



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT
CABANG AIR MANCUR BOGOR**

Skripsi

Dibuat Oleh :
Rio Rizki Akbar
021111217

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

MARET 2018

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT
CABANG AIR MANCUR BOGOR

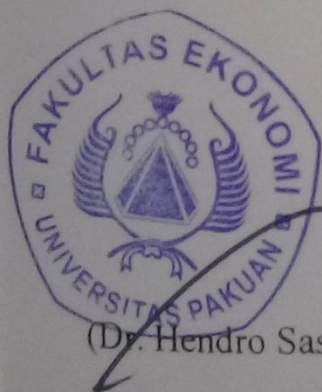
Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



(Dr. Hendro Sasongko, A.k., M.M., CA.)

(Herdiyana, S.E., M.M.)

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT
:
CABANG AIR MANCUR BOGOR**

Skripsi

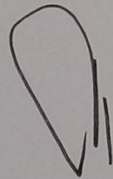
Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Kamis, Tanggal : 29/Maret/2018

Rio Rizki Akbar

021111217

Menyetujui

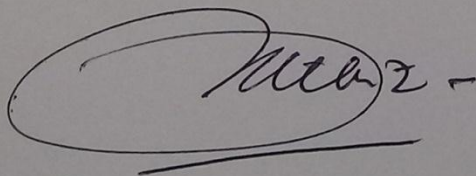
Ketua Sidang,



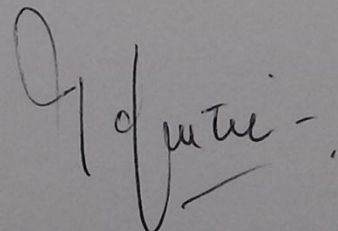
(Hj. Dra. Sri Hartini, M.M.)

Ketua Komisi Pembimbing

Anggota Komisi Pembimbing



(Oktori Kiswati Zaini, S.E., M.M.)



(Sri Pudjawati, Dra., M.M.)

ABSTRAK

Disusun oleh Rio Rizki Akbar, NPM 021111217. Manajemen, Manajemen Pemasaran.dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor”. Pembimbing Ibu Oktori Kiswati Zaini dan Ibu Sri Pudjawati..

Dengan semakin berkembangnya industri makanan baik dari dalam maupun luar negeri, banyak menawarkan hasil produknya dengan berbagai jenis, model dan rasa, membuat restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut turut bersaing untuk menghasilkan produk yang lebih baik dengan kualitas pelayanan yang baik pula sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut merupakan salah satu perusahaan restoran yang ada di Indonesia yang berpusat di Jawa Tengah. Salah satu cabangnya ada di kota Bogor yang beralamat di jl. Pemuda No. 9A yang di jadikan tempat penelitian. Dengan memberikan kepuasan konsumen diharapkan restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut mampu mempertahankan dan bersaing dengan restoran sejenis.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, metode pengumpulan datanya adalah metode survey dengan teknik penyebaran kuesioner, adapun sampelnya sebanyak 110 konsumen Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor. Alat analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, IPA dengan menggunakan SPSS 20.

Berdasarkan Hasil penelitian diperoleh nilai rata-rata hasil jawaban responden mengenai kualitas pelayanan yang sebesar, 85,4% masuk kedalam kriteria sangat baik. secara keseluruhan kualitas pelayanan Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor belum memuaskan konsumen, karena tingkat rata-rata kinerja lebih kecil dari tingkat rata-rata harapan. Hasil analisis dengan metode IPA(Importance Performance Analysis) didapat satu atribut masuk kedalam kuadran (A) yang dianggap penting dan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen yaitu atribut kenyamanan tempat saat konsumen berkunjung, delapan atribut yang masuk kedalam kuadran (B) adalah kelengkapan fasilitas, kecermatan pegawai saat berkomunikasi, pegawai cepat tanggap menanggapi keluhan, pegawai melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat, memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, konsumen menjadi prioritas untuk di layani, memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan, jaminan kepastian saat mengantarkan pesanan. Tidak ada atribut yang termasuk ke dalam kuadran (C) dan enam atribut yang masuk kedalam kuadran (D) yang dianggap tidak penting dan berlebihan yaitu, penampilan saat melayani konsumen, kemampuan memberikan pelayanan dengan handal, memiliki standar pelayanan yang jelas, sikap saat menyambut dan melayani konsumen, memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen, pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen.

Kata kunci :Kualitas pelayanan dan Kepuasan konsumen

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang tak terhingga saya panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul :**“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT CABANG AIR MANCUR BOGOR”**. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat atau proses yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar kesarjanaan di jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pakuan pada Jenjang Studi Strata-1.

Dalam penyusunan skripsi ini saya mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, untuk itu saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua, Bapak Asep Saepudin dan Ibu Atmah yang telah banyak memberikan doa dan restu demi keberhasilan saya.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, A.k., M.M., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Bapak Herdiyana, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M. selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Ibu Oktori Kiswati Zaini, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, membantu dan mengarahkan saya sehingga makalah ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Sri Pudjawati, Dra., M.M. selaku Co. Pembimbing yang telah membantu serta mengarahkan penulis sehingga makalah ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.

8. Seluruh Staf Tata Usaha dan Petugas Perpustakaan di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
9. Pihak Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur kota Bogor, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan pengamatan dan pengambilan data.
10. Teman-teman yang telah memberikan motivasi dan bantuan serta dukungannya, khususnya untuk para sahabat tercinta Gracia Sekartaji, Budi-yogi, Botak, Acong, Komar, Aris, Somad, Rian, Tomy, Septian, Geng Gong Kelas F, dan para mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas pakuan.

Saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu saya memohon maaf apabila ada kesalahan atau ketidak sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini dan saya sangat menunggu kritik serta saran yang sangat membangun. Semoga skripsi ini dapat mmberikan manfaat bagi pembaca.

Bogor, Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Perumusan masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1. Maksud Penelitian	7
1.3.2. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Manajemen Pemasaran	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	9

2.2. Pengertian Jasa	9
2.3. Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.4. Dimensi Kualitas pelayanan	14
2.5. Pengertian Kepuasan Konsumen	17
2.5.1. Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen	17
2.6. Penelitian Sebelumnya	19
2.7. Kerangka Pemikiran	21
2.8. Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	24
3.2.1 Objek Peneltian	24
3.3.2 Unit Analisis	24
3.3.3 Lokasi Penelitian	24
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	24
3.4 Operasionalisasi Variabel	25
3.5 Metode Penarikan Sampel	27
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.7 Metode Pengolahan/ Analisi Data	29
3.7.1 Metode Analisis	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Gsmbaran Umum Lokasi Penelitian	35

4.1.1. Profil Dan Sejarah Restoran Bebek Dan Ayam	
Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur	35
4.1.2. Visi Dan Misi	36
4.1.2. Kegiatan Usaha Restoran Bebek	
Dan Ayam Goreng Pak Ndut	36
4.1.4. Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas	36
4.1.5. Karakteristik Responden	38
4.2. pembahasan	41
4.2.1. Penerapan Kualitas Prlayanan Restoran Bebek	
Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur	41
4.2.2. Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Bebek	
Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur	61
4.2.3. Penentuan Indikator-Indikator Penting Dengan Analisis	
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran	82
Daftar Pustaka	83
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Data Pengunjung	3
Tabel 2: Data Keluhan Konsumen	4
Tabel 3: Operasional Variabel	25
Tabel 4: Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 5: Usia Responden	39
Table 6: Berdasarkan Tempat Tinggal	39
Table 7: Pendidikan Terakhir Responden	40
Table 8: Berdasarkan Pekerjaan Atau Status	40
Table 9: Penampilan Pegawai Dalam Melayani Konsumen Sangat Rapi Dan Sopan	41
Tabel 10: Tanggapan Responden	42
Tabel 11: Kenyamanan Tempat Yang Disediakan Bersih Dan Wangi (Ketika Anda Berada Di Dalam Restoran).....	42
Tabel 12: Tanggapan Responden	43
Tabel 13: Ketersediaan Fasilitas Yang Disediakan Lengkap (Musola, Toilet, Lahan Parkir)	43
Tabel 14: Tanggapan Responden	44
Tabel 15: Pegawai Mampu Dan Handal Dalam Memberikan Pelayanan	45
Tabel 16: Tanggapan Responden	46
Tabel 17: Pegawai Sangat Cermat Dan Mengerti Keinginan Konsumen Saat Berkomunikas	46
Tabel 18: Tanggapan Responden	47
Tabel 19: Pelayanan Yang Di Berikan Restoran Memiliki Standar Pelayanan Yang Jelas	47
Tabel 20: Tanggapan Responden	48
Tabel 21: Sikap Pegawai Saat Menyambut Dan Melayani Konsumen Sangat Ramah Dan Sopan.....	49
Tabel 22: Tanggapan Responden	50

