



Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sambel Layah Cabang Kendal

Widodo Wibisono

Politeknik Pratama

Email: Widodobkpa3@gmail.com

Mohammad Hidayatul Holili

Universitas STEKOM

Email: holili.65@gmail.com

Jl. Lingkar Arteri Kaliwungu Kendal

Korespondensi penulis : Widodobkpa3@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Sambel Layah Restaurant, Kendal Branch. The data collection technique used a questionnaire instrument with 105 respondents, then collected and checked for validity and then presented in an informative and scientific manner. After that the data is processed in a comprehensive and descriptive-analytic manner. Then the data is tested with SEM (Structural Equation Model) statistics to determine the relationship between various variables. The results of the study stated that the hypothesis which said that Service Quality had a positive effect on Customer Satisfaction was proven significantly. This can be seen in table 5. where the service quality variable indicators for all indicators show a calculated t value that is greater than t table. t table 1.658 while t count average 3.276 which means that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction*

Keywords: *Service quality, Customer satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sambel Layah Cabang Kendal. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner sebanyak 105 responden, kemudian dikumpulkan dan di cek validitasnya kemudian disajikan secara informatif dan ilmiah. Setelah itu data diolah secara komprehensif dan *descriptive-analytic*. Kemudian data diuji dengan statistik SEM (*Structural Equation Model*) untuk mengetahui keterkaitan antara berbagai variabel. Hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis yang mengatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti secara signifikan. Hal tersebut dapat dilihat di tabel 5. dimana indikator variabel kualitas pelayanan semua indikator menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t Tabel. t tabel 1,658 sedangkan t hitung rata-rata 3,276 yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Rumah Makan Sambel Layah Kendal merupakan salah satu kuliner yang belum lama berdiri di Kendal. Rumah makan Sambel Layah Kendal dibuka tepat pada tanggal 5 Desember 2014. Sambel Layah pertama berdiri di Purwokerto di jalan Suparno. Pada awal berdirinya, Sambel Layah dibawah manajemen Salsabila group yang membawahi Bebek Goreng Haji Slamet dan Gulai Kepal Ikan Mas Agus untuk kawasan Jawa Tengah.

Sebagai pemilik, Bapak Indrawawan Maianggoro yang lahir di Tegal dan tinggal di Sokaraja membuka usaha rumah makan yang diberi nama Sambel Layah. Sambel Layah dalam bahasa Banyumas berarti cobek kecil. Ciri khas Rumah Makan sambel Layah dalam penyajian produknya adalah dengan menggunakan cobek kecil sebagai tempat penyajian sambalnya.

Perkembangan intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta perusahaan memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing (Atmawati dan Wahyudin, 2007). Hal ini dikarenakan pelanggan semakin selektif dalam pemilihan produk untuk digunakan atau dikonsumsi (Prayuna dan Andjarwati, 2013).

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves *et al*, 2004 dalam Sumarto, 2007). Sedangkan Oliver (2007:31).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan.. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail dan Haron, 2006).

Menurut Zeithaml, Parassuraman & Berry (dalam Hardiyansyah, 2011:11), kualitas pelayanan dapat dinilai berdasarkan lima dimensi yang mencakup bukti fisik (tangibles), reliabilitas (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut : Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Rumah Makan Sambel Layah terhadap Kepuasan para pelanggannya.

Manfaat Penelitian

- a. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.
- b. Diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran, serta ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan sebuah rumah makan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Lewis and Booms (dalam Tjiptono, 2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves *et al*, 2004 dalam Sumarto, 2007).

Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007:53).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi Kualitas Pelayanan Dimensi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Fandy Tjiptono (2008:133), sebagai berikut :

- a. Bukti Fisik Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi. Penampilan, sarana, dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. Keandalan Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten, dan sesuai dengan harapan. Sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi.
- c. Daya Tanggap Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan, misalnya kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan dalam proses transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.
- d. Jaminan Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya kemampuan karyawan atas:

pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi:

- 1) Kompetensi, artinya meliputi keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan.
- 2) Kesopanan, yang meliputi keramahan, perhatian, dan sikap parakaryawan.
- 3) Kredibilitas, meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi, dan sebagainya.

e. Empati Kesediaan karyawan dan pengusaha memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. Dimensi empati ini merupakan penggabungan dari dimensi:

- 1) Akses, meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- 2) Komunikasi, merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
- 3) Pemahaman kepada pelanggan, meliputi: usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Veloutsou, 2005:46).

Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan mereka. Hal ini menjadi salah satu indikator yang paling penting terkait pembelian dan loyalitas pelanggan.

Menurut Hawkins dan Lonney di kutip dalam Tjiptono (2004:101) Indikator kepuasan pelanggan terdiri dari Kesesuaian Harapan, Minat berkunjung kembali, Kesediaan merekomendasikan.

HIPOTESIS PENELITIAN

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan.. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail dan Haron, 2006).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H₁ : Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bukti langsung adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada pelanggan yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan saran komunikasi.
- H₂ : Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Daya tanggap yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- H₃ : Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Jaminan yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.
- H₄ : Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Empati meliputi kemudahandalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- H₅ : Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

1.2. Lokasi penelitian

Rumah Makan Sambel Layah Kendal Jawa tengah

1.3. Objek penelitian

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Indikator dalam penelitian Keandalan, daya tanggap, bukti fisik, jaminan dan empati .

1.4. Metode pengumpulan data adalah kuesioner.

1.5. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Rumah Makan Sambel Layah Kendal

1.6. Metode pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan mendapatkan sampel sebanyak 105 orang.

1.7. Teknik analisis datanya adalah regresi linier berganda dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden yang berjeniskelamin laki – laki 53 orang atau 50,48persen dan berjenis kelamin perempuan 52 orang atau 49,52 persen.

Umur responden berkisar antara 25 – 35 tahun sebanyak 40 orang atau sebesar 38,10 persen, umur 17 – 25 tahun sebanyak 36 orang atau 34,29 persen, umur 35 – 45 sebanyak 20 orang atau sebesar 19,05 persen, dan umur > 45 sebanyak 9 orang 8,56 persen.

Tingkat pendidikan responden menunjukkan jumlah responden mayoritas mempunyai tingkat pendidikan Diploma sebanyak 62 orang atau sebesar 59,05 persen, pendidikan S1 sebanyak 27 orang atau sebesar 27,71 persen dan SMA sebanyak 15 orang atau sebesar 14,29 persen.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi bukti fisik berkisar antara 0,443 sampai 0,704. Koefisien korelasi keandalan berkisar antara 0,402 sampai 0,751. Koefisien korelasi daya tanggap berkisar antara 0,818 sampai 0,891. Koefisien korelasi jaminan berkisar antara 0,762 sampai 0,834. Koefisien korelasi empati berkisar antara 0,621 sampai 0,781. Koefisien korelasi kepuasan pelanggan berkisar antara 0,556 sampai 0,720 karena keseluruhan indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi diatas 0,3 maka keseluruhan indikator yang digunakan dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke analisa berikutnya.

Hasil uji reliabilitas bukti fisik menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,645. Keandalan menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,659. Daya tanggapmenunjukan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,627. Jaminan menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,704. Empati menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,601 dan kepuasan pelanggan menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,614 karena keseluruhan instrumen menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 maka seluruh instrument layak digunakan untuk mengumpulkan data.

Tabel 1. HASIL UJI NORMALITAS

N	105
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	1.236
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.095

Sumber: Data diolah

Hasil dari uji normalitas pada Tabel 1 menunjukan nilai *Sig (2-Tailed)* adalah 0,095 dengan nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 1,236. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *Sig (2-Tailed)* (0,095) > dari *Level of Significant* (0,05), dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

model berdistribusi normal.

Tabel 2. HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

No	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
1.	Bukti Fisik	0,420	2,371
2.	Keandalan	0,654	1,525
3.	Daya Tanggap	0,767	1,301
4.	Jaminan	0,415	2,402
5.	Empati	0,920	1,085

Sumber: Data diolah

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel bebas berada di atas 0,1 dan nilai VIF berada di bawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 3. HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1.	Bukti Fisik	0,098	Bebas heteroskedastisitas.
2.	Keandalan	0,631	Bebas heteroskedastisitas.
3.	Daya Tanggap	0,244	Bebas heteroskedastisitas.
4.	Jaminan	0,311	Bebas heteroskedastisitas.
5.	Empati	0,223	Bebas heterokedastisitas.

