

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Sitti Hardianti^{1*}, Ramli S², Supriadi Yusuf³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, Mamuju.

*Email: sittihardianti103@gmail.com

Abstrak

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan sumber data primer dan sekunder dengan pengolahan data regresi linear sederhana dari hasil tanggapan responden terkait tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju dan kuatnya hubungan pengaruh antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan angka konstanta sebesar 14,010 yang artinya bahwa jika nilai kualitas pelayanan dalam keadaan tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju sebesar 14,010. b_1 sebesar 0,379 yang artinya bahwa jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka kepuasan konsumen Pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 0,379 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan. Pengujian hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju secara parsial atau satu persatu. Uji parsial atau uji t dilakukan dengan membandingkan nilai thitung daengan nilai ttabel pada taraf signifikansi 0,05. Uji parsial atau uji t mempunyai pengaruh signifikan apabila thitung > ttabel dengan nilai probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0,05 (5%). Koefisien korelasi (R) sebesar 0,736 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat yang menunjukkan bahwa korelasi antara variabel. Sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,713 atau 71,3% yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menerangkan kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju atau hipotesis diterima dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas pelayanan; kepuasan konsumen

The influence of service quality on consumer satisfaction

Abstract

This type of research is quantitative research using primary and secondary data sources with simple linear regression data processing from the results of respondents' responses related to the research objective to determine the influence of service quality on consumer satisfaction of Axuri Coffee in Mamuju Regency and the strength of the influence relationship between variables. The research results show a constant figure of 14.010, which means that if the service quality value is constant or does not change, then the consumer satisfaction value at Axuri Coffee in Mamuju Regency is 14.010. b_1 is 0.379, which means that if service quality increases by one unit, then consumer satisfaction at Axuri Coffee in Mamuju Regency will increase by 0.379 assuming other variables do not change or are constant. Partial hypothesis testing aims to determine service quality variables on consumer satisfaction at Axuri Coffee in Mamuju Regency partially or one by one. The partial test or t test is carried out by comparing the tcount value with the ttable value at a significance level of 0.05. The partial test or t test has a significant effect if tcount > ttable with an error probability value smaller than 0.05 (5%). The correlation coefficient (R) of 0.736 is included in the strong relationship category, which indicates that there is a correlation between the variables. Meanwhile, the Adjusted R Square value is 0.713 or 71.3%, which indicates that service quality is able to explain consumer satisfaction at Axuri Coffee in Mamuju Regency or the hypothesis is accepted in this research.

Key words: Service quality; Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi sebagai tujuan utama. Warung kopi atau yang sering disebut dengan singkatan Warkop merupakan salah satu sektor usaha yang berkembang di Kabupaten Mamuju, dapat dilihat hampir disetiap wilayah di Kabupaten Mamuju terdapat usaha warung kopi, salah satunya Coffe Axuri yang hingga saat ini masih eksis memberikan layanan penjualan kepada konsumennya, keunikan Coffe Axuri dari warung kopi lainnya dapat dilihat dari konsumen yang sering menjadikan tempat berkumpulnya para pengusaha-pengusaha yang dibawah naungan organisasi HIPMI, juga beberapa penggiat partai politik yang sering menjadikan Coffe Axuri sebagai ajang bersilaturahmi dan menghabiskan waktu senggangnya di Coffe Axuri. Warung kopi menjadi tempat yang mudah dijumpai hampir di seluruh wilayah di Kabupaten Mamuju, mulai dari warung kopi tradisional sampai warung kopi modern sekelas Coffe Axuri. Kebiasaan minum kopi dan menghabiskan waktu di warung kopi sambil menikmati berbagai fasilitas yang tersedia seakan telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat dari berbagai kalangan di Kabupaten Mamuju. Kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada konsumen menentukan loyalitas konsumen maupun kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Coffe Axuri menjadikan kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang dapat kepercayaan dari konsumen.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (ability) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan Coffe Axuri.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Pemasaran Jasa

Menurut Tjiptono (2019:82) memberikan definisi pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, pewarnaan, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lain.

Pengertian Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman (2019:44) kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas.

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan:

Kualitas meliputi usaha memenuhi harapan konsumen;

Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan; dan

Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas layanan atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Pengertian kualitas jasa menurut Rangkuti (2019:131) adalah tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sedangkan menurut Kotler (2019:143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2015:77), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil kerja) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, itu berarti konsumen tidak puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan itu berarti konsumen merasa senang dan puas. Jika kinerja melebihi harapan, itu artinya konsumen amat sangat puas. Sedangkan definisi kepuasan konsumen (customer satisfaction) menurut Barata. W (2015:28) kepuasan adalah situasi kognitif pembeli yang merasa dihargai setara atau tidak setara dengan pengorbanan yang telah dilakukannya.

