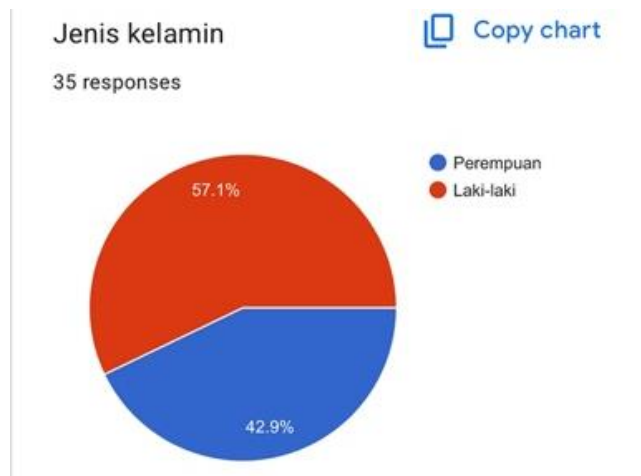


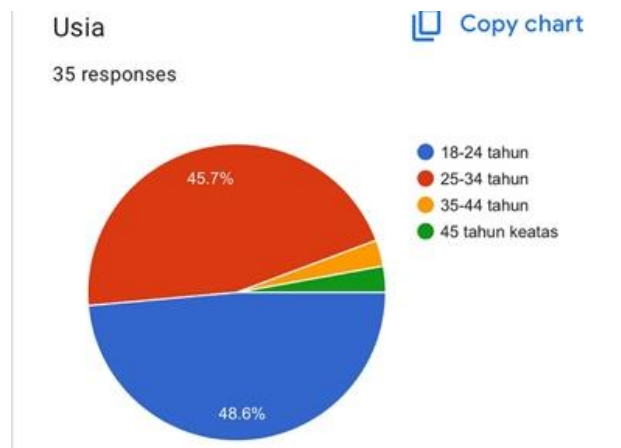
## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana interaksi staf memengaruhi kepuasan pelanggan di Shamrock Surabaya. Penelitian ini dilakukan terhadap 35 responden laki-laki dan perempuan (Gambar 4.1) dengan rincian yang berjenis kelamin laki-laki (57.1%) dan perempuan (42.9%) serta didominasi dengan responden dengan rentang usia 18-24 tahun (Gambar 4.2).



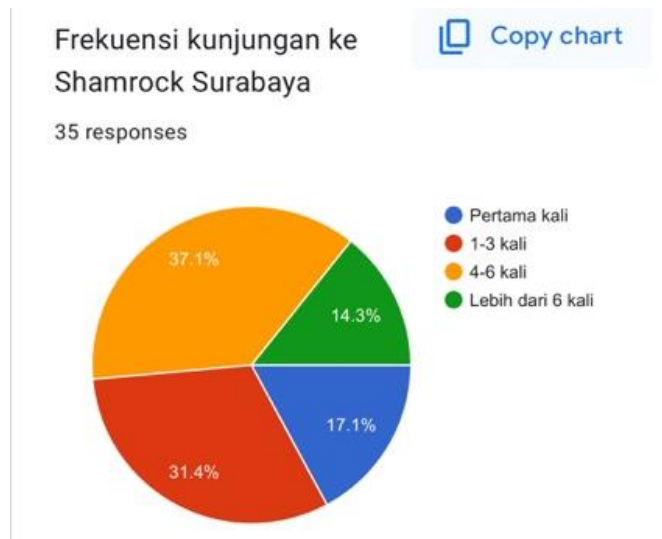
**Gambar 4.1 Jenis kelamin responden**



**Gambar 4.2 Usia responden**

#### 4.1.1 Frekuensi Kunjungan

Berdasarkan hasil survei terhadap 35 responden, diketahui bahwa Sebagian besar responden, yaitu 37,1% telah mengunjungi *Shamrock* Surabaya sebanyak 4 hingga 6 kali. Sebanyak 31,4% responden tercatat telah mengunjungi *Shamrock* Surabaya sebanyak 1 sampai 3 kali. Sementara itu, 17,1% responden merupakan pengunjung pertama, dan 14,3 % lainnya telah mengunjungi *Shamrock* sebanyak lebih dari enam kali.



