nggak pernah ada masalah. Pelayanannya cukup baik dan ramah.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K19: Sejauh ini sudah cukup memuaskan. Mungkin bisa lebih cepat aja saat jam sibuk.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K19: Iya, saya merasa cukup puas.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K19: Tempatnya nyaman, dan produknya sesuai selera saya. Itu yang bikin menyenangkan.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K19: Tidak pernah merasa kecewa selama ini.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K19: Belum pernah secara khusus merekomendasikan, karena memang semua teman saya juga udah tahu kantin ini.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K19: Iya, karena makanannya variatif dan pelayanannya cukup oke.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K19: Saya puas, jadi belum ada hal yang ingin diubah.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K19: Mungkin bisa tambah menu baru atau promo tertentu supaya lebih menarik.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K19: Nggak ada sih, semuanya sudah baik menurut saya.

Wawancara dengan Responden K020
(Mahasiswa Prodi Manajemen Semester 6)

Pewawancara: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda?

Responden K20: Saya K20, mahasiswa semester 6 dari Program Studi Manajemen.

Pewawancara: Seberapa sering Anda mengunjungi kantin Universitas Sali Al-Aitaam?

Responden K20: Saya biasanya ke kantin sekitar tiga sampai empat kali dalam seminggu, terutama saat ada jeda antar mata kuliah.

Pewawancara: Kapan terakhir kali Anda makan atau membeli minuman di kantin?

Responden K20: Terakhir kemarin siang, saya beli makaroni dan minuman freshtea.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai kualitas makanan dan minuman yang dijual di kantin?

Responden K20: Secara umum kualitasnya cukup baik, rasanya enak dan sesuai dengan harga mahasiswa.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pilihan menu di kantin sudah cukup beragam? Mengapa?

Responden K20: Menunya lumayan beragam, tapi saya rasa masih bisa ditambah, khususnya untuk makanan berat. Sekarang ini lebih banyak jajanan ringan dibandingkan lauk atau makanan utama.

Pewawancara: Apakah Anda merasa porsi dan harga makanan sebanding dengan apa yang Anda terima?

Responden K20: Iya, menurut saya cukup seimbang. Dengan uang sekitar 10 sampai 15 ribu, saya sudah bisa makan kenyang.

Pewawancara: Bagaimana Anda menilai rasa, tampilan, dan kebersihan produk makanan atau minuman?

Responden K20: Untuk rasa cukup memuaskan, tampilannya standar tapi layak. Yang paling penting, dari segi kebersihan saya merasa tempat dan makanan cukup higienis.

Pewawancara: Adakah produk favorit Anda di kantin? Apa alasannya Anda menyukainya?

Responden K20: Saya paling suka makaroni karena rasanya pedas, porsinya juga pas buat camilan saat istirahat.

Pewawancara: Apa yang membuat Anda memilih makan di kantin dibanding tempat lain di sekitar kampus?

Responden K20: Karena lebih praktis, dekat dari kelas, dan harganya terjangkau dibanding harus ke luar kampus.

Pewawancara: Pernahkah Anda mengalami pengalaman pelayanan yang sangat baik atau sangat buruk? Bisa ceritakan?

Responden K20: Pernah dilayani dengan sangat cepat saat kondisi kantin sedang ramai. Menurut saya itu hal positif karena meskipun sibuk, pelayannya tetap sigap.

Pewawancara: Jika bisa memilih, pelayanan seperti apa yang Anda harapkan dari kantin di kampus?

Responden K20: Saya berharap pelayanannya tetap ramah, dan saat antrean ramai bisa dibuat lebih tertib atau ada sistem antre yang lebih jelas.

Pewawancara: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas setiap kali berbelanja atau makan di kantin?

Responden K20: Ya, saya merasa cukup puas setiap kali makan di kantin.

Pewawancara: Menurut Anda, apa saja yang membuat pengalaman tersebut menyenangkan atau sebaliknya?

Responden K20: Suasana tempat duduknya nyaman, jadi enak buat makan sambil ngobrol santai dengan teman.

Pewawancara: Apakah Anda pernah merasa kecewa? Jika ya, karena aspek apa?

Responden K20: Sejauh ini belum pernah merasa kecewa.

Pewawancara: Pernahkah Anda merekomendasikan kantin ini kepada teman? Mengapa atau mengapa tidak?

Responden K20: Pernah, karena pilihan menunya cukup lengkap dan lokasinya strategis di dalam kampus.

Pewawancara: Apakah pelayanan atau produk di kantin membuat Anda ingin kembali datang? Mengapa?

Responden K20: Tentu, karena menunya cocok dengan selera saya dan suasananya nyaman untuk makan.

Pewawancara: Jika Anda tidak puas, bagian mana yang paling ingin Anda ubah?

Responden K20: Kalau bisa ditambah lagi variasi makanan beratnya, biar lebih banyak pilihan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana cara kantin bisa meningkatkan pelayanan dan produk mereka?

Responden K20: Bisa dengan menambah pilihan menu, membuat sistem antrean yang lebih rapi, dan kalau memungkinkan, menyediakan opsi pembayaran non-tunai seperti QRIS atau e-wallet.

Pewawancara: Adakah hal lain yang ingin Anda sampaikan mengenai pengalaman Anda di kantin?

Responden K20: Semoga kantinnya semakin ramai dan tetap bisa menjaga kualitas serta kebersihannya seperti sekarang.

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian









DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

1. Nama : Hanapi Muhammad Yusuf
2. Tempat/Tgl.lahir : Garut 25 juli 1998
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Alamat : Kampung Cisanta RT004 RW004, Cikarang,
Cisewu, Kabupaten Garut
6. Telepon : 0821-1972-6846
7. Email : hanapim Yusuf@gmail.com
8. Nama Ayah : Ichang Kosasih
9. Nama Ibu : Winangsih
10. Alamat : Kampung Cisanta RT004 RW004, Cikarang,
Cisewu, Kabupaten Garut

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Bisnis Digital Fakultas Vokasi Universitas Sali Al-Aitaam (2021-2025)
2. MA Al-Fajar Cikarang Kabupaten Garut (2014-2017)
3. MTS Al-Fajar Cikarang Kabupaten Garut (2011-2014)
4. SD Cikarang Kabupaten Garut (2005-2011)

C. RIWAYAT ORGANISASI

1. Badan Eksekutif Mahasiswa (2022-2023)
2. Himpunan Mahasiswa Bisnis Digital (2021-2025)