

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor jasa di era globalisasi menuntut setiap organisasi untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Persaingan yang semakin kompetitif tidak hanya terjadi pada perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dan industri, tetapi juga pada sektor penyedia jasa, termasuk usaha penyedia makanan dan minuman. Dalam kondisi tersebut, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu organisasi dalam mempertahankan konsumennya. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan kepuasan konsumen, sedangkan pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan ketidakpuasan dan berdampak pada menurunnya minat konsumen untuk kembali menggunakan jasa yang ditawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan suatu organisasi dalam memberikan pelayanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), sebagaimana dikutip dalam Mujito *et al.*, (2026) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Semakin tinggi tingkat kesesuaian antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Oleh karena itu, setiap penyedia jasa dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu memenuhi harapan konsumen serta menciptakan kepuasan yang berkelanjutan.

Secara teoritis, kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), sebagaimana

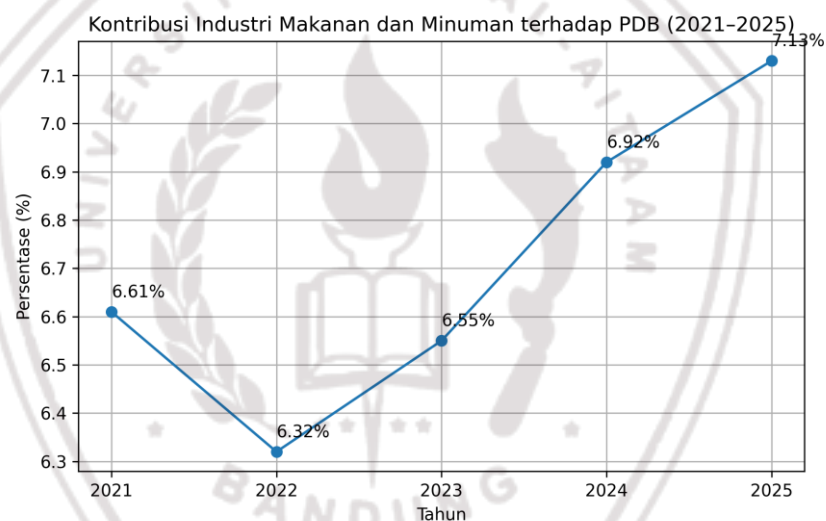
dikutip dalam Zaini, (2022) mengemukakan bahwa “kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi tersebut menjadi indikator dalam menilai sejauh mana suatu organisasi mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen. Tjiptono, (2022) juga menyatakan bahwa “kualitas pelayanan yang baik akan memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan serta loyalitas konsumen”. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi organisasi yang bergerak di bidang jasa, termasuk usaha penyedia makanan dan minuman.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen juga telah dibuktikan melalui berbagai penelitian terdahulu. Penelitian pada Warung Bek Mu 2 Lamongan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan dimensi *responsiveness* sebagai indikator yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Zaini, 2022).

Penelitian lain pada Warung Mina Cabang Dalung juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen Maharani *et al.* (2022). Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara konsisten menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada usaha di bidang makanan dan minuman. Namun demikian, hasil penelitian tersebut diperoleh pada objek rumah makan dan restoran sehingga masih diperlukan penelitian pada kantin di lingkungan yayasan pendidikan yang memiliki karakteristik konsumen dan sistem pelayanan yang berbeda.

Perkembangan sektor makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan tren yang positif. Berdasarkan Statistik Indonesia yang

diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2026), industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Pada tahun 2025, industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 7,13% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) menurut lapangan usaha. Selain itu, pengeluaran konsumsi rumah tangga untuk kelompok makanan dan minuman masih menjadi salah satu komponen terbesar dalam struktur konsumsi masyarakat Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap layanan penyedia makanan dan minuman terus meningkat sehingga penyedia jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas agar mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.



Gambar 1.1 Kontribusi Industri Makanan dan Minuman (PDB) 2021–2025

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), Statistik Indonesia 2026, diolah oleh penulis (2026)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2026), kontribusi industri makanan dan minuman terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) menurut lapangan usaha menunjukkan tren yang cenderung meningkat selama periode 2021–2025. Meskipun sempat mengalami penurunan dari 6,61% pada tahun 2021 menjadi 6,32% pada tahun 2022, kontribusi sektor ini kembali meningkat menjadi 6,55% pada tahun 2023, 6,92% pada tahun 2024, dan mencapai 7,13% pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman memiliki peran yang semakin penting dalam

perekonomian Indonesia, sehingga kualitas pelayanan pada usaha penyedia makanan dan minuman, termasuk kantin di lingkungan pendidikan, menjadi aspek yang perlu diperhatikan untuk menjaga kepuasan konsumen dan keberlangsungan usaha.