**Gambar 4.3 Frekuensi kunjungan**

#### 4.1.2 Pengaruh Interaksi Staf terhadap Pengalaman

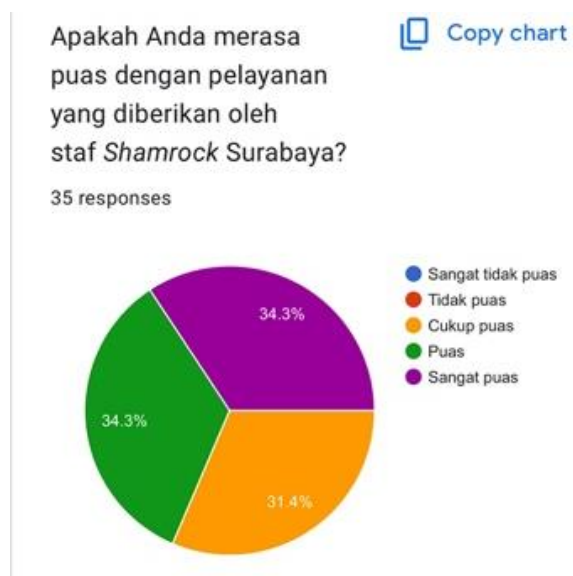
Berdasarkan hasil survei terhadap 35 responden, mayoritas responden yaitu sebesar 37,1% menyatakan bahwa interaksi staf sangat memengaruhi pengalaman mereka secara keseluruhan. Sebanyak 28,6% merasa bahwa interaksi staf cukup memengaruhi dan 25,7% menilai bahwa interaksi staf tersebut memengaruhi pengalaman mereka. Adapun 5,7% responden menyatakan bahwa interaksi staf tidak memengaruhi serta 2,9% menyatakan sangat tidak memengaruhi pengalaman mereka.



**Gambar 4.4 Pengaruh interaksi staf**

#### 4.1.3 Tingkat Kepuasan

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 35 responden, diketahui bahwa Sebagian besar responden merasa puas terhadap pelayanan staf. Sebanyak 34,3% responden menyatakan sangat puas dan 34,3% lainnya menyatakan puas. Selanjutnya 31,4% responden mengaku cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan. Tidak terdapat responden yang menyatakan tidak puas maupun sangat tidak puas.



**Gambar 4.5 Tingkat kepuasan**

#### 4.1.4 Respon dan Perhatian Staf

Dari hasil survei terhadap 35 responden, diketahui bahwa Sebagian besar responden merasa bahwa staf memberikan perhatian dan respons yang baik. Sebanyak 42,9% menilai bahwa staf memberikan perhatian dan respon dengan baik, dan 34,3% menyatakan sangat baik. Sementara itu, 22,9% responden memberikan penilaian cukup terhadap perhatian dan respon staf. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang maupun sangat kurang.



**Gambar 4.6 Respon dan perhatian staf**

#### 4.1.5 Faktor Penting dalam Interaksi Staf

Berdasarkan hasil survei terhadap 35 responden, terdapat beberapa faktor yang dinilai paling penting dalam interaksi staf terhadap pelanggan. faktor yang paling banyak dipilih adalah sikap ramah staf dan kemampuan staf dalam memberikan informasi yang jelas, yang masing-masing memperoleh 27 responden (77,1%).

Selanjutnya, kecepatan pelayanan dipilih oleh 16 responden (45,7%), diikuti oleh empati dan perhatian staf sebanyak 14 responden (40%) dan penampilan staf yang profesional sebanyak 13 responden (37,1%). Sementara itu, kepedulian staf terhadap kebutuhan khusus pelanggan sebanyak 8 responden (22,9%), dan yang paling sedikit dipilih adalah kemampuan staf dalam menyelesaikan masalah, yaitu oleh 4 responden (11,4%).