Cara Mengukur tingkat Kepuasan konsumen, ada beberapa cara mengukur kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2020:86) yaitu:

Complain and suggestion system (system keluhan dan saran);

Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh konsumen;

Customer satisfaction surveys (survey kepuasan konsumen);

Dalam hal perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar konsumen;

Ghost shopping (pembeli bayangan);

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri.

Lost customer analysis (analisa konsumen yang lari).

Konsumen yang hilang dicoba dihubungi, mereka disuruh mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain.

METODE

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2018:16), data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan melalui hasil tanggapan responden pada kuesioner penelitian.

Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018:17), data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini adalah gambaran secara umum tempat penelitian dan data tentang karakteristik responden penelitian pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju.

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yaitu:

Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:8), data primer yaitu sumber data langsung memberikan data tersebut kepada pengumpul data. Data primer pada penelitian ini dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung atau observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju .

Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:8), data sekunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder pada penelitian ini yakni dokumen laporan-laporan tertulis yang relevan pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Sugiyono, 2018:35). Populasi dalam penelitian ini merupakan keseluruhan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju yang jumlah popolasinya tidak diketahui banyaknya secara pasti.

Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti banyaknya sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu :

$$n = \frac{nz1 - \alpha/2 P (1 - P) x}{d2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Sehingga berdasarkan rumus lemeshow diatas, maka ukuran sampel didapatkan 96 sehingga pada penelitian ini penulis harus mengambil sampel sebanyak 96 responden menggunakan teknik penarikan sampel accedential sampling atau pengambilan sampel secara acak dan kebetulan hingga mencapai jumlah yang ditentukan pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju.

Teknik Pengumpulan Data

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan objek penelitian menggunakan metode sebagai berikut:

Studi Kepustakaan (Library Research) atau studi dokumen, untuk memperoleh data skunder dipergunakan studi kepestakaan yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, mengutip, dan merangkum data yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas;

Studi Lapangan, untuk memperoleh data primer adalah dengan mengadakan pengamatan langsung di tempat yang dijadikan objek penelitian, mengadakan kuesioner yang ditujukan kepada responden yang ditujukan kepada responden yang ditentukan secara purposive sampling, yaitu pengembalian sampel secara tunjuk; dan

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data berupa daftar pertanyaan dan pernyataan atas pokok permasalahan dengan mengacu pada variabel-variabel penelitian. Kuesioner, dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan dan pernyataan dilengkapi dengan alternative tanggapan yang diberikan skor angka dan dibagikan ke sejumlah responden.

Dalam menganalisis data pada penelitian ini, peneliti memakai analysis regresi linear sederhana dan dengan memakai tingkat signifikansi (0,05) juga dengan menggunakan bantuan perangkat program siap pakai SPSS versi 24.0. Secara sistematis bentuk persamaan regresi linear sederhana dalam kegiatan penelitian ini yaitu:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

A : Konstanta

b : Koefisien regresi

X : Kualitas Pelayanan

e : Error (Variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model)

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh setiap variabel indenpeden terhadap variabel dependen dengan cara melihat angkat atau nilai range. Adapun pengujian koefisien determinasi. Apabila angkat atau nilai range R Squer mendekati angkat (1) maka dapat dikatakan variabel indenpeden memiliki sumbangsi atau pengaruh besar terhadap variabel dependen. Apabila angkat atau nilai range R Squer mendekati angkat (0) maka dapat dikatakan variabel indenpeden tidak memiliki sumbangsih atau pengaruh besar terhadap variabel dependen

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai rhitung dan rtabel. Jika rhitung lebih besar dari rtabel maka item pernyataan dikatakan valid dan sebaliknya jika rhitung lebih kecil dari rtabel maka item pernyataan dikatakan tidak valid. Berdasarkan tabel product moment untuk degree of

freedom (df) = N - 2, dimana jumlah N (sampel) adalah $96 - 2 = 94$, maka diperoleh nilai rtabel sebesar 0,1689. Adapun hasil uji validitas dalam penelitian adalah sebagai berikut

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
Pernyataan X1.1	0,617	0,1689	Valid
Pernyataan X1.2	0,583	0,1689	Valid
Pernyataan X1.3	0,576	0,1689	Valid
Pernyataan X1.4	0,442	0,1689	Valid
Pernyataan X1.5	0,354	0,1689	Valid
Pernyataan Y1.1	0,341	0,1689	Valid
Pernyataan Y1.2	0,339	0,1689	Valid
Pernyataan Y1.3	0,783	0,1689	Valid
Pernyataan Y1.4	0,623	0,1689	Valid
Pernyataan Y1.5	0,611	0,1689	Valid

Hasil uji validitas pada tabel 1 diketahui angka rhitung > rtabel, sehingga butir-butir pernyataan pada kuesioner penelitian dinyatakan valid dan tanggapan responden layak untuk dilakukan pengujian regresi linear sederhana.