Di lingkungan pendidikan, kantin tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyedia makanan dan minuman, tetapi juga sebagai fasilitas pendukung kesehatan, kenyamanan, dan kegiatan belajar. Sakur dan Jailani (2026) menjelaskan bahwa kantin sekolah berperan dalam menyediakan pangan yang sehat dan bergizi, menjadi ruang istirahat bagi peserta didik, serta mendukung terciptanya lingkungan pendidikan yang bersih dan nyaman. Selain itu, Afroza et al. (2022) menemukan bahwa pelayanan konsumen dan suasana kantin, termasuk kebersihan serta kenyamanan fasilitas, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu, pengelolaan kantin di lingkungan pendidikan perlu memperhatikan kualitas pelayanan petugas, kebersihan lingkungan, dan kelayakan fasilitas pendukung agar mampu menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung, masih ditemukan beberapa kondisi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya optimal, terutama pada dimensi *tangible* (bukti fisik). Fasilitas tempat duduk yang tersedia masih terbatas sehingga belum mampu menampung seluruh konsumen pada jam istirahat. Selain itu, etalase makanan yang digunakan belum dilengkapi dengan penutup sehingga kurang optimal dalam menjaga kebersihan dan higienitas makanan yang dijual. Fasilitas pendukung lainnya, seperti kipas angin dan tempat cuci tangan, juga belum tersedia sehingga kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam menikmati layanan kantin masih belum maksimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dimensi *tangible* sebagai salah satu indikator kualitas pelayanan belum sepenuhnya terpenuhi sehingga berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap pelayanan kantin.

Untuk memperkuat fenomena penelitian, peneliti melakukan pra-survei terhadap 30 konsumen Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung. Penentuan kategori hasil pra-survei didasarkan pada skor ideal per item, yaitu skor minimum sebesar 30 dan skor maksimum sebesar 150. Berdasarkan pembagian ke dalam lima kategori, skor 102 sampai kurang dari 126 termasuk kategori baik. Hasil pra-survei pada variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas 10 item memperoleh total skor sebesar 1.208, sehingga diperoleh rata-rata skor per item sebesar 120,8. Dengan demikian, kualitas pelayanan secara umum berada dalam kategori baik. Meskipun demikian, kategori baik tersebut tidak menunjukkan bahwa seluruh aspek pelayanan telah berjalan optimal. Indikator perhatian pegawai kepada konsumen pada dimensi *empathy* memperoleh skor terendah, yaitu 109. Sementara itu, berdasarkan hasil observasi langsung, masih ditemukan permasalahan pada dimensi *tangible*, berupa keterbatasan tempat duduk, belum tersedianya penutup etalase makanan, kipas angin, dan tempat cuci tangan. Hasil pra-survei dan observasi tersebut menunjukkan bahwa aspek empati pegawai serta kelengkapan fasilitas fisik masih perlu mendapatkan perhatian dari pengelola kantin.

Tabel 1.1 Total Penskoran Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No	Dimensi	Indikator	Item	Pembobotan	Persentase (%)
1.	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Apakah fasilitas kantin terlihat bersih dan rapi ?	X _{1.1}	121	10,02%
		Apakah peralatan yang digunakan di kantin terlihat layak digunakan ?	X _{1.2}	121	10,02%
2.	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Apakah pesanan makanan/minuman disajikan sesuai dengan yang Anda pesan ?	X _{1.3}	133	11,01%
		Apakah pelayanan di kantin dilakukan	X _{1.4}	123	10,18%

		dengan tepat dan konsisten ?			
3.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Apakah pegawai kantin melayani Anda dengan cepat ?	X _{1.5}	116	9,60%
		Apakah pegawai kantin tanggap ketika Anda membutuhkan bantuan ?	X _{1.6}	120	9,93%
4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Apakah pegawai kantin bersikap sopan saat melayani ?	X _{1.7}	126	10,43%
		Apakah Anda merasa aman terhadap kebersihan makanan yang disajikan ?	X _{1.8}	123	10,18%
5.	<i>Empathy</i> (Empati)	Apakah pegawai kantin memberikan perhatian kepada pelanggan ?	X _{1.9}	109	9,02%
		Apakah pegawai kantin memahami kebutuhan pelanggan ?	X _{1.10}	116	9,60%
		Total		1208	
		Rata-rata		121	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penulis