**Gambar 4.7 Faktor dalam interaksi staf**

#### 4.1.6 Rekomendasi Staf

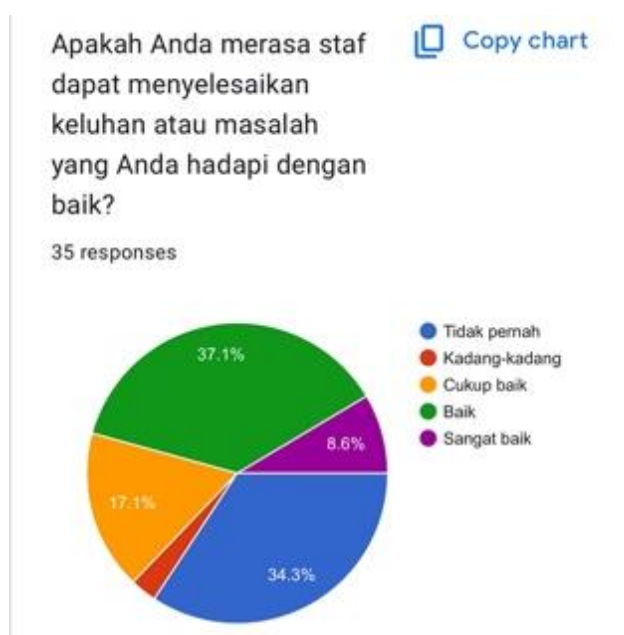
Hasil survei menunjukkan bahwa Sebagian besar responden menganggap penting adanya rekomendasi atau saran dari staf dalam membantu memilih produk atau layanan. Sebanyak 45,7% responden menilai hal tersebut cukup penting, dan 20% responden lainnya menilai penting. Sementara itu, 17,1% responden menyatakan sangat penting, 11,4% menyatakan tidak penting dan 5,7% responden sisanya merasa rekomendasi dari staf kurang penting.



**Gambar 4.8 Pentingnya rekomendasi**

#### 4.1.7 Penanganan Keluhan

Berdasarkan hasil survei terhadap 35 responden, sebanyak 37,1% responden menyatakan bahwa staf baik dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Sebanyak 34,3% responden tidak pernah mengalami keluhan atau masalah selama berada di *Shamrock* Surabaya, dan 17,1% responden menilai staf cukup baik dalam penanganan masalah. Sementara itu, 8,6% responden menyatakan bahwa staf sangat baik dalam menyelesaikan keluhan dengan baik, dan 2,9% responden menyatakan kadang-kadang staf dapat menyelesaikan masalah dengan baik.



**Gambar 4.9 Penanganan keluhan**

#### 4.1.8 Profesionalisme Staf

Mayoritas responden menilai bahwa staf *Shamrock* Surabaya bersikap profesional dalam setiap interaksi. Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa staf profesional, dan 20% responden menyatakan bahwa staf sangat profesional. Sementara itu, 20% responden lainnya menilai bahwa staf cukup profesional, dan tidak terdapat responden yang menilai staf sebagai tidak profesional maupun sangat tidak profesional.



**Gambar 4.10 Profesionalisme staf**

#### 4.1.9 Faktor untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil survei terhadap 35 responden, terdapat beberapa faktor yang dinilai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Faktor yang paling banyak dipilih adalah memberikan sambutan yang lebih hangat dan ramah serta memberikan informasi produk dengan lebih jelas dan mendalam, yang masing-masing memperoleh 14 responden (40%).

Selanjutnya, meningkatkan kecepatan pelayanan, mengurangi waktu tunggu pelanggan, dan lebih memperhatikan kenyamanan pelanggan masing-masing sebanyak 7 responden (20%) dan menyediakan pelatihan lebih lanjut bagi staf dalam menghadapi pelanggan sebanyak 8 responden (22,9%). Sementara itu, menangani keluhan pelanggan dengan lebih efisien dan cepat oleh 6 responden (17,1%).



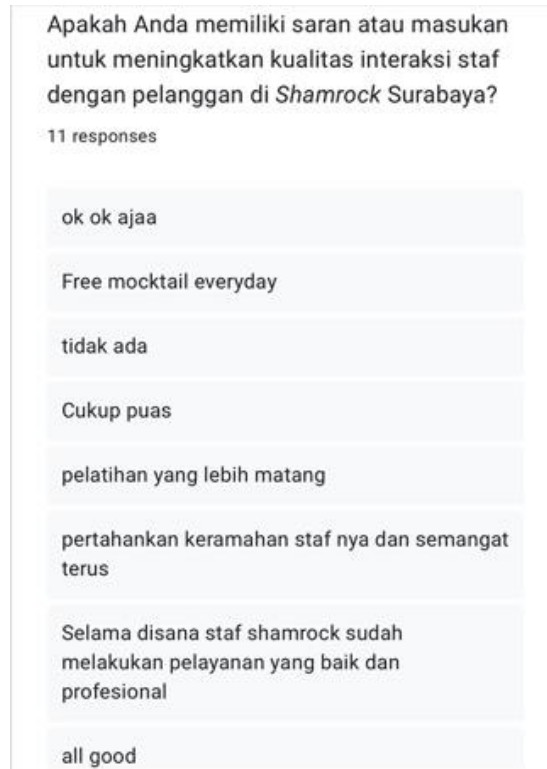
**Gambar 4.11 Faktor untuk meningkatkan kepuasan pelanggan**

#### 4.1.10 Saran dan Masukan

Berdasarkan 11 tanggapan yang diperoleh dari pertanyaan terbuka, Sebagian besar responden memberikan umpan balik positif terhadap pelayanan staf *Shamrock* Surabaya. Beberapa responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik dan profesional, dengan komentar seperti “cukup puas”, “*all good*”, serta “selama disana, staf *Shamrock* sudah melakukan pelayanan yang baik dan profesional”.