Tabel 23: Pegawai Cepat Dan Tanggap Dalam Menanggapi Keluhan Konsumen	50
Tabel 24: Tanggapan Responden	51
Tabel 25: Pegawai Melakukan Pelayanan Dengan Cepat Dan Tepat	51
Tabel 26: Tanggapan Responden	52
Tabel 27: Pegawai Memberikan Jaminan Tepat Waktu Dalam Pelayanan	53
Tabel 28: Tanggapan Responden	54
Tabel 29: Pegawai Memberikan Jaminan Kemudahan Dalam Proses Pelayanan	54
Tabel 30: Tanggapan Responden	55
Tabel 31: Pegawai Memberikan Jaminan Kepastian Saat Mengantarkan Order Yang Dipesan	55
Tabel 32: Tanggapan Responden	56
Tabel 33: Pegawai Memberikan Perhatian Dan Kepedulian Terhadap Konsumen	57
Tabel 34: Tanggapan Responden	57
Tabel 35: Konsumen Menjadi Prioritas Untuk Dilayani.....	58
Tabel 36: Tanggapan Responden	59
Tabel 37: Pegawai Menghargai Dan Melayani Setiap Konsumen.....	59
Tabel 38; Tanggapan Responden	60
Tabel 39: Nilai Skor Rata-Rata Kualitas Pelayanan	61
Tabel 40: Tingkat Kinerja Pada Indikator Penampilan Pegawai Dalam Melayani Konsumen Sangat Rapi Dan Sopan	62
Tabel 41: Tingkat Harapan Pada Indikator Penampilan Pegawai Dalam Melayani Konsumen Sangat Rapi Dan Sopan	62
Tabel 42: Tingkat Kinerja Pada Indikator Kenyamanan Tempat Yang Disediakan Bersih Dan Wangi (Ketika Anda Berada Di Dalam Restoran).....	63
Tabel 43: Tingkat Harapan Pada Indikator Kenyamanan Tempat Yang Disediakan Bersih Dan Wangi (Ketika Anda Berada Di Dalam Restoran).....	63
Tabel 44: Tingkat Kinerja Pada Indikator Ketersediaan Fasilitas Yang Di Sediakan Lengkap (Musola, Toilet, Lahan Parkir).....	64
Tabel 45: Tingkat Harapan Pada Indikator Ketersediaan Fasilitas Yang Di Sediakan Lengkap (Musola, Toilet, Lahan Parkir).....	64
Tabel 46: Tingkat Kinerja Pada Indikator Pegawai Mampu Dan Handal Dalam Memberikan Pelayanan	65

Tabel 47: Tingkat Harapan Pada Indikator Pegawai Mampu Dan Handal Dalam Memberikan Pelayanan	65
Tabel 48: Tingkat Kinerja Pada Indikator Pegawai Sangat Cermat Dan Mengerti Keinginan Konsumen Saat Berkomunikasi	66
Tabel 49: Tingkat Harapan Pada Indikator Pegawai Sangat Cermat Dan Mengerti Keinginan Konsumen Saat Berkomunikasi	66
Tabel 50: Tingkat Kinerja Pada Indikator Pelayanan Yang Diberikan Restoran Memiliki Standar Pelayanan Yang Jelas	67
Tabel 51: Tingkat Harapan Pada Indikator Pelayanan Yang Diberikan Restoran Memiliki Standar Pelayanan Yang Jelas	67
Tabel 52; Tingkat Kinerja Pada Indikator Sikap Pegawai Saat Menyambut Dan Melayani Konsumen Sangat Ramah Dan Sopan	68
Tabel 53; Tingkat Harapan Pada Indikator Sikap Pegawai Saat Menyambut Dan Melayani Konsumen Sangat Ramah Dan Sopan	68
Tabel 54: Tingkat Kinerja Pada Indikator Cepat Dan Tanggap Dalam Menanggapi Keluhan Konsumen	69
Tabel 55: Tingkat Harapan Pada Indikator Cepat Dan Tanggap Dalam Menanggapi Keluhan Konsumen	69
Tabel 56; Tingkat Kinerja Pada Indikator Pegawai Melakukan Pelayanan Dengan Cepat Dan Tepat	70
Tabel 57; Tingkat Harapan Pada Indikator Pegawai Melakukan Pelayanan Dengan Cepat Dan Tepat	70
Tabel 58: Tingkat Kinerja Pada Indikator Pegawai Memberikan Jaminan Tepat Waktu Dalam Pelayan	71
Tabel 59: Tingkat Harapan Pada Indikator Pegawai Memberikan Jaminan Tepat Waktu Dalam Pelayan	71
Tabel 60: Tingkat Kinerja Pada Indikator Pegawai Memberikan Jaminan Kemudahan Dalam Proses Pelayanan	72
Tabel 61: Tingkat Harapan Pada Indikator Pegawai Memberikan Jaminan Kemudahan Dalam Proses Pelayanan	72
Tabel 62: Tingkat Kinerja Pada Indikator Pegawai Memberikan Jaminan Kepastian Saat Mengantarkan Order Yang Di Pesan	73
Tabel 63: Tingkat Harapan Pada Indikator Pegawai Memberikan Jaminan Kepastian Saat Mengantarkan Order Yang Di Pesan	73
Tabel 64: Tingkat Kinerja Pada Indikator Pegawai Memberikan Perhatian Dan Kepedulian Terhadap Konsumen	74

Tabel 65: Tingkat Harapan Pada Indikator Pegawai Memberikan Perhatian Dan Kepedulian Terhadap Konsumen	74
Tabel 66: Tingkat Kinerja Pada Indikator Konsumen Menjadi Prioritas Untuk Di Layani.....	75
Tabel 67: Tingkat Harapan Pada Indikator Konsumen Menjadi Prioritas Untuk Di Layani.....	75
Tabel 68: Tingkat Kinerja Pada Indikator Pegawai Menghargai Dan Melayani Setiap Konsumen	76
Tabel 69: Tingkat Harapan Pada Indikator Pegawai Menghargai Dan Melayani Setiap Konsumen	76
Tabel 70: Tabel Hasil Perbandingan Antara Kinerja Dengan Harapan	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Grafik Data Pengunjung.....	3
Gambar 2: Konstelasi Penelitian.....	23
Gambar 3: Diagram Kartesius.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Validitas X
- Lampiran 3 Validitas Y
- Lampiran 4 Kualitas Pelayanan-X
- Lampiran 5 Kepuasan Pelanggan-Y
- Lampiran 6 Surat Keterangan Riset

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Di situasi saat ini semakin banyak perusahaan berdiri dan bergerak baik dalam segi jasa maupun non jasa. Hal ini akan menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin sengit dalam dunia bisnis, guna mempertahankan eksistensi, setiap perusahaan diuntut harus mengalahkan para pesaing yang baru maupun yang sudah lama bergelut dalam bidangnya. Setiap saat sangat perlu di lakukan pengamatan, perubahan, perbaikan, penambahan bahkan pengurangan berbagai aspek guna meningkatkan kualitas perusahaan tersebut agar bisa mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan. Termasuk perusahaan yang bergerak di bidang kuliner atau penyedia makanan seperti restoran. Perusahaan ini pun tidak luput dari kebutuhan evaluasi guna meningkatkan penjualan agar bisa mencapai angka yang di harapkan. Seperti yang kita ketahui, pangan merupakan kebutuhan primer pada manusia selain sandang dan papan. Berdasarkan kebutuhan inilah yang mendorong para pengusaha mau berbisnis dalam hal pangan, karena pangan merupakan hal paling utama yang di butuhkan oleh manusia sehingga dapat di pastikan mampu memberikan keuntungan yang baik dan prospek keberlangsungan usaha yang panjang.

Banyak hal yang bisa kita gunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan salah satunya ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting dalam penerapan bisnis apapun terutama dalam bisnis penyedia makanan. Kualitas pelayanan terhadap konsumen menjadi aspek penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan akan sangat berpengaruh pada tingkat angka penjualan. Ketika para konsumen ingin mendapatkan kepuasan dalam pelayanan, maka perusahaan harus mampu menyediakan berbagai kebutuhan yang di inginkan oleh konsumen. Seperti definisi kepuasan konsumen menurut Kotler yang di kutip kembali oleh Fandy Tjiptono (2013:312) bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja (atau hasil) yang di persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja di bawah harapan, maka konsumen merasa tidak puas dan jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen amat puas atau senang.

Salah satu perusahaan restoran yang ada di Indonesia yang berpusat di Jawa Tengah adalah “Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut “. Kini perusahaan tersebut sudah memiliki 53 cabang di Indonesia dan 2 cabang di Singapura (hingga saat ini tahun 2016). Salah satu cabangnya ada di kota Bogor yang beralamat di jl. Pemuda No. 9A patokannya sangat dekat dengan bundaran air mancur alun-alun kota Bogor. Restora Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur ini ada sejak bulan maret tahun 2010 mereka beroperasi setiap hari. Pada senin-kamis buka mulai pukul 10:00-21:00, jumat pukul 13:00-21:00 dan pada hari sabtu, minggu serta hari libur buka pukul 10:00-22:00. Memiliki jumlah karyawan sebanyak 18 orang yang sebelumnya di berikan pelatihan terlebih dahulu sebelum mulai terjun langsung melayani para konsumen.