Uji Realibilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,756	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,733	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 uji realibilitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan angka nilai Cronbach Alpha dengan ketentuan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Hasil penelitian dinyatakan bahwa semua pernyataan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini tidak menimbulkan arti ganda.

Uji Regresi Linear Sederhanan

Sebelum memulai menghitung hasil analisis regresi linear sederhana secara parsial atau uji t, terlebih dahulu menentukan nilai dan ttabel dengan cara menguji ttabel

$$\text{Rumus ttabel} = N - K = 96 - 2 - 1 = 93$$

N = jumlah responden

K = jumlah variabel X dan Y

Jadi, ttabel = 1,66140 (cara pendapatan nilai dapat dilihat ttabel)

Metode regresi linear sederhana dimaksudkan untuk mengetahui keeratan hubungan yang ada diantara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan bantuan program software SPSS (Statistical Package for Social Science).

Tabel 3. Hasil Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Variabel Bebas	Unstandardized		Standardized		t	Sig
	Coefficients	Std Error	Coefficients	Beta		
Constant	14,010	2,291			6,115	0,000
Kualitas Pelayanan	0,379	0,109	0,336		3,464	0,001

Berdasarkan tabel 3 hasil analisis statistik coefficients dapat dilihat bahwa besarnya nilai konstanta sebesar 14,010 serta koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,379 sehingga dapat dibuat persamaan regresi linear sederhana antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju.

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 14,010 + 0,379X + 0,05$$

Dari hasil persamaan regresi linear sederhana pada tabel 19 dapat dijelaskan sebagai berikut: Konstanta merupakan nilai persamaan regresi linear sederhana sebesar 14,010 yang artinya bahwa jika nilai kualitas pelayanan dalam keadaan tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju sebesar 14,010; $b_1 = 0,379$ yang artinya bahwa jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka kepuasan konsumen Pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 0,379 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan; Pengujian hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju secara parsial atau satu persatu. Uji parsial atau uji t dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan nilai ttabel pada taraf signifikansi 0,05. Uji parsial atau uji t mempunyai pengaruh signifikan apabila thitung > ttabel dengan nilai probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0,05 (5%).

Berdasarkan hasil analisis statistik coefficients kolom signifikan pada tabel 19 pengujian variabel secara parsial, hasil analisis untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan angka thitung $3,464 > ttabel$ sebesar 1,66140. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju atau hipotesis diterima.

Koefisien Korelasi (R) Dan Determinasi (R²)

Tabel 4. Hasil Koefisien Korelasi (R) Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,736	0,713	0,704	1,531

Berdasarkan hasil tabel 4 menjelaskan bahwa besarnya koefisien korelasi (R) sebesar 0,736 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat yang menunjukkan bahwa korelasi antara variabel. Sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,713 atau 71,3% yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menerangkan kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju atau hipotesis diterima dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,005$ dan angka thitung $3,464 > ttabel$ sebesar 1,66140. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima;

Kualitas pelayanan berkorelasi kuat terhadap kepuasan konsumen pada Coffe Axuri di Kabupaten Mamuju, dengan korelasi (R) sebesar 0,736 dan Adjusted R Square sebesar 0,713 atau 71,3% yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menerangkan kepuasan konsumen pada Cafe Axuri di Kabupaten Mamuju atau hipotesis diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. Moenir. (2015). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Barata. Winalwati (2015). Total Quality Service. Yogyakarta : Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. (2020). Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. Wyekef (2018). Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offset.
- Huriyyati 2005. Pemasaran Jasa Perusahaan Moderen. Yogyakarta: Andi Offset.
- I Gusti Bagus Rai Utama. (2012). Metodologi Penelitian. Jogyakarta : Penerbit Andi.
- Jufriyanto, M. (2020). Analisis tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan kedai kopi shelter. Matrik: Jurnal Manajemen dan Teknik Industri Produksi, 20(2), 79-90.

- Kotler Philip dan Keller (2020). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler Philip, (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Salemba Empat
- Lopiyoadi. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Masri Singarimbun dan Parasuraman. (2015). Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Nanang Tasunar , Efendi. (2019). Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Nurachman, M. H. (2021). Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi di Kota Bandung. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 4(1), 165-177.
- Prevost Zethhaml dan Barry Yamit. (2017). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonisia.
- Rangkuti. (2016). Measuring Customer Satisfaction (cetakan ketiga). Jakarta PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ririn. (2017) Management Customer Satisfaction Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Roesanto Sutopo. (2020). Pengantar Prilaku Organisasi. Surakarta: UNS Press.
- Sinambal Senge. (2018). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, F. (2018). Pengaruh brand, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen membeli di kedai kopi gudang imaji manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(4).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. ALFABETA.
- Wisnalmawati. (2015) Manajemen Kualitas Layanan. Jakarta, Salemba Empat