Namun demikian, terdapat pula saran yang bersifat membangun, seperti pentingnya pelatihan staf yang lebih matang guna meningkatkan kualitas pelayanan, serta usulan agar keramahan staf tetap dipertahankan. Selain itu, terdapat pula masukan yang bersifat ringan dan bernada humoris seperti “*free mocktail everyday*” yang meskipun tidak realistis, tetap mencerminkan keterlibatan emosional pelanggan dalam pengalaman mereka.

Secara umum, tanggapan yang diberikan menunjukkan bahwa interaksi staf dengan pelanggan telah berjalan dengan baik, namun masih terdapat ruang untuk pengembangan, khususnya dalam aspek pelatihan dan konsistensi layanan.



**Gambar 4.12** Saran dan masukan

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil sruvei, diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa interaksi staf memengaruhi kepuasan mereka. Sebanyak 37,1% responden menyatakan interaksi staf sangat memengaruhi pengalaman mereka, dan 25,7% menyatakan memengaruhi.

Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL khususnya pada dimensi *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance*. Interaksi staf menunjukkan respon cepat, sikap sopan, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan terbukti berperan besar dalam menciptakan pengalaman positif.

Hal ini juga diperkuat oleh teori kepuasan pelanggan dari Oliver (1980) yang menyatakan bahwa kepuasan timbul ketika persepsi terhadap layanan sesuai atau melebihi ekspektasi. Dalam konteks ini, interaksi yang ramah dan profesional menjadi aspek penting dalam memenuhi harapan pelanggan *Shamrock* Surabaya.

Selanjutnya, seperti yang disampaikan oleh Lovelock & Wirtz (2011), interaksi antara staf dan pelanggan merupakan elemen krusial dalam membangun hubungan layanan yang berkualitas. Temuan penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Hwang & Choi (2019) serta Namkyung & Jang (2020) yang

menunjukkan bahwa kualitas komunikasi dan interaksi staf dalam industri *food and beverages* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil survei mengidentifikasi bahwa sikap ramah staf dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan, disusul oleh kecepatan pelayanan, penyampaian informasi, dan empati. Faktor-faktor ini merefleksikan tiga dimensi dari lima dimensi teori SERVQUAL.

Secara tidak langsung, hasil ini juga membuktikan relevansi temuan Supriyadi (2020) bahwa sikap dan komunikasi staf adalah kunci dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hal ini didukung pula oleh penelitian Hidayat (2020) yang menyatakan bahwa tanggapan terhadap keluhan pelanggan secara profesional berdampak langsung terhadap kepuasan.

Mayoritas responden menyatakan bahwa staf *Shamrock* bersikap profesional (60%) dan sangat profesional (20%). Sebagian besar juga menyatakan bahwa staf dapat menyelesaikan keluhan dengan baik (37,1%).

Menurut Lovelock & Wirtz (2011), interaksi layanan bukan hanya transaksi, tetapi membangun relasi interpersonal yang memengaruhi loyalitas dan persepsi pelanggan. Kemampuan staf dalam menyelesaikan keluhan mencerminkan kualitas hubungan tersebut.

Lebih lanjut, Oliver (1980) menjelaskan bahwa keberhasilan dalam merespon keluhan dapat memperkuat kepuasan bahkan dalam kondisi negatif, selama pelanggan merasa ditangani dengan baik. Ini terbukti dari hasil survei bahwa pelanggan tetap merasa puas walaupun pernah menghadapi masalah.

Pemberian rekomendasi juga menjadi faktor penting. 45,7% responden menyatakan bahwa rekomendasi dari staf adalah hal yang cukup penting, dan 17,1% menyatakan sangat penting. Ini menunjukkan bahwa pelanggan menghargai staf yang proaktif dan mampu menjadi penasihat bukan sekedar pelayan.

Respon terbuka dari pelanggan juga menyiratkan adanya apresiasi terhadap keramahan staf, namun terdapat masukan berupa perlunya pelatihan lebih lanjut untuk menjaga konsistensi kualitas interaksi. Ini mendukung pentingnya pengembangan kompetensi staf secara berkelanjutan dalam sistem manajemen pelayanan.