Berdasarkan Tabel 1.1, dimensi *reliability* memperoleh rata-rata skor tertinggi sebesar 128. Berdasarkan rentang interpretasi skor, nilai tersebut berada pada interval 126–150 sehingga termasuk dalam kategori sangat baik. Sementara itu, dimensi *empathy* memperoleh rata-rata skor paling rendah sebesar 112,5. Nilai tersebut berada pada interval 102–<126 sehingga masih termasuk dalam kategori baik. Meskipun secara kategoris dimensi *empathy* telah dinilai baik, posisinya yang paling rendah dibandingkan dimensi lainnya menunjukkan bahwa perhatian dan pemahaman pegawai terhadap kebutuhan konsumen masih perlu ditingkatkan.

Sementara itu, hasil pra-survei terhadap variabel kepuasan konsumen menunjukkan total skor sebesar 740 dengan rata-rata skor 123 yang juga termasuk dalam kategori baik. Akan tetapi, indikator kesesuaian harapan memperoleh skor 114 dan 116, lebih rendah dibandingkan indikator minat berkunjung kembali maupun kesediaan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, masih terdapat sebagian konsumen yang menilai bahwa pelayanan yang diterima belum sepenuhnya sesuai dengan harapan mereka.

Tabel 1.2 Total Penskoran Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Dimensi	Indikator	Item	Pembobotan	Persentase (%)
1.	Kesesuaian harapan	Apakah pelayanan kantin sesuai dengan harapan Anda ?	Y _{2.1}	116	15,68%
		Apakah kualitas makanan/minuman sesuai dengan yang Anda harapkan ?	Y _{2.2}	114	15,41%
2.	Minat berkunjung Kembali	Apakah Anda berniat membeli kembali di kantin ini ?	Y _{2.3}	129	17,43%
		Apakah Anda tertarik untuk kembali menggunakan layanan kantin?	Y _{2.4}	129	17,43%
3	Kesediaan merekomendasikan	Apakah Anda bersedia merekomendasikan kantin ini kepada teman ?	Y _{2.5}	130	17,57%
		Apakah Anda akan menyarankan kantin ini kepada orang lain?	Y _{2.6}	122	16,49%
Total				740	100%
Rata-rata				123	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penulis

Berdasarkan Tabel 1.2 terlihat bahwa indikator kesediaan merekomendasikan memperoleh skor tertinggi, sedangkan indikator kesesuaian harapan memperoleh skor terendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun konsumen bersedia merekomendasikan kantin, pelayanan yang diterima belum sepenuhnya memenuhi harapan mereka.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan fakta di lapangan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), salah satu dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan konsumen adalah *tangible*, yaitu kelengkapan fasilitas, peralatan, serta lingkungan fisik tempat pelayanan diberikan. Secara teoritis, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Namun, hasil observasi dan pra-survei menunjukkan bahwa masih terdapat kekurangan pada aspek bukti fisik berupa keterbatasan tempat duduk, belum tersedianya penutup etalase makanan, kipas angin, serta tempat cuci tangan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan sehingga kepuasan yang dirasakan belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen perlu dibuktikan secara empiris melalui penelitian kuantitatif.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, penelitian-penelitian tersebut umumnya dilakukan pada rumah makan, restoran, usaha kuliner, toko ritel, maupun sektor jasa lainnya. Hingga saat ini, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kantin di lingkungan yayasan pendidikan masih relatif terbatas. Selain memiliki karakteristik konsumen yang berbeda, yaitu didominasi oleh siswa, guru, tenaga kependidikan, dan pengunjung yayasan, kantin pendidikan juga memiliki sistem pelayanan, fasilitas, serta pola konsumsi yang berbeda dibandingkan restoran atau rumah makan komersial. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap yang menjadi dasar penting dilakukannya penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan

terhadap kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

Berdasarkan fenomena empiris, data statistik, hasil observasi, hasil pra-survei, kesenjangan antara teori dan kondisi di lapangan, serta masih terbatasnya penelitian pada objek yang sama, penelitian ini penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek bukti fisik (*tangible*), sehingga kepuasan konsumen dapat meningkat. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai kualitas pelayanan pada sektor kantin di lingkungan lembaga pendidikan.

