

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.

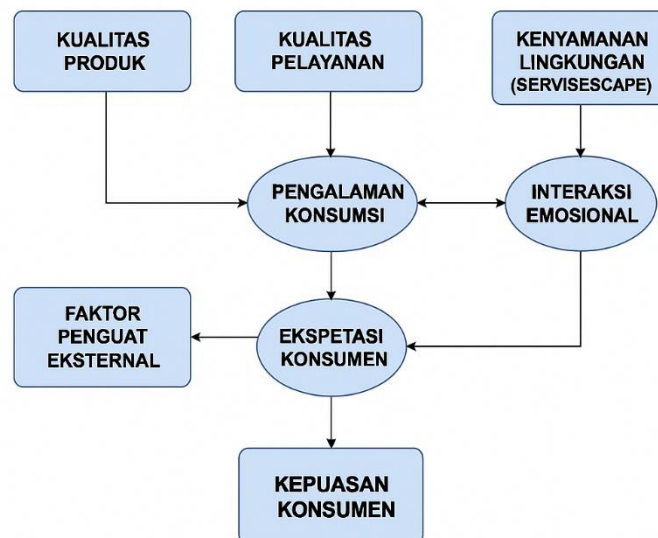
Proses *member checking* atau konfirmasi data kepada informan juga dilakukan sebagai bentuk validasi langsung terhadap keabsahan makna yang ditangkap oleh peneliti. Setelah transkripsi wawancara disusun, peneliti menunjukkan ringkasan atau kutipan penting kepada informan terkait untuk memastikan bahwa 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.