Untuk membuat para konsumen merasa nyaman Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur ini memiliki fasilitas seperti kamar mandi atau toilet, untuk para pengunjung pria dan wanita di bedakan demi kenyamanan para konsumen. Selain itu restoran ini menyediakan tempat ibadah seperti musola, tidak hanya kursi dan meja makan mereka juga menyediakan fasilitas lesehan serta saung untuk para pengunjung selain berfungsi sebagai pengganti suasana makan saung dan lesehan ini berfungsi sebagai smoking area karena terletak di tempat terbuka. Fasilitas lainnya yang tersedia adalah layanan jaringan wifi serta area parkir yang cukup luas. Restoran ini mampu menampung kurang lebih hingga 200 orang pengunjung. Dalam situasi tertentu restoran ini bisa memberikan promo diskon hingga 10% untuk para konsumen yang datang. Namun, karena keterbatasan alat dan jumlah pekerja membuat pelayanan restoran ini kurang maksimal. Selain itu penerapan sop pelayanan manajemen oleh para pekerja belum sepenuhnya di terapkan sehingga membuat pengunjung tidak puas terhadap pelayanan yang disediakan oleh restoran ini. Selain dari hal-hal tersebut dari sisi persaingan pun menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi para konsumen menjadi kurang berminat untuk berkunjung ke restoran ini. Mungkin para konsumen yang jarak lokasi rumahnya cukup jauh dengan restoran ini membuat mereka memilih alternatif untuk mengunjungi restoran atau rumah makan yang terdekat dengan rumahnya atau mungkin pelayanan restoran pesaing yang sejenis lebih memuaskan.

Restoran serupa yang menyediakan menu serupa dengan restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor salah satunya adalah restoran ini adalah data konsumen restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air bebek goreng H. Slamet cabang kartasura yang cukup banyak tersebar di sekitar wilayah bogor. Selain itu ada restoran Ayam KQ 5, restoran ayam tulang lepas dan lain-lain.

Berikut Mancur Bogor pada tahun 2012-2016:

Tabel 1

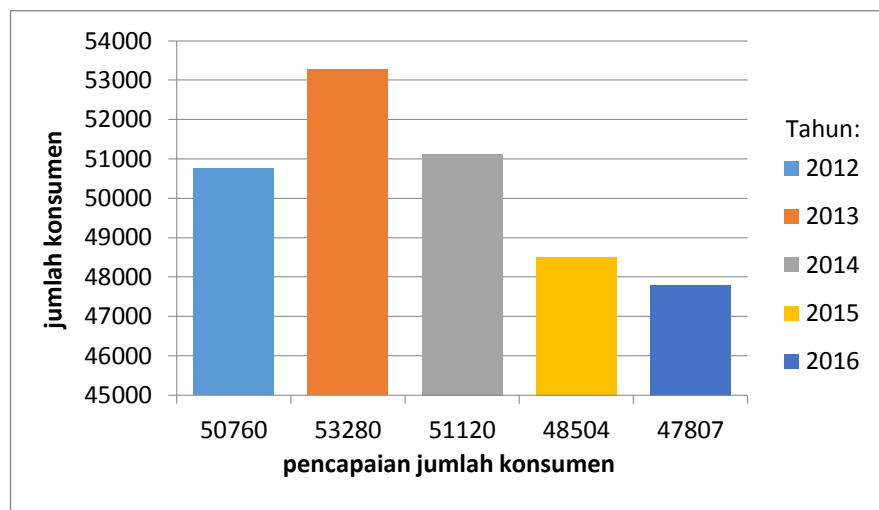
DATA KONSUMEN RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT CABANG AIRMANCUR BOGOR TAHUN 2012-2016

Tahun	KONSUMEN
2012	50.760
2013	53.280
2014	51.120
2015	48.504
2016	47.807
TOTAL	251.471

Sumber : Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut 2017

GAMBAR 1

GRAFIK DATA KONSUMEN RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT CABANG AIRMANCUR BOGOR TAHUN 2012-2016



Sumber: Data Diolah 2017

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah Konsumen Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur dari tahun 2012-2016 terjadi perubahan di tiap tahunnya. Pada tahun 2014 sampai dengan 2016 terjadi penurunan, ini di sebabkan karena banyak bermunculan restoran baru yang sejenis, sehingga pengunjung restoran bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur mengalami penurunan yang signifikan. Selain itu dapat di katakan bahwa penyebab turunnya jumlah pengunjung yang datang ke restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut karena kualitas pelayanan yang menurun sehingga banyak pengunjung yang merasa tidak terpuaskan.

Di bawah ini terdapat beberapa keluhan ketidakpuasan yang diterima oleh restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor dari konsumen yang telah melakukan pembelian beberapa kali di restoran melalui proses wawancara. Wawancara di lakukan sebanyak dua kali pada bulan januari 2017 dan agustus 2017.

Tabel 2
DATA KELUHAN KONSUMEN RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG
PAK NDUT CABANG AIR MANCUR KOTA BOGOR.

No.	Keluhan Konsumen	Januari 2017		Agustus 2017		Keterangan (%)
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)	
1	Lambatnya layanan yang di berikan	9	36	10	40	Naik 4%
2	Lahan parkir yang kurang luas	5	20	3	12	Turun 8%
3	Menu utama kurang variatif	3	12	4	16	Naik 4%
4	Kesalahan dalam memberikan pesanan	4	16	5	20	Naik 4%
5	Konsumen yang datang tidak mendapatkan meja kosong	4	16	3	12	Turun 4%

Sumber: wawancara konsumen Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur, Bogor. 2017

Berdasarkan tabel mengenai apa yang menjadi keluhan konsumen tentang restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur Bogor dapat dijelaskan bahwa dari hasil wawancara pertama sebanyak 25 orang konsumen adalah sebesar 36% mengeluhkan tentang pelayanan yang lambat, ini merupakan persentase terbesar dari semua keluhan yang di rasakan oleh konsumen. Lalu sebesar 20% mengeluhkan tentang lahan parkir yang kurang luas menampung kendaraan yang masuk. 12% mengeluhkan bahwa menu utamanya kurang variatif dan ada dua keluhan konsumen yang memiliki besar persentase yang sama sebesar 16% yaitu kesalahan dalam memberikan pesanan dan keluhan kedatangan konsumen yang terpaksa harus kembali karena tidak mendapatkan meja.

Dari hasil wawancara ke dua tentang keluhan konsumen ini lambatnya pelayanan yang di berikan masih menjadi persentase terbesar dan bahkan mengalami peningkatan sebesar 4%, di wawancara pertama pada januari 2017 lamabatnya pelayanan yang di berikan mendapatkan respon sebesar 36% dan hasil wawancara ke dua yang dilakukan pada agustus 2017 mendapatkan respon sebesar 40%. Kesalahan dalam memberikan pesanan pun mengalami peningkatan persentase, pada wawancara pertama besar persentasenya adalah 16% tapi pada wawancaara ke dua menjadi 20%. Menu utama yang kurang variatif mendapat respon sebesar 16% serta nilai persentase yang sama yaitu sebesar 12% ada pada daftar pertanyaan tentang lahan parkir yang kurang luas dan konsumen yg datang tidak mendapatkan meja kosong.

Dari hasil wawancara yang di lakukan sebanyak dua kali di waktu yang berbeda menunjukkan adanya penurunan kualitas pelayanan pada restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor. Hal ini harusnya menjadi bahan evaluasi dan perhatian dari pengelola restoran bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur kota bogor .

Perusahaan berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen mengingat kepuasan konsumen memberi kontribusi yang cukup besar untuk meraih keuntungan. Hal ini pun disadari oleh restoran bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur bogor. Sebagai perusahaan yang berinteraksi secara

langsung dengan konsumen maka perusahaan di tuntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar para konsumen bisa terpuaskan dan berefek pada peningkatan jumlah pengunjung di restoran tersebut.

Berdasarkan fenomena di atas penulis bermaksud untuk membuat penelitian yang berjudul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT CABANG AIR MANCUR BOGOR”**.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Persaingan dalam bisnis penyedia makanan seperti restoran ini semakin kompetitif dan bervariasi. Oleh sebab itu perusahaan harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal kepada para konsumennya agar keinginan para konsumen terpenuhi dan terpuaskan harapan-harapan para konsumen ketika para konsumen mendatangi restoran tersebut.

Fokus dan memaksimalkan pelayanan dalam melayani para konsumen akan membuat mereka menjadi konsumen yang loyal sehingga tidak ingin berpindah ke restoran lain. Hal ini akan berdampak baik bagi kemajuan perusahaan itu sendiri. Dari pokok permasalahan yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah “bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut”.

1.2.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan di restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor?
3. Bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor?

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang di lakukan ini untuk memperoleh data dan informasi yang di perlukan untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor.
2. Untuk mengetahui besaran tingkat kepuasan konsumen pada restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor.
3. Untuk menjelaskan bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian mencakup 2 hal, yaitu:

1. Kegunaan teoritis, yaitu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran berkenaan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini juga di harapkan dapat bermanfaat bagi peniliti lain ketika membutuhkan referensi khususnya bidang pemasaran dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen..
2. Kegunaan praktis, untuk membantu menyelesaikan dan mengantisipasi masalah yang ada pada restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor. Hasil peneltian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur Bogor sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk menyelesaikan masalah yang di hadapi, terutama mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran

2.1.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran tidak dapat di pisahkan dalam dunia bisnis. Baik tidaknya suatu bisnis di pengaruhi besar oleh pemasaran, pemasaran menjadi salah satu aktivitas yang harus di lakukan dengan terencana dan tepat sasaran agar dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perusahaan yang tengah melakukan bisnis tersebut.

Istilah pemasaran dalam Bahasa Inggris di kenal dengan nama *marketing*. Asal kata pemasaran adalah pasar = *market*. Memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan atau menjual barang tetapi lebih luas dari itu. Di dalamnya mencakup macam-macam kegiatan seperti membeli, menjual, mengangkut barang, menyimpan, mensortir dan lain sebagainya (Buchari Alma, 2011, 1).

“Marketing consist of those efforts which effect transfer in the ownership of goods and service and which provide for their physical distribution “ (Rayburn D. Tousley, Eugene Clark, Fred E. Clark, 1962, 2).

Pengertian lain yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat (Sofjan Assauri, 2013, 4).

Sedangkan menurut Ali Hasan (2008, 1) mengungkapkan bahwa “ pemasaran merupakan ilmu pengetahuan yang obyektif yang di peroleh dari instrumen-instrumen tertentu untuk mengukur kinerja dari aktivitas bisnis, untuk membentuk, mengembangkan, menggerakkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen pemakai “.

Dari beberapa definisi para ahli tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan pertukaran, menjual dan atau menawarkan suatu

barang atau jasa yang bisa di lakukan kapan saja dan dimana saja dengan proses negosiasi hingga tercapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah gabungan dari dua ilmu yaitu ilmu manajemen dan pemasaran. Dalam bisnis pemahaman mengenai manajemen pemasaran sangat di perlukan, melalui perencanaan yang baik dalam melakukan pemasaran bisa memberikan dampak positif terhadap perusahaan.

Philip Kotler (2006, 8) menyatakan bahwa “ *marketing management is the planning, pricing, promotion, distribution and service to create individual and organizational goals*”.

Adapun definisi manajemen pemasaran menurut Gunawan Adi Saputro (2010, 5) menyatakan bahwa “ manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu tentang cara memilih pasar, mendapatkan, memelihara dan meningkatkan konsumen”.

Dari buku manajemen pemasaran edisi 13 jilid 1 yang di karang oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012, 5) memandang manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah seni, cara dan ilmu untuk mencari dan mempertahankan pasar sasaran yang mampu memberikan pertukaran yang menguntungkan. Dengan perencanaan, penentuan harga, promosi dan pendistribusian serta pelayanan untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.2. Pengertian Jasa

Dalam ilmu ekonomi, jasa atau layanan adalah sejumlah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang

milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Jasa sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan, berikut beberapa pendapat para ahli mengenai jasa :

Christopher Lovelock dan Evert Gummesson (2010:15) menetapkan bahwa jasa (*service*) adalah suatu bentuk sewa-menyewa yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen. Hal yang di hargai oleh konsumen dan mereka berkenan membayar untuk mendapatkannya adalah berbagai pengalaman yang diinginkan (*desired experience*) dan solusi.

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010:16) mendefinisikan bahwa jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain. Seringkali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (*time-based*), dalam bentuk suatu kegiatan (*performances*) yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, obyek, maupun asset-aset lainnya yang mejadi tanggung jawab dari pembeli. Sebagai pertukaran dari uang, waktu, dan upaya, konsumen jasa berharap akan mendapatkan nilai (*value*) dari suatu akses ke barang-barang, tenaga kerja, tenaga ahli, fasilitas, jejaring dan sistem tertentu; tetapi para konsumen biasanya tidak akan mendapatkan hak milik dari unsur-unsur fisik yang terlibat dalam penyediaan jasa tersebut.

Christian Gronroos jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau system penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen kerap kali terjadi dalam jasa, sekalipun pihak-pihak yang terlibat mungkin tidak menyadarinya. Selain itu, dimungkinkan ada situasi dimana konsumen sebagai individu tidak berinteraksi langsung dengan perusahaan jasa.

Payne (2000:12) merumuskan jasa sebagai aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai dan manfaat) intangible yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan perubahan kepemilikan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa atau bisa juga tidak berkaitan

dengan produk fisik. Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya : bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus, hotel, lembaga pendidikan, dan lain-lain.

Kotler dalam Tjiptono (2005:16) menyatakan bahwa jasa sebagai salah satu bentuk produk dapat didefinisikan sebagai : setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu. Produknya bisa dan bisa juga terikat pada suatu produk fisik.

Menurut Kotler (2008, 145) dalam penyampaian jasa (*service delivery*) ada tiga aspek yang di kenal sebagai 3P dalam pemasaran jasa yaitu melalui:

a. *People*

Perusahaan jasa dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan konsumen, dari pada karyawan pesaingnya

b. *Physical environment* (Lingkungan Fisik)

Perusahaan jasa dapat mengembangkan lingkungan fisik yang lebih atraktif.

c. *Process*

Perusahaan jasa merancang proses penyampaian jasa yang superior, misalnya *home banking* yang di bentuk oleh bank tertentu.

Beberapa karakteristik yang membedakan pemasaran barang dengan pemasaran jasa (Tjiptono 2005:18), adalah sebagai berikut :

1. *Intangibility* (tidak berwujud), jasa berbeda dengan barang lain. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha yang menyebabkan jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan), barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

3. *Varability/Heterogenity/Inconsistency* (Keanekaragaman), jasa bersifat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variabel yang dibentuk, kualitas dan jenis tergantung siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.
4. *Perishability* (Tidak Tahan Lama), ini berarti jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja ketika tidak dapat disimpan.
5. *Lack of Ownership* Pada pembelian jasa, konsumen mungkin hanya memiliki akses personal atas suatu jasa dalam jangka waktu tertentu. Pembayaran biasanya ditujukan untuk pemakaian, akses atau penyewaan yang berkaitan dengan jasa yang ditawarkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa jasa ialah suatu aktivitas (tidak berwujud) ketika terjadi suatu interaksi antara konsumen dan penyedia jasa yang menimbulkan efek atau respon dari salah satu pihak kepada pihak lain dalam jangka waktu tertentu dan biasanya tidak mendapatkan hak kepemilikan dari unsur fisik yang tersedia sebagai media dalam memberikan jasa tersebut.

2.3.Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010:153) mengatakan bahwa ada berbagai perspektif mengenai kualitas layanan. Kata kualitas memiliki arti yang berbeda bagi tiap orang, tergantung dari konteksnya. Perspektif umum terhadap kualitas meliputi:

1. Pandangan transenden mengenai kualitas bersinonim dengan keunggulan bawaan: tanda-tanda standard an prestasi yang tinggi. Sudut pandang ini sering diterapkan pada seni pertunjukan dan visual. Pandangan ini berpendapat bahwa orang yang belajar untuk mengenali kualitas hanya melalui pengalaman yang di peroleh dari paparan berulang. Namun, dari sudut pandang praktis, manajer atau konsumen menilai kualitas dari sesuatu yang menurut mereka tidak terlalu membantu.

2. Pendekatan berbasis manufaktur didasarkan pada persediaan dan terutama sangat memerhatikan praktik-praktik teknik dan manufaktur. (dalam sektor jasa, kami mengatakan bahwa kualitas dipicu oleh operasi.) pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang di kembangkan secara internal, yang sering kali dipicu oleh tujuan produktivitas dan pengamanan biaya.
3. Definisi berbasis pengguna dimulai dengan premis bahwa kualitas terletak di mata orang yang melihatnya. Definisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum. Perspektif yang subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa konsumen yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.
4. Definisi yang berbasis nilai mendefinisikan kualitas dalam hal nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan pertukaran antara kinerja (atau kesesuaian) dan harga, kualitas di definisikan sebagai “keunggulan yang terjangkau”.

Pandangan yang berbeda mengenai kualitas ini kadang-kadang menyebabkan perselisihan antara manajer di berbagai departemen fungsional. Lebih jauh lagi, para peneliti berpendapat bahwa sifat dari pelayanan memerlukan pendekatan yang berbeda untuk mendefinisikan dan mengukur kualitas pelayanan. Sifat yang tidak berwujud dari pelayanan lebih menyulitkan kita untuk mengevaluasi kualitas layanan dibandingkan dengan kualitas barang. Karena para konsumen sering terlibat dalam proses memproduksi layanan, kita harus membedakan antara proses penghantaran layanan (oleh Kristen Gronroos disebut sebagai kualitas fungsional) dan *output* (hasil) actual dari layanan (apa yang dia sebut sebagai kualitas teknis). Gronroos, dan juga yang lainnya, menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana konsumen membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita mendefinisikan kualitas pelayanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

Kualitas pelayanan sangat berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil)

yang diharapkan. Di kutip dari buku manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008, 177). Pelayanan yang berkualitas akan menghasilkan perasaan yang senang sehingga bisa memuaskan konsumen.

Fokus pemasaran terhadap kualitas pelayanan adalah rendahnya kualitas akan menempatkan perusahaan pada kerugian yang kompetitif. Berpotensi mengusir konsumen yang tidak puas. Menurut Gronroos pada buku Christopher Lovelock, Jochen Wirtz & Jacky Mussry (2010, 154) menyatakan bahwa “ kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana konsumen membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan”.

Menurut Widya Utami (2011, 268) menyatakan bahwa “ kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang di terima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang di harapkan (*expected service*) “.

Berdasarkan pengertian para ahli di atas maka dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu bentuk kinerja yang di berikan oleh penyedia jasa yang asilnya akan di bandingkan oleh konsumen apakah sudah sesuai atau tidak dengan apa yg di harapkan oleh mereka.

2.4. Dimensi Kualitas pelayanan

Dari penelitian Zeithaml dalam Fandy Tjiptono (2008, 58) menyatakan bahwa terdapat lima penentu mutu jasa pelayanan, antara lain ialah :

1. Reliability (kehandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang di janjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk di percaya (*dependably*), terutama memberikan jasa tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah di janjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali. Adapun atribut-atribut yang berada dalam dimensi ini antara lain adalah:

- a. Pelayanan yang di berikan sesuai dengan yang di janjikan.
- b. Memberi pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen.

c. Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit.

2. *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang di butuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negatif dan tidak seharusnya terjadi. Kecuali jika kesalahan ini di tanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah:

- a. Siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan dari para konsumen.
- b. Respon karyawan terhadap para konsumen.
- c. Memberikan pelayanan yang cepat.

3. *Assurance* (jaminan)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, sopan dan sifat dapat di percaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah:

- a. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari knsumen.
- b. Karyawan berbicara dengan cara menyenangkan.
- c. Karyawan yang bersifat sopan

4. *Emphaty* (empati)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi, atau hubungan. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah:

- a. Memberikan perhatian individu kepada konsumen`
- b. Keramahan karyawan.
- c. Kebutuhan konsumen secara spesifik`

5. *Tangibles* (bentuk fisik)

Tersedianya fasilitas fisik, Perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah:

- a. Penampilan petugas pelayanan.
- b. Peralatan yang modern.
- c. Tempat parkir.

Produk jasa memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan barang (produk fisik). Kotler (2008, 49) menyebutkan ciri-ciri tersebut seagai berikut :

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Artinya jasa tidak dapat dilihat, dicecap, dirasakan, di dengar atau di cium sebelum di beli oleh konsumen.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Artinya bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, entah penyediannya itu manusia atau mesin

c. *Variability* (bervariasi)

Artinya bahwa mutu jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa di samping waktu, tempat, dan bagaimana disediakan.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Artinya jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian.

Juga tertulis dalam Lovelock (2010:154) dari penelitian Valerie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman. Mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel, dan akhirnya mengonsolidasikannya ke dalam lima dimensi yang luas :

a. *Tangibles* (penampilan unsur fisik)

b. *Reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)

c. *Responsiveness* (kecepatan dan kegunaan)

d. *Assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan)

e. *Empathy* (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman konsumen)

2.5. Pengertian Kepuasan Konsumen

Puas atau tidak puas adalah perasaan yang muncul dari pengguna jasa/layanan terhadap kinerja dan pelayanan yang di berikan oleh penyedia jasa.

Menurut Gunawan Adisaputro (2010:67) “ kepuasan adalah perasaan seseorang menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kineja produk yang dipersepsikan (hasil atau *outcome*) yang dihubungkan dengan harapannya “.

Menurut Kotler dan Keller (2012:136) “ *satisfaction is a person feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a products perceived performance (our outcome) relation to his or her expectation* “.

Sedangkan menurut Titik Wijayanti (2012:143) “ kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui dengan membeli dan atau menggunakan produk tersebut “.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan yang di rasakan oleh konsumen berdasarkan harapan terhadap kinerja yang di berikan.Puas ketika kinerja sesuai atau melebihi harapan para konsumen setelah mengonsumsi barang atau jasa tersebut. Tapi planggan akan kecewa ketika kinerja yg disarankan tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

2.5.1. Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kotler (2009:72) menjelaskan ada empat metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran (*complain and suggestion system*)

Setiap perusahaan yang berorientasi kepada konsumen perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa di gunakan meliputi kotak saran, kartu komentar serta menyediakan saluran telepon khusus.

2. Survey kepuasan konsumen (*customer satisfaction survey*)

Pada umumnya penelitian tentang kepuasan konsumen banyak di lakukan dengan metode survey. Baik melalui pos, telepon atau wawancara. Pengukuran kepuasan dengan metode ini dapat dilakukan dengan cara:

- a. Kepuasan yang dilaporkan secara langsung (*directly reported satisfaction*). Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan yang sudah ada jawabannya, misal: sangat puas atau sangat tidak puas.
 - b. Mendapatkan ketidakpuasan (*derived satisfaction*). Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, besarnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan
 - c. Analisis masalah (*problem analysis*). Konsumen sebagai responden diminta mengungkapkan dua hal pokok yaitu masalah yang di hadapi dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran melakukan perbaikan.
 - d. Kepentingan analisis kerja (*importance-performance analysis*).dalam teknik ini, responden diminta mengurutkan berbagai elemen penawaran berdasarkan derajat pentingnya elemen tersebut dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam elemen kinerja tersebut.
3. *Ghost shopping*
Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) yang bersikap sebagai konsumen (pembeli) potensial dari produk perusahaan dan pesaingnya. Mereka akan menyampaikan temuan-temuan tentang kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaingnya.
 4. Analisis kehilangan konsumen (*lost customer analysis*)
Perusahaan menghubungi beberapa konsumen yang telah berhenti membeli atau beralih sebagai pemasok. Yang diharapkan adalah di perolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka mengambil kebijakan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

2.6. Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sudah banyak dilakukan dan menunjukkan hasil yang beragam. Maka perlu di lakukan

pengkajian dari penelitian terdahulu khususnya dari penelitian-penelitian yang memiliki obyek penelitian yang sama atau kesamaan topik penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di perusahaan penyedia makanan atau dapat disebut dengan restoran.

Gracia Sekartaji (2015) melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk yang ada di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo, untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo, dan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo.

Hasil dari penelitian ini adalah diketahui bahwa kualitas produk yang di tawarkan Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo selama ini telah memuaskan konsumennya terbukti dengan kuesioner yang di isi oleh para konsumen sebagian besar memberikan penilaian setuju (baik).Kepuasan konsumen di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo berdasarkan nilai rata-rata indeks tingkat kepuasan sebesar 100.1%.hal tersebut menandakan bahwa konsumen sudah merasa puas dengan kualitas produk yang di sajikan oleh Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. Nilai korelasi antara variabel kualitas produk dengan variabel kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 0,710 yang artinya bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

felita Sasongko (2013) mengadakan penelitian tentang Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk Mengetahui apakah kualitas layanan yang terdiri atas dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria dan mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Ayam Penyet Ria. Juga hipotesis sementara yang mereka keluarkan adalah dengan menduga bahwa dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran

ayam penyet ria. Dimensi *tangibles* diduga variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran tersebut.

Data yang diambil berupa data kuantitatif dan Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu *sampling purposive*. Dan hasil dari penelitian ini adalah Variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. Berdasarkan hasil ini, hipotesis pertama penelitian ini dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Variabel *responsiveness* merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pelanggan yang kemudian diikuti oleh variabel *Assurance*, *Emphaty*, *Tangible* dan *Reliability*. Berdasarkan hasil ini, hipotesis kedua penelitian ini dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Kemampuan variabel independen (Kualitas Layanan) menjelaskan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) di Restoran Ayam Penet Ria sebesar 71%, sedangkan sisanya 29% dijelaskan oleh faktor lain. Menurut penulis, faktor lain yang menjelaskan Kepuasan Pelanggan di Restoran Ayam Penyet Ria adalah *product* dan *price*. Berdasarkan penelitian, karakteristik dari pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria didominasi oleh perempuan (73%) dengan usia antara 20 hingga 24 tahun (55%) yang masih berstatus pelajar (81%) dan biasa hadir bersama dengan keluarga (72%). Berdasarkan analisa *top two boxes* terhadap jawaban responden dapat diketahui bahwa pelanggan sudah merasa puas dengan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* di Restoran Ayam Penyet Ria.

Sedangkan Megasari (2013) mengadakan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Restoran Tairyo Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Restoran Tairyo Indonesia, mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan dalam menunjang operasional Restoran Tairyo, mengetahui seberapa tinggi loyalitas pelanggan di Restoran Tairyo, dan untuk mengetahui apakah peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Restoran Tairyo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal, dimana penelitian kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk meneliti hubungan sebab akibat ataupun hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi variabel-variabel yang diteliti. Dalam analisis ini jenis kausalitas yang dipakai ada kausalitas satu arah, yaitu penelitian yang bertujuan untuk meneliti hubungan yang mempengaruhi, dimana variabel terikat (kualitas pelayanan) yang mempengaruhi variabel tak terikat (loyalitas pelanggan) (Kuncoro, 2009:15).

Hasil dari penelitian ini adalah Dapat terlihat bahwa terjadi upaya peningkatan kualitas pelayanan di tahun 2012 dimana jumlah pelanggan yang datang juga bertambah. Dimensi yang bukti fisik adalah dimensi yang terlihat meningkat, diikuti dimensi jaminan, dimensi daya tanggap, dimensi reliabilitas dan terakhir dimensi empati. Hasil pengolahan kuesioner menyatakan bahwa loyalitas pelanggan di Restoran Tairyo tinggi. Pelanggan akan kembali ke restoran, menunjukkan sikap bertahan terhadap pesaing lain, dan merekomendasikan Restoran Tairyo kepada teman dan koleganya. Terdapat pengaruh yang kuat dan searah antara variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di Restoran Tairyo. Jika variabel kualitas pelayanan meningkat, maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.

2.7. Kerangka Pemikiran

Untuk mendukung keberhasilan dalam memberikan pelayanan perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor pendukung yang mampu menciptakan suatu pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen, di antaranya yaitu adanya suatu system pelayanan yang baik, adanya tenaga pelayanan yang handal serta tersedianya fasilitas pendukung pelayanan tersebut.

Definisi nilai dan kepuasan konsumen menurut Thamrin dan Tantri (2012:37) konsumen selalu ingin memaksimalkan nilai, dengan kendala biaya pencarian dan pengetahuan, mobilitas serta penghasilan yang terbatas. Mereka membentuk suatu harapan nilai dan bertindak atas dasar harapan nilai tersebut. Kemudian mereka akan mengetahui apakah suatu penawaran benar-benar memenuhi harapan nilainya, yang berpengaruh pada kepuasan mereka dan kemungkinan mereka membeli lagi.

Kualitas layanan terdiri dari :

1. Bukti fisik (*tangibles*)

Berkenaan dengan daya fasilitas, fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

2. Keandalan (*reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertamakali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya secara akurat dan terpercaya.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantupara konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan secara jelas jasa yang diberikan Kemudian memberikan jasa secara cepat.

4. Kepastian (*assurance*)

Yaitu perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, mampu menciptakan rasa aman bagi para konsumen. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang di butuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

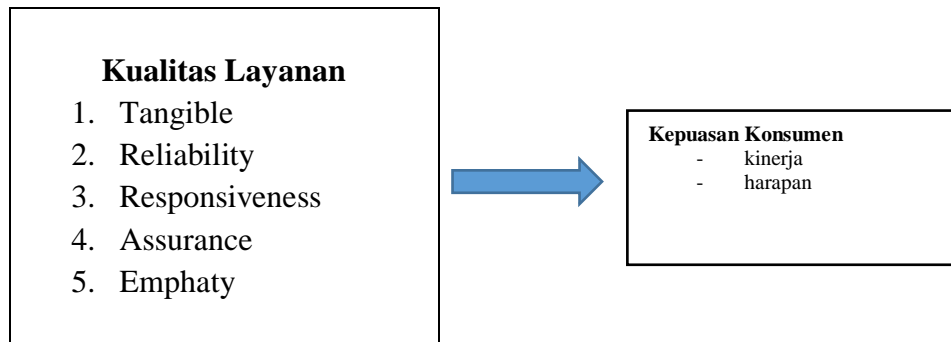
5. Empati (*emphaty*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan mereka. Perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada konsumen. Sebagai contoh, perusahaan harus mengetahui keinginan konsumen secara spesifik dari mulai bentuk fisik produk atau produk jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Kelima dimensi pokok tersebut jika diterapkan dengan maksimal maka perusahaan akan dapat berkembang dengan baik, karena jika pelayanan yang ada sudah memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen, dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Hal ini menjadi tujuan utama perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Menurut Kotler (2008:107) “

kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan “. Jika kondisi ini sudah di dapatkan oleh perusahaan maka perusahaan harus mampu mempertahankan atau meningkatkan kepuasan konsumen dengna memaksimalkan kinerja, sehingga kinerja selalu berada di atas harapan.

Gambar 2
konstelasi penelitian



2.8.Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

1. penerapan kualitas pelayanan yang di terapkan oleh Restoran Bebek dan Ayam goreng Pak Ndut cabang Air Mancur Bogor dengan melihat indikator *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* cukup baik.
2. Tingkat kepuasan konsumen yang dicapai oleh Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor cukup baik.
3. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat menentukan indikator-indikator yang cukup penting bagi Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur Bogor.

BAB III **METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, dengan mengumpulkan data-data serta informasi untuk mendeskripsikan objek penelitian agar memperoleh gambaran secara mendalam dan objek mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur Bogor.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Dalam penyusunan skripsi penelitian ini, penulis mengambil objek penelitian terdiri dari variabel bebas/independen kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik (tangible), kehandalan (reability), daya tangkap (responsiveness), jaminan (ansurance), dan empati (emphaty). variabel terikat/dependen kepuasan konsumen dengan indikator tingkat kinerja dan tingkat harapan.

3.3.2. Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan penulis adalah bagian pelayanan di Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur di jl. Pemuda No. 9A. kota Bogor.

3.3.3. Lokasi Penelitian

Untuk membahas objek atau variabel yang diteliti, maka penulis perlu memilih lokasi penelitian yaitu, pada Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur di jl. Pemuda No. 9A. Kota Bogor Jawa Barat.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah kualitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil observasi, FGD, wawancara atau beberapa uraian penjelasan mengenai variabel yang diteliti. Sumber data yang diperoleh peneliti ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu individu/orang dalam perusahaan/instansi/organisasi, kelompok individu atau dari perusahaan/instansi organisasi yang diteliti. Data sekunder adalah

data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dari penyedia data seperti : media masa, perusahaan penyedia data, bursa efek, data yang digunakan peneliti dalam peneliti dalam peneliti sebelumnya, data yang disediakan pada *statistic software*, dsb.

3.4.Operasionalisasi Variabel

Dalam mempengaruhi proses analisis, maka penulis mengklarifikasi variabel-variabel penelitian ke dalam kelompok dan indikator yang dipakai dalam penelitian ini berdasarkan Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur seperti yang terlihat pada tabel berikut :

Tabel 3
Operasional Variabel
Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut

Variable	Indikator	Ukuran	Skala	
Kualitas Pelayanan	❖ Tangible	1. Penampilan pegawai dalam melayani konsumen	Ordinal	
		2. Kenyamanan tempat saat konsumen berkunjung	Ordinal	
		3. Kelengkapan fasilitas yang tersedia (musola, toilet, lahan parkir)	Ordinal	
	❖ Reliability	4. Kemampuan pegawai memberikan pelayanan dengan handal		
		5. Kecermatan Pegawai saat		

		berkomunikasi	Ordinal
	❖ Responsiveness	6. Memiliki standar pelayanan yang jelas	
		7. Sikap pegawai saat menyambut dan melayani konsumen yang tiba di lokasi	Ordinal
		8. Pegawai cepat tanggap menangani keluhan konsumen	
		9. Pegawai melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat	Ordinal
	❖ Assurance	10. Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan	
		11. Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan pemesanan	
		12. Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang dipesan	
	❖ Emphaty	13. pegawai	

		<p>memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen</p> <p>14. konsumen menjadi prioritas untuk di layani</p> <p>15. Pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen</p>	
Kepuasan	<p>Kinerja</p> <p>Harapan</p>	Kesesuaian antara harapan dengan kinerja/kenyataan dalam hal pelayanan kepada kepada konsumen	Ordinal

Sumber : Data Diolah 2017

3.5. Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Pada penelitian ini jumlah responden yang diambil yaitu populasi pengunjung satu bulan terakhir tahun 2017 yaitu sebanyak 248 pengunjung. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan yang ditolerir

Populasi : N = 248 Orang

Kesalahan : e = 0,05 (atau 5 persen)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{248}{1+(248)(0,05)^2} = 108 \text{ responden}$$

Maka jumlah sampel adalah 108 responden

Di bulatkan menjadi 110 responden

3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini adalah dengan metode pengumpulan data primer dan data sekunder.

A). Pengumpulan data primer diperoleh melalui :

1. Wawancara

Metode pengumpulan data primer dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden. Dalam hal ini responden yang dipilih adalah pihak pengelola dari Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur

2. Kuesioner

Dengan membagi-bagikan daftar pernyataan untuk dijawab oleh responden yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pada kasus ini, kuesioner tertutup diberikan secara langsung kepada konsumen Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur.

3. Observasi

Peneliti terjun langsung untuk melakukan pengamatan di Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur, dalam hal ini penulis mengamati langsung pelayanan yang diberikan mulai dari konsumen yang datang ke Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur.

B). Pengumpulan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa teori pendukung yang diperoleh dari literature, laporan atau dokumen lembaga, buku-buku perpustakaan dan *internet searching* yang berkaitan dengan topik yang dibahas.

3.7. Metode Pengolahan/ Analisa Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah:

Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka variabel tersebut valid.

Jika r hitung tidak positif serta r hitung $<$ r tabel maka variabel tersebut tidak valid

a. Hasil Uji Validitas Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

Item-Total Statistics			
	r-tabel nilai yang diharapkan	Corrected Item-Total Correlation >0.30	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	0.30	.648	Valid
item2	0.30	.648	Valid
item3	0.30	.664	Valid
item4	0.30	.659	Valid
item5	0.30	.669	Valid
item6	0.30	.643	Valid
item7	0.30	.658	Valid
item8	0.30	.683	Valid
item9	0.30	.675	Valid
item10	0.30	.692	Valid
item11	0.30	.699	Valid
item12	0.30	.678	Valid
item13	0.30	.702	Valid
item14	0.30	.709	Valid
item15	0.30	.693	Valid

Berdasarkan Hasil uji coba Validitas variabel kualitas pelayanan pada $n=30$ r tabel 0,361 dengan $\alpha = 0,05$, dapat dilihat pada tabel diatas pada kolom corrected item total correlation maka sebanyak 15 butir pernyataan adalah valid karena $>$ r table 0,361.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau indikator variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006 : 16). Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha diatas 0,60. Ghozali (2006) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Mengujireliabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus :

Alpha Cronbach

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan :

r_i = Nilai Reliabilitas

k = Nilai koefisien korelasi antara belahan pertama dan kedua

$\sum S_i^2$ = Mean Kuadrat kesalahan

s_t^2 = Varians total

b. Hasil Uji reliabilitas kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

Reliability Statistics		
Batas Alpha	Cronbach's Alpha	kriteria
0.6	.792	Reliable

Berdasarkan hasil uji coba reliabilitas pada variable kualitas pelayanan restoran bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur didapat nilai alpha sebesar 0,792 suatu variable dikatakan baik jika nilai koefisien yang diperoleh $\alpha > 0.6$ koefisien reliabilitas variable kualitas dan kepuasan konsumen adalah baik.

3.7.1. Metode Analisis

Data dan informasi yang terkumpul diolah dan dianalisis lebih lanjut dengan :

1. Analisis Deskriptif

Metode ini digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang karakteristik konsumen secara keseluruhan berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Analisis deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat. Mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Nazir, 2003)

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan perhitungan total tanggapan responden.

$$\text{total tanggapan responden} = \frac{\text{skor total responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut :

Dimana : rentang = % tertinggi - % terendah

Sesuai dengan jawaban pertanyaan sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan rumus di atas maka panjang kelas interval adalah :

$$= \frac{100 - 0}{5} = \frac{100}{5} = 20$$

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat di gambarkan dalam tabel di bawah ini :

Nilai Interval	Kategori	Nilai
80-100	Sangat Setuju	5
60-79	Setuju	4
40-59	Cukup Setuju	3
20-39	Tidak Setuju	2
0-19	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Masri (2008 : 118)

Untuk mengetahui penilai kualitas pelayan dan kepuasan konsumen dengan menggunakan rumus : Total Tanggapan Responden

$$= \frac{\text{jumlah nilai skor responden}}{\text{Total Responden}} \times 100$$

Nilai skor rata-rata tersebut diuji dengan sebaran nilai interval sebagai berikut :

Nilai Interval	Kategori
80-100	Sangat Setuju
60 – 79	Setuju
40 – 59	Cukup Setuju
20 – 39	Tidak Setuju
0 – 19	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Siregar (2013,152)

2. Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan (harapan).Tingkat kesesuaian inilah yang menentukan urutan prioritas pengkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variable yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan konsumen.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana : Tki = tingkat kesesuaian konsumen

Xi = skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = skor penilaian harapan konsumen

3. Metode Importance Performance Analysis (IPA) / Diagram kartesius

Metode Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi factor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan konsumen.

Menurut J.,Supranto (2011,240), untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan, maka digunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). (John A. Martila and John C. Jame,1997,77-79) atau analisis tingkat kesesuaian kepentingan dan kinerja/jasa akan menjadi suatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan konsumen dan kinerjanya bagi perusahaan.

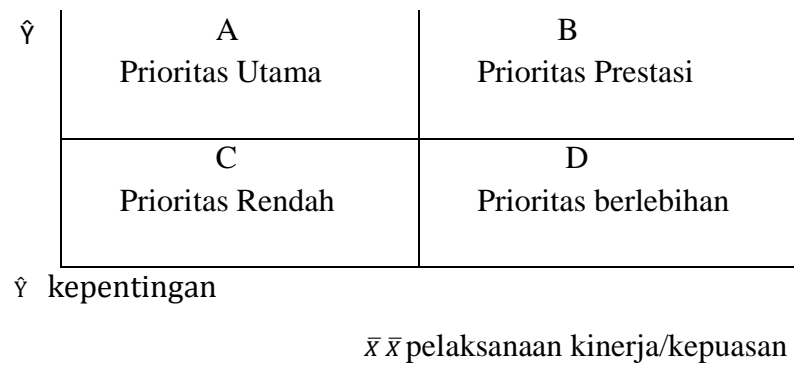
Importance Performance Analysis (IPA)/ Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik \bar{Y}, \bar{x} . Dimana \bar{x} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen seluruh factor atribut \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menggunakan rumus :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{t=1}^N \bar{x}_i}{k}$$

$$\bar{y} = \frac{\sum_{t=1}^N \bar{y}_i}{k}$$

Selanjutnya tingkat unsure tersebut dijabarkan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius seperti pada gambar.



Gambar 3

Importance Performance Analysis (IPA)/diagram kartesius
(sumber. J, Supranto 2011-242)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Profil dan Sejarah Restoran Bebek dan Ayam Goreng pak Ndut Cabang Air Mancur

Restoran bebek dan ayam goreng pak ndut berpusat di Solo tepatnya di Jl. Slamet Riyadi 159 Kartosuro, Sukoharjo. Restoran yang bertempat di Solo ini merupakan restoran pertama Bebek Dan Ayam Goreng pak ndut dan dapat di katakana sebagai pusatnya, restoran ini berdiri sejak tahun 1996. Restoran ini adalah restoran pertama yang mampu mematahkan anggapan bahwa daging bebek itu ‘amis’ dan sangat susah untuk diolah. Restoran ini menggunakan bebek dan ayam sebagai menu utama dengan varian olahan. Kini restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut ini sudah tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. Hingga saat ini Pak Ndut memiliki 53 cabang di Indonesia dan 2 cabang di Siangapura.

Salah satu cabangnya adalah Restoran bebek dan Ayam Goreng Cabang Air Mancur. Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur ini merupakan franchise pertama atau cabang pertama di Bogor dan cabang ke 30 dari keseluruhan cabang yang tersebar. Alamatnya berada di Jl. Pemuda No. 9A berada di sekitar taman air mancur. Cabang air mancur ini berdiri pada bulan maret 2010.

Owner dari cabang Air Mancur ini ialah bapak H.Bagyo Ratmanto, kini cabang Pak Ndut tidak hanya ada di taman air mancur tapi kita juga bisa temukan di Jl. Bina Marga 1 No. 17, Baranangsiang. Cabang Bina Marga ini merupakan cabang ke dua di Kota Bogor, kini tidak sulit lagi jika lokasi anda jauh dari Jl. Pemuda karena ada alternatif lain yang beralamat di Jalan Bina Marga.

4.1.2. Visi dan Misi

Restoran bebek dan ayam goreng Pak Ndut mempunyai visi dan misi untuk mencapai setiap tujuan perusahaan dengan efektif. Adapun visi dan misinya sebagai berikut :

Visi Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut adalah

PAK NDUT 100% BEBEK ENAK.