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian terdahulu karena dilakukan pada kantin di lingkungan yayasan pendidikan, yang memiliki karakteristik konsumen berbeda dengan rumah makan maupun restoran komersial. Selain itu, penelitian ini menggunakan hasil observasi dan pra-survei sebagai dasar dalam mengidentifikasi permasalahan kualitas pelayanan sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang lebih sesuai dengan kondisi objek penelitian.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung."

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, beberapa permasalahan terkait kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Meningkatnya persaingan dalam sektor jasa menuntut penyedia layanan untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik agar mampu memenuhi harapan konsumen.

2. Kepuasan konsumen merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu layanan, namun pada praktiknya masih terdapat penyedia jasa yang belum mampu memberikan pelayanan sesuai harapan.
3. Kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen, sehingga pelayanan yang kurang optimal berpotensi menimbulkan ketidakpuasan.
4. Pertumbuhan industri makanan dan minuman yang pesat turut meningkatkan persaingan antar penyedia layanan, sehingga diperlukan peningkatan kualitas pelayanan.
5. Peran kantin di lingkungan pendidikan cukup penting dalam memenuhi kebutuhan konsumsi, namun kualitas pelayanan yang diberikan belum tentu sesuai dengan harapan pengguna layanan.
6. Kualitas pelayanan kantin, khususnya dalam aspek kecepatan, kebersihan, dan kenyamanan fasilitas, masih perlu ditingkatkan untuk menciptakan pengalaman konsumsi yang lebih baik.
7. Masih terdapat berbagai permasalahan dalam layanan kantin, seperti antrean panjang, keterlambatan pelayanan, keterbatasan fasilitas tempat makan, serta kebersihan yang kurang optimal.
8. Permasalahan dalam kualitas pelayanan kantin dapat berdampak pada tingkat kepuasan konsumen dan berpotensi menurunkan minat untuk kembali menggunakan layanan.
9. Penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada layanan kantin masih tergolong terbatas, terutama pada lingkungan lembaga pendidikan berbasis yayasan.
10. Belum diketahui secara pasti sejauh mana kualitas pelayanan di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung memengaruhi kepuasan konsumen, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, ruang lingkup penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y).
3. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan indikator yang mengacu pada dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
4. Kepuasan konsumen diukur berdasarkan tingkat kepuasan setelah menggunakan layanan kantin, yang mencakup kesesuaian harapan, pengalaman pelayanan, serta kepuasan secara keseluruhan.
5. Subjek penelitian ini meliputi konsumen yang menggunakan layanan Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung, yaitu siswa/siswi tingkat SMP, mahasiswa, dan karyawan yang pernah melakukan pembelian.
6. Penelitian ini dilakukan di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung sebagai lokasi penelitian.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya pada bidang pemasaran jasa. Adapun manfaat teoretis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperluas kajian dalam bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya pada aspek kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Memperkaya kajian akademik mengenai penerapan model SERVQUAL (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) dalam konteks layanan di lingkungan pendidikan.
3. Memberikan dasar bagi penelitian lanjutan yang berfokus pada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam konteks layanan kantin di institusi pendidikan.
4. Menyediakan bukti empiris mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada sektor jasa di lingkungan pendidikan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Kantin

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap sistem pelayanan yang selama ini diterapkan. Melalui pemahaman mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pengelola kantin dapat melakukan perbaikan layanan secara lebih terarah.

Perbaikan tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kecepatan pelayanan, kebersihan lingkungan kantin, kenyamanan fasilitas, serta sikap ramah petugas dalam melayani konsumen. Selain itu, keputusan manajerial yang diambil oleh pengelola kantin diharapkan dapat didasarkan pada data dan hasil penelitian yang lebih terukur.

2. Bagi Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan pengelolaan fasilitas pendukung pendidikan. Peningkatan kualitas pelayanan kantin diharapkan mampu menciptakan lingkungan yang lebih nyaman bagi siswa/siswi, mahasiswa, dan karyawan. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik juga dapat memperkuat citra positif yayasan di mata masyarakat.

3. Bagi Konsumen

Penelitian ini turut memberikan manfaat bagi konsumen, khususnya sebagai dasar dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. Pelayanan yang lebih baik diharapkan mampu menciptakan kenyamanan dan meningkatkan kepuasan konsumen saat bertransaksi di kantin.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi media untuk mengimplementasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan manajemen operasional. Selain itu, penelitian ini memberikan pengalaman dalam pelaksanaan penelitian secara sistematis serta dapat menjadi bekal dalam menghadapi dunia kerja maupun penelitian lanjutan.