Sumber: Data diolah

Hasil uji heteroskedastisitas dalam Tabel 3 memperlihatkan tingkat signifikansi tiap variabel bebas di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 4. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Nama Variabel	Regresi koefisie	t-test	Sig. t
Bukti Fisik	0,321	3,944	0,000
Keandalan	0,131	2,021	0,045
Daya Tanggap	0,138	2,296	0,023
Jaminan	0,471	5,744	0,000
Empati	0,130	2,373	0,020
Konstanta	0,000		
R	0,850		
R <i>square</i>	0,722		
F hitung	51,411		
F sig	0,000		

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 4. dapat dilihat bahwa besarnya nilai *R square* adalah sebesar 0,722 ini berarti pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 72,2 persen sedangkan sisanya sebesar 27,8 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

Dari Tabel 4. dapat dilihat nilai koefisien regresi dari variabel bebas Kualitas Pelayanan dan konstanta variabel terikat (Kepuasan Pelanggan), maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,00 + 0,321(X_1) + 0,131(X_2) + 0,138(X_3) + 0,471(X_4) + 0,130(X_5) + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut diketahui konstanta besarnya 0,00 mengandung arti jika variabel, Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati tidak berubah, maka Kepuasan Pelanggan tidak mengalami perubahan atau sama dengan 0.

$\beta_1 = 0,321$; berarti apabila variabel Bukti Fisik ($X_{1.1}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan. $\beta_2 = 0,131$; berarti apabila variabel Keandalan ($X_{1.2}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan.

$\beta_3 = 0,138$; berarti apabila variabel Daya Tanggap ($X_{1.3}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan. $\beta_4 = 0,471$; berarti apabila variabel Jaminan ($X_{1.4}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan.

$\beta_5 = 0,131$; berarti apabila variabel Empati ($X_{1.5}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan.

Tabel 5. HASIL UJI-t

No	Variabel	t _{hitung}	Signifikansi	t _{Tabel}
1.	Bukti Fisik	3,944	0,000	1,658
2.	Keandalan	2,021	0,045	1,658
3.	Daya Tanggap	2,296	0,023	1,658
4.	Jaminan	5,744	0,000	1,658
5.	Empati	2,373	0,020	1,658

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil t hitung indikator variabel kualitas pelayanan semua indikator menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t Tabel dimana t tabel 1,658 sedangkan t hitung rata-rata 3,276 yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Sambel Layah Kendal. Hal ini berarti semakin baik pelayanan suatu Rumah Makan akan meningkatkan kepuasan kepada para pelanggannya. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lauw dan Kunto (2013) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasar hasil penelitian di atas, maka dapat kami simpulkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sambel Layah Kendal.

Kepada manajer Rumah Makan Sambel Layah disarankan selalu memberikan motivasi kepada seluruh karyawannya agar dapat memberikan pelayanan yang terbaiknya kepada para pembeli maupun pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Eugene, Savidas and Jamie, L, Baker-Prewitt. (2000). An Examination of The Relationship Between Service Quality, Customers Satisfaction, and Store Royalty. *International Journal of Retail & Distribution Management Bradford*, 28(2), pp:73-10
- Ferdinand. (2002). *Structural equation modeling (SEM) dalam Penelitian Manajemen*. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D.N., and Isa, S.M. (2006). Service Quality Client Satisfaction and Loyalty Toward Audit Firm: Perception of Malaysia Public Listed Companies. *Managerial Auditing Journal*, 21(7), pp:738-756.
- Istianto, John Hendra dan Maria Josephine Tyra. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*, 1(3): h:275-293.
- Kau, Ah-Keng and Elizabeth, Wan-Yun Loh. (2006). The Effect of Service Recovery on Satisfaction: A Comparison Between Complainants and Non-Complainants. *Journal of Service Marketing* 20/2(2006), pp:101-111.
- Lauw, Jessica dan Yohanes Sondang Kunto. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1): h:1-7.
- Ni Made Arie Sulistyawati, dan Ni Ketut Seminari. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran industri ubud gianyar.

- Nugroho, Agus. (2005). Strategi Jitu : Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS. Yogyakarta : Andi
- Sudarmanto, Gunawan.R. (2005). Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS. Yogyakarta ; Graha Ilmu.
- Sugiarto, Endar Sulatrinengrum. (1996), Pengantar Akomodasi dan Restoran, Jakarta :Pt. Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Walisongo. (2020). <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/6550/4/Bab.III.pdf>