Misi Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut adalah

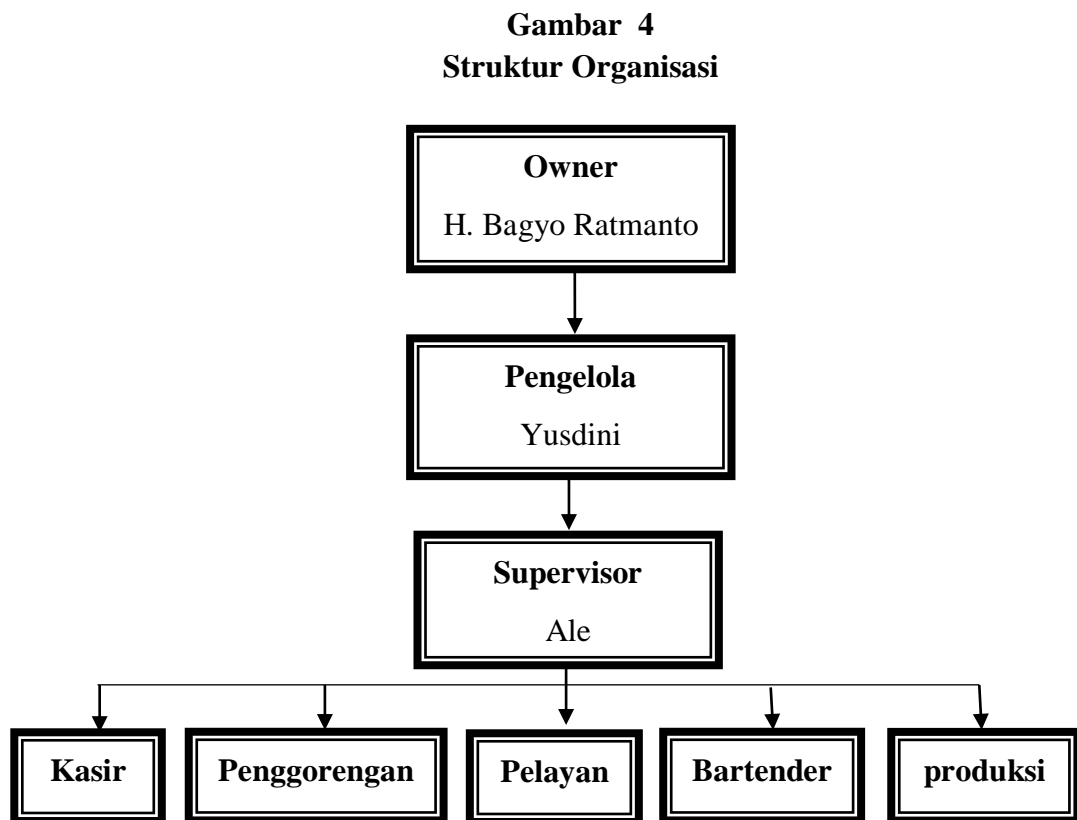
MEMBERIKAN KEPUASAN KONSUMEN BAIK PRODUK MAUPUN LAYANAN.

4.1.3. Kegiatan Usaha Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut

perusahaan ini bergerak di bidang jasa kuliner, yang menjadi menu utama atau andalan ialah olahan bebek dan ayam yang dimodifikasi dengan varian rasa atau pengolahan yang bervariasi. Restoran ini selalu mengutamakan kualitas produk sebelum diolah. Restoran ini mengusung konsep open kitchen (dapur terbuka), sehingga para pengunjung konsumen atau konsumen dapat mengetahui bagaimana produk diolah, dan melihat secara langsung bahwa bahan yang diolah merupakan bahan dengan kualitas yang terbaik. Restoran beroperasi mulai pukul 10:00 – 21:00 buka setiap hari termasuk hari libur. Tetapi, di hari Jumat restoran ini buka mulai pukul 13:00 – 21:00.

4.1.4. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Dalam suatu organisasi, struktur organisasi merupakan bagian penting yang memberikan status bagi karyawan dan memudahkan dalam pengelolaan perusahaan atau suatu agen. Adapun struktur organisasi restoran bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur bogor adalah sebagai berikut.



Struktur Organisasi Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut.

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi restoran bebek dan ayam goreng pak ndut adalah sebagai berikut :

1. Owner

Beliau memiliki tugas mengawasi keseluruhan kegiatan yang dilakukan di restoran guna memastikan agar tidak terjadi kesalahan yang menyebabkan kerugian.

Segala kegiatan yang berlangsung di restoran tersebut harus berdasarkan persetujuan beliau.

2. Pengelola

Beliau memiliki tugas mengelola restoran, mengawasi restoran, dan mengarahkan para pekerja secara langsung di lapangan. Beliau adalah perantara langsung antara owner dan kejadian di lapangan. Jadi segala sesuatu yang perlu di ajukan dan memerlukan persetujuan owner, maka akan di perantarai oleh pengelola

3. Supervisor

Tugas supervisor di tempat tersebut adalah memberikan arahan sekaligus pengawasan kepada para bawahan di masing-masing bagian.

4. Kasir

Memiliki tugas bagian pembayaran order para konsumen.

5. Penggorengan

Memiliki tugas pengolahan (menggoreng dan mempersiapkan) pesanan.

6. Pelayan

Bertugas menyambut kedatangan para konsumen, mempersilahkan para konsumen, mencatat pesanan konsumen lalu menyampaikan kebagian penggorengan dan bartender, dan melayani segala kebutuhan atau keperluan tambahan para konsumen.

7. Bartender

Membuat pesanan minuman yang pesan oleh para konsumen.

8. produksi

bertugas mengecek kelayakan bahan makanan lalu mempersiapkan sebelum di berikan ke bagian bartender dan penggorengan.

4.1.5. Karakteristik Responden

Karakteristik responden mencakup jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, berikut hasil data karakteristik responden berjumlah 108 orang yang merupakan konsumen restoran bebek dan ayam goreng pak ndut

1. Jenis Kelamin

Tabel 4

Jenis Kelamin Responden

	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pria	22	20
2	Wanita	88	80
Jumlah		110	100

Sumber: data Kuesioner diolah 2017

Dari data diatas dapat dilihat responden Pria sebanyak 22 orang (20%), sedangkan responden Wanita adalah sebanyak 88 orang (80%). Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih dominan berjenis kelamin wanita dibandingkan pria.

2. Umur

Tabel 5

Usia Responden

	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	<20	4	3,6
2	20-30	47	42,9
3	31-40	52	47,14
4	41- 50	7	6,36
Jumlah		110	100

Sumber : Data responden diolah 2017

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jumlah reponden terbesar adalah yang berusia 31-40 tahun sebanyak 52 orang (47,14%) . dan yang terendah adalah yang berusia<20tahun.

3. Tempat Tinggal

Tabel 6

Berdasarkan Tempat tinggal

No	Kota	Frekuensi	Persentase (%)
----	------	-----------	----------------

1	Jakarta	17	15,45
2	Bogor	58	52,72
3	Bandung	2	1,81
4	Tangerang	10	9,1
5	Bekasi	0	0
6	Depok	15	13,65
7	Lainya	8	7,27
Jumlah		110	100

Sumber : data kuesioner diolah 2017

Dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan tempat tinggal lebih banyak berasal dari kota Bogor yaitu sebanyak 58 orang responden (52.72%).

4. Pendidikan Terakhir

Tabel 7

Pendidikan Responden

	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMU/Sederajat	16	14,54
2	D3	34	30,9
3	S1/S2	60	54,56
Jumlah		110	100

Sumber : Data responden diolah 2017

Berdasarkan data tabel diatas, dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan terakhir responden yang paling banyak adalah S1/S2 sebanyak 60 orang (54,56%), dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berpendidikan S1/S2.

5. Pekerjaan

Tabel 8

Berdasarkan Pekerjaan/Status

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
----	-----------	-----------	----------------

1	Pelajar/Mahasiswa	9	8,18
2	PNS	19	17,27
3	Pegawai swasta	42	38,18
4	Guru/Dosen	10	9,1
5	Wirausaha	14	12,73
6	Lainya	16	14,54
Jumlah		110	100

Sumber : data kuesioner diolah 2017

Dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan lebih banyak berstatus pegawai swasta yaitu sebanyak 42 responden (38,18%).

4.2. Pembahasan

4.2.1. Penerapan Kualitas Pelayanan Restoran Bebek Dana Yam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor

Penerapan Kualitas pelayanan diukur melalui pernyataan-pernyataan didalam kuesioner, hasil jawaban responden mencakup pilihan sangat puas hingga tidak puas. Berdasarkan jumlah total tanggapan responden tersebut dilakukan analisis deskriptif guna menjelaskan kualitas pelayanan restoran bebek dan ayam goreng pak ndut

Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai :

1. *Tangible*

Terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan yaitu :

- Penampilan pegawai dalam melayani konsumen, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 9

Penampilan pegawai dalam melayani konsumen sangat rapih dan sopan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	11	55	8,6

Setuju (S)	4	71	284	65,5
Cukup Setuju (CS)	3	19	57	17,6
Tidak Setuