

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN
BEBEK H.SLAMET
(Studi Restoran Bebek H.Slamet Cabang Radio Dalam, Jakarta Selatan)**

Luky Hermawan¹, Marheni Eka Saputri²
Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹lukyhermawan92@gmail.com, ²marhenieka@gmail.com

ABSTRAK

Restoran bebek H.Slamet cabang Radio Dalam mengalami pendapatan yang menurun. Berdasarkan kotak keluhan pelanggan, didapatkan permasalahan tentang kualitas pelayanan yang diduga melatarbelakangi menurunnya pendapatan bebek H.Slamet seperti keterlambatan pesanan, kesalahan pesanan, kebersihan ruangan, fasilitas pendukung dan kualitas masakan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Jenis penelitian berupa studi deskriptif dan kausal. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling*. Hasil penelitian menunjukkan penilaian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah baik. Semua dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan besarnya pengaruh sebesar 70,5%, sedangkan secara parsial yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu *tangible*, *reliability* dan *assurance*.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Restaurant bebek H.Slamet in Radio Dalam branch has decline of revenue. Based on customer complaints box, there was an issue of service quality such as the error and delay on the food orders, the unclean rooms, the unsatisfying facilities, and minimal quality of foods. Service quality affecting customer satisfaction. The purpose of this study was to determine and analyze that impact of service quality on customer satisfaction. This study uses quantitative methods with multiple linear regression analysis techniques. Type of research is descriptive and causal studies. The technique of collecting data using questionnaires and interviews. Sampling was carried out with nonprobability sampling method. The results showed assessment of service quality and customer satisfaction are good. All dimensions simultaneously affect service quality on customer satisfaction with the magnitude of the effect of 70.5%, while partially there are 3 variables that give effect on customer satisfaction such as tangible, reliability and assurance.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan industri bidang kuliner sedang berkembang dengan pesat, oleh karena itu menjadi incaran bagi para wirausahawan untuk menjadikannya sebagai investasi. Kebutuhan akan makanan yang merupakan kebutuhan primer manusia membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk merebut perhatian masyarakat dengan menyediakan jenis dan tempat yang menarik minat masyarakat.

Jakarta yang merupakan Ibukota adalah provinsi yang memiliki jumlah restoran terbanyak yaitu sebesar 1359 unit usaha, diikuti oleh Jawa Barat 286 unit usaha, dan Jawa Timur sebesar 231 unit usaha (<http://bps.go.id>) : diakses 10-9-2014. Jenis restoran yang tersebar di Indonesia diantaranya ada yang menjalani bidang kuliner berbahan dasar daging ayam, sapi, *seafood*, bebek dan lainnya. Salah satu bahan dasar daging olahan yang sedang digemari oleh masyarakat saat ini adalah daging bebek.

Animo masyarakat akan permintaan daging bebek setiap tahunnya cukup tinggi, berikut adalah data produksi daging bebek di Indonesia yang meningkat dikarenakan permintaan masyarakat juga meningkat.

Tabel 1.1
Produksi daging Bebek
Tahun 2011 – 2013
di Indonesia (dalam ton)

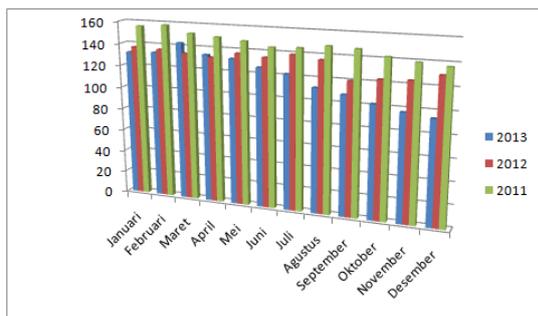
Tahun	Produksi daging bebek
2011	28.184
2012	33.610
2013	36.154

Sumber: Direktorat Jenderal Peternakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) 2013.

Tabel di atas merupakan data produksi daging bebek di Indonesia menurut Dirjen Peternakan oleh Badan Pusat Statistik tahun 2013. Menurut data dari Dirjen Peternakan oleh BPS tahun 2013 tersebut, meningkatnya produksi daging bebek di Indonesia disebabkan oleh meningkatnya

permintaan masyarakat akan daging bebek di tiap provinsi di Indonesia. Tercatat, pada tahun 2013 produksi daging bebek di Indonesia mencapai hingga 36.154 ton, hal ini membuktikan bahwa kebutuhan akan permintaan daging bebek oleh masyarakat di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya hingga saat ini. *Trend* mengkonsumsi daging bebek beberapa tahun terakhir terus meningkat, semakin banyak bermunculan warung makan pinggir jalan hingga restoran yang menyajikan menu khusus daging bebek dengan berbagai macam variasi masakan. Inovasi dalam mengolah daging bebek membuat daging unggas ini semakin diminati oleh para konsumennya. Restoran yang menyajikan menu olahan daging bebek salah satunya adalah restoran Bebek H.Slamet. Bebek goreng H.Slamet yang diteliti oleh penulis adalah restoran Bebek goreng H.Slamet cabang Radio Dalam Jakarta Selatan.

Restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam ternyata mempunyai permasalahan dengan pendapatannya dimana terjadi penurunan di 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2011-2013.



Gambar 1.2

Pendapatan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam Tahun 2011-2013

Sumber: Restoran Bebek goreng H.Slamet cabang Radio Dalam

Data di gambar 1.2 menunjukkan bahwa pendapatan restoran Bebek H.Slamet pada tahun 2011 mengalami fluktuatif tetapi masih normal. Kemudian pada tahun 2012 terlihat bahwa pendapatan juga mengalami fluktuatif tetapi terjadi penurunan angka pendapatan dibandingkan pendapatan tahun 2011, kemudian pada tahun 2013 pendapatan Bebek H.Slamet mengalami penurunan yang signifikan hingga akhir tahun. Untuk bisa mendapatkan solusi yang tepat dan efektif, dengan maksud untuk memperbaiki permasalahan yang terjadi pada restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam, penulis mencoba untuk mendapatkan persepsi pelanggan dari kotak keluhan pelanggan yang disediakan oleh pihak restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam. Berdasarkan data dari kotak keluhan pelanggan, didapatkan keluhan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan pada restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam. Permasalahan tersebut antara lain:

1. Keterlambatan pesanan: Jika pelanggan ramai, sering terjadi keterlambatan pesanan sehingga harus menunggu cukup lama.
2. Kesalahan order: Apabila memesan *take away* sering kali terjadi kesalahan dalam memberikan pesanan, contohnya seperti pembeli memesan potongan ayam dada lalu yang diberikan oleh pelayan adalah potongan paha dan pembeli memesan untuk 5 porsi lalu yang diberikan oleh pelayan ternyata hanya 4 porsi.
3. Kebersihan: Kurangnya tingkat kebersihan lantai sehingga membuat kenyamanan pelanggan berkurang.
4. Kualitas masakan: Terkadang tingkat kematangan daging kurang baik sehingga daging terlalu kering.
5. Fasilitas pendukung: Lahan parkir terlalu sempit sehingga pelanggan kesulitan untuk parkir kendaraan.

Berdasarkan persepsi pelanggan yang didapatkan dari kotak keluhan pelanggan yang disediakan restoran Bebek H.Slamet dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan pelanggan Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam menjadi kurang puas yang berakibat terhadap penurunan pendapatan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam. Pada persaingan bisnis kuliner, restoran tidak dapat hanya bergantung pada kualitas suatu produk, restoran juga harus mengutamakan kualitas pelayanan sebagai faktor penentu keberhasilan dan kualitas perusahaan, dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dan sebagai strategi untuk bertahan dan mencapai kesuksesan dalam persaingan (Lupioyadi dan Hamdani, 2008:181).

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Menurut Ika Hariyati (2010) Kualitas layanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan, karena kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, artinya pelayanan yang semakin berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan pasca pembelian. Apabila jasa yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas layanan dikatakan baik dan memuaskan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas

Menurut Kotler dan Keller (2009:180) kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau

pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut Abdullah dan Tantri (2012:44) kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Candra (2011:180) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa hal penting dalam kualitas pelayanan yang perlu dipahami karena kualitas pelayanan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*) meliputi keseluruhan aspek organisasi. Dimensi kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra, (2011:198) adalah sebagai berikut:

- 1) *Tangible* (bukti fisik)
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Contohnya: fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang representative.
- 2) *Emphaty* (empati)
Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya: seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.
- 3) *Realibility* (kehandalan)
Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. *Responsiveness* (cepat tanggap)
Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Contohnya: sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
- 4) *Assurance* (jaminan)

Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009:177) kepuasan pelanggan akan bergantung kepada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas atau senang. Sedangkan menurut Irawan (2009:35) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa.

Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2009:37) dimensi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk
Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan
Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan terutama untuk industry jasa.
3. Emosional
Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan
4. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumennya.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antar variabel dan menggambarkan hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2013:35), penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan penelitian kausal menurut Sugiyono (2013:37) adalah penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen

(variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi), dimana variabel independen pada penelitian ini ialah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (X₁), *empathy* (X₂), *reliability* (X₃), dan *responsiveness* (X₄), *assurance* (X₅), dan variabel dependennya ialah kepuasan pelanggan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui hasil dari suatu rencana dan pelaksanaannya. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2012:23) digunakan karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif digunakan apabila masalah merupakan penyimpangan yang seharusnya dengan yang terjadi, antara aturan dan pelaksanaan, antara teori dan praktik, atau antara rencana dan pelaksanaan.

Variabel Operasional

- Variabel Independen (X)
 - Kualitas Pelayanan
 - 1. *Tangible* (X₁)
 - 2. *Empathy* (X₂)
 - 3. *Reliability* (X₃)
 - 4. *Responsiveness* (X₄)
 - 5. *Assurance* (X₅)
- Variabel Dependen (Y)
 - Kepuasan Pelanggan

Populasi, Teknik *Sampling* dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:61). Populasi pada penelitian ini adalah jumlah pelanggan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam, Jakarta Selatan

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2014:66). Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling*, dengan jenis *accidental sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014:66). Sedangkan *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014:67).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:62). Populasi dalam penelitian adalah pelanggan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam, karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka untuk menghemat waktu, tenaga dan biaya maka ukuran sampel

(jumlah responden) ditentukan dengan rumus Bernoulli (Zikmun et al, 2010:436) sebagai berikut:

$$n = \frac{[Z^{\alpha/2}]^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian (α) 5%, tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai $Z = 1,96$. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sementara itu, probabilitas kuesioner benar (diterima) atau salah (ditolak) masing-masing adalah 0,5. Dengan memasukkan ke dalam persamaan di atas, maka diperoleh:

$$n = \frac{[1,96]^2 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Pada perhitungan yang dihasilkan diperoleh sampel minimum 96, tetapi penulis membulatkan menjadi 100 orang.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam terhadap kepuasan pelanggan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam analisis ini dapat diketahui besarnya pengaruh variabel bebas, yaitu dari *Tangible* (X₁), *Empathy* (X₂), *Reliability* (X₃), dan *Responsiveness* (X₄), *Assurance* (X₅) berpengaruh terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan (dependen)

a = konstanta dari keputusan regresi

b₁ = koefisien regresi dari variabel X₁

b₂ = koefisien regresi dari variabel X₂

b₃ = koefisien regresi dari variabel X₃

b₄ = koefisien regresi dari variabel X₄

b₅ = koefisien regresi dari variabel X₅

X₁ = *tangible* (independen)

X₂ = *empathy* (independen)

X₃ = *reliability* (independen)

$X_4 = \text{responsiveness}$ (independen)

$X_5 = \text{assurance}$ (independen)

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir sama informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:97).

Menurut Ghozali (2011:97) jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negative, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted* $R^2 = 1$. Sedangkan jika $R^2 = \text{nol}$, maka *adjusted* $R^2 = (1-k)/(n-k)$. jika $k > 1$, maka *adjusted* R^2 akan bernilai negative. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Uji F merupakan metode pengujian dalam statistik yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kegunaan dari uji F ini adalah untuk menguji apakah variabel variabel *Tangible* (X_1), *empathy* (X_2), *reliability* (X_3), dan *responsiveness* (X_4), *assurance* (X_5) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam

Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan adalah:

a) Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

1. $H_{01}; b_1; b_2; b_3; b_4; b_5 = 0$ artinya kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam
2. $H_{a1}; b_1; b_2; b_3; b_4; b_5 \neq 0$ artinya kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam (Ghozali, 2011:177).

Kriteria penilaian uji hipotesis secara simultan adalah :

1. $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Signifikansi parsial (uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji kebenarannya secara parsial adalah:

1. $H_{02}; b_1; b_2; b_3; b_4; b_5 = 0$ artinya kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam
2. $H_{a2}; b_1; b_2; b_3; b_4; b_5 \neq 0$ artinya kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam (Ghozali, 2011:178).

Kriteria penilaian uji hipotesis secara parsial adalah :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penilaian 100 pelanggan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan di Bebek H.Slamet.

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan

Tangible

Dari perhitungan nilai yang diperoleh adalah 1768 atau 70,7% dari skor ideal yaitu 2500. Maka dari itu dapat kita simpulkan bahwa kondisi *Tangible* restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam secara keseluruhan berada dalam kategori baik, namun diantara seluruh variabel *Tangible* tersebut ada aspek yang memperoleh nilai terendah

yaitu aspek kebersihan sebesar 66,4%. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi pihak Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam agar melakukan perbaikan.

Empathy

Dari perhitungan nilai yang diperoleh 1389 atau 69,5% dari skor ideal yaitu 2000. Maka dari itu dapat kita simpulkan bahwa kondisi *empathy* restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam secara keseluruhan berada dalam kategori baik, namun diantara seluruh variabel *empathy* tersebut ada aspek yang memperoleh nilai terendah yaitu aspek kebersihan sebesar 62,6%. Dalam masalah *empathy* ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan terutama permasalahan memberikan perhatian penuh terhadap pelanggan.

Reliability

Dari perhitungan dalam nilai yang diperoleh adalah 1320 atau 66,0% dari skor ideal yaitu 2000. Maka dari itu dapat kita simpulkan bahwa kondisi *Reliability* restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam secara keseluruhan berada dalam kategori cukup, dalam masalah *reliability* masih banyak hal yang perlu diperhatikan terutama ketepatan penanganan transaksi sebesar 64,0%

Responsiveness

Dari perhitungan nilai yang diperoleh adalah 1310 atau 65,5% dari skor ideal yaitu 2000. Maka dari itu dapat kita simpulkan bahwa kondisi *Reliability* restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam secara keseluruhan berada dalam kategori cukup, Dalam masalah *Responsiveness* masih terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan terutama permasalahan keinginan karyawan untuk memberikan pelayanan dengan sungguh-sungguh sebesar sebesar 59,0%.

Assurance

Dari perhitungan nilai yang diperoleh adalah 1176 atau 66,9% dari skor ideal yaitu 1500. Maka dari itu dapat kita simpulkan bahwa kondisi *Assurance* di Restoran Bebek H.Slamet secara keseluruhan berada dalam kategori cukup. Dalam masalah *Assurance* terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan terutama permasalahan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan sebesar 62,0%.

Kepuasan Pelanggan

Dari perhitungan nilai yang diperoleh adalah 7033 atau 70,33% dari skor ideal yaitu 10000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan yang telah dilakukan oleh Restoran Bebek H.Slamet berada dalam kategori Puas.

Analisis Regresi Berganda

Model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 0,115 + 0,283X_1 + 0,108X_2 + 0,121X_3 + 0,061X_4 + 0,312X_5$$

Dengan penjelasan dari masing-masing koefisien regresi sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 1,115. Ini menunjukkan harga konstan, yaitu jika variabel kualitas pelayanan *Tangible* (X_1), *Empathy* (X_2), *Reliability* (X_3) dan *Responsiveness* (X_4), *Assurance* (X_5) = 0, maka Kepuasan Pelanggan di restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam tetap sebesar 0,115.
2. Koefisien X_1 (β_1) = 0,108. Ini menunjukkan bahwa variabel *Tangible* berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam atau dengan kata lain, jika variabel *Tangible* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,283
3. Koefisien X_2 (β_2) = 0,108. Ini menunjukkan bahwa variabel *Empathy* berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan di restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam atau dengan kata lain, jika variabel *Empathy* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan bertambah sebesar 0,108.
4. Koefisien X_3 (β_3) = 0,121. Ini menunjukkan bahwa variabel *Reliability* berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan di restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam atau dengan kata lain, jika variabel *Reliability* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan bertambah sebesar 0,121.
5. Koefisien X_4 (β_4) = 0,061. Ini menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan di restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam atau dengan kata lain, jika variabel *Responsiveness* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan bertambah sebesar 0,061.
6. Koefisien X_5 (β_5) = 0,312. Ini menunjukkan bahwa variabel *Assurance* berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan di restoran Bebek H.Slamet cabang Radio Dalam atau dengan kata lain, jika variabel *Assurance* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan bertambah sebesar 0,312.

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Koefisien Determinasi

R	R Square
0,840	0,705

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai R Square = 0,705. Berarti, 70,5% variabel Kepuasan

Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel bebas Kualitas Pelayanan (*tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance*). Sedangkan, sisanya 29,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji F

F hitung	Sig. F
44,997	0,000

Pada Tabel 8, dapat dilihat F_{hitung} adalah 44,997 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($44,997 > 2,311$) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima, yang artinya variabel bebas kualitas pelayanan, yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Tabel 9. Hasil Uji t

Variabel Penelitian	t hitung	sig
<i>Tangible</i> (X_1)	4,721	0,000
<i>Empathy</i> (X_2)	1,964	0,052
<i>Reliability</i> (X_3)	2,358	0,020
<i>Responsiveness</i> (X_4)	1,227	0,223
<i>Assurance</i> (X_5)	5,712	0,000

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa :

1. Variabel *Tangible* (X_1) memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung ($4,721 > t$ tabel ($1,986$)), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *Tangible* (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Variabel *Empathy* (X_2) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung ($1,964 < t$ tabel ($1,986$)), maka H_0 diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari *Empathy* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Variabel *Reliability* (X_3) memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung ($2,358 > t$ tabel ($1,986$)), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *Reliability* (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
4. Variabel *Responsiveness* (X_4) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Karena nilai

t hitung ($1,227 < t$ tabel ($1,986$)), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari *Responsiveness* (X_4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

5. Variabel *Assurance* (X_5) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung ($5,712 > t$ tabel ($1,986$)), maka H_0 diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *Assurance* (X_5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan Restoran Bebek H. Slamet Cabang Radio Dalam di mata konsumen

Kualitas pelayanan Restoran Bebek H. Slamet Cabang Radio Dalam secara keseluruhan termasuk pada kategori cukup dimata responden dengan memperoleh hasil analisis deskriptif total yaitu sebesar 67,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (X_1), *Empathy* (X_2), *Reliability* (X_3), *Responsiveness* (X_4) dan *Assurance* (X_5) di Restoran Bebek H. Slamet Cabang Radio Dalam sudah cukup baik dimata responden. Dari kelima item yang ada, *Responsiveness* mendapat hasil tanggapan responden dengan nilai terendah dengan presentase sebesar 65,5%.

2. Kepuasan Pelanggan dimata konsumen

Kepuasan Pelanggan Restoran Bebek H.Slamet Cabang Radio Dalam termasuk ke dalam kategori puas dimata responden dengan memperoleh hasil analisis deskriptif sebesar 70.33%. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap Restoran Bebek H Slamet Cabang Radio Dalam sudah baik. Dari keseluruhan item pernyataan kepuasan pelanggan, Dari kelima item yang ada, *Reliability* mendapat hasil tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan dengan nilai terendah sebesar 67,0%.

3. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bebek H Slamet Cabang Radio Dalam

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (uji F), diperoleh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (X_1), *Empathy* (X_2), *Reliability* (X_3), *Responsiveness* (X_4) dan *Assurance* (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bebek H Slamet Cabang Radio

Dalam. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bebek H Slamet Cabang Radio Dalam adalah 70,5% dan sisanya sebesar 29,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bebek H Slamet Cabang Radio Dalam

Berdasarkan hasil uji t, dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability* dan *assurance* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel *assurance* memiliki pengaruh signifikan paling besar yaitu sebesar 26,7%, *tangible* memiliki pengaruh signifikan sebesar 22,8% dan *reliability* memiliki pengaruh signifikan sebesar 8,8%. Sedangkan untuk variabel *emphathy* dan *responsiveness* secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bebek H Slamet Cabang Radio Dalam.

Saran

Saran Bagi Perusahaan

1. Perusahaan agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan dalam hal aspek *responsiveness* yang mendapat tanggapan paling rendah dimata responden, yaitu dengan cara memberikan pelatihan teknis yang dibutuhkan pegawai dalam bidang *responsiveness* (daya tanggap) dengan maksud meningkatkan *performance* pegawai sehingga pegawai mempunyai keterampilan dalam melayani pelanggan dengan cepat dan benar, mempunyai keterampilan dalam menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat.
2. Perusahaan agar lebih memperhatikan kepuasan pelanggan pada aspek *reliability* yang juga mendapat tanggapan paling rendah dimata responden, yaitu dengan cara memberikan training kepada pegawai dimana pegawai terampil dalam melayani pelanggannya dengan baik dan benar. Sehingga pelanggan terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran. Hal ini dilakukan untuk mewujudkan mutu layanan yang berkualitas.
3. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini karena dapat berpengaruh bagi perusahaan, seperti harga, produk, promosi dan lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Perusahaan disarankan agar mempertahankan dan meningkatkan aspek *assurance*, *tangible* dan *reliability* yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Pada uji t parsial didapat aspek *emphathy* dan *responsiveness* yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini pihak restoran harus menganalisis *system operating procedures* (SOP) yang sudah ada dengan maksud agar aspek *emphathy* dan *responsiveness* dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan tujuan menciptakan layanan yang prima, seperti para karyawan diberikan *training* agar mampu mendemonstrasikan betapa pihak restoran memperhatikan dan menghargai pelanggannya, karyawan secara terus menerus berusaha mencari cara untuk menyenangkan pelanggan dengan jalan memberikan layanan yang lebih besar daripada yang diharapkan pelanggan atau melakukan evaluasi dari atasan terhadap masalah *emphathy* dan *responsiveness*.

Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Kepada peneliti selanjutnya untuk mengembangkan pada faktor lain di luar kualitas pelayanan karena masih terdapat faktor lain di luar kualitas pelayanan yang juga mempunyai pengaruh dalam kepuasan pelanggan. Sehingga diharapkan hasil penelitian tersebut dapat lebih menambah dan melengkapi keilmuan dibidang pemasaran dan tentunya bermanfaat bagi perusahaan
2. Melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan pada bidang jasa lain, seperti ritel, transportasi dan sebagainya sehingga hasil penelitian dapat dijadikan perbandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Arikunto, Suharsimi (2010). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, Dwi Dan Rosita, Febrina. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Program Studi Ilmu Administrasi Departemen FISIP, Universitas Indonesia. Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi, Mei-Agustus 2010, Hlm. 114-126.
- Abdelmo'ti Suleiman Abu Alroub *et al.* 2012. *Service Quality And Its Impact On*

- Customer Satisfaction Tourist Restaurants (A Field Study On The Tourist Restaurants / Amman)*. Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business. May 2012 Vol 4, No 1
- Ghozali, Imam (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyati, Ika. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan* (Studi Pada Waralaba Rocket Chicken Di Kota Semarang). Jurusan Manajemen-Fakultas Ekonomi. Universitas Dian Niswanto. 2010
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Istianto, John Hendra dan Tyra, Maria Josephine. Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. 2011. Jurusan Ekonomi dan Akuntansi Informasi – STIE Musi Palembang. Vol. 1 NO. 3 September 2011.
- KHAN, Naveed Ur Rehman. 2011. *Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction Evidences From The Restaurant Industry In Pakistan*. Journal of Management&Marketing, volume IX, issue 2/2011.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management Edisi 14*, Global Edition. Pearson: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat.dan Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2)*. Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat
- Naik, C.N. Krishna. 2010. *Service Quality (Servqual) And Its Effect On Customer Satisfaction In Retailing*. European Journal of Social Sciences – Volume 16, Number 2 (2010).
- Priyatno, Duwi. (2010). *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta:Gava Media.
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2011). *Cara Menggunakan Dan Memakai Path*
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011) *SPSS vs Lisler*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- _____ (2013). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (cetakan ke-20)*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2014). *Statistik Untuk Penelitian (cetakan ke-25)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhestiningsih. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lembaga Pendidikan Solocom di Surakarta*. Program Studi Magister Manajemen – Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 15, Nomor 2, Desember 2011, hlm. 101-108
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, Edisi Pertama*, Media Yogyakarta: Presindo.
- _____ 2012. *Dasar Dasar Pemasaran: Konsep, Strategi dan kasus*. Yogyakarta: Caps
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- INTERNET :**
- (http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=3&abel=1&daftar=1&id_subyek=24%20¬a_b=15) diakses pada tanggal 10 September 2014
- http://www.bps.go.id/hasil_publicasi/flip_2011/8204004/index11.php?pub=Statistik%20Restoran/Rumah%20Makan%202010 diakses pada tanggal 10 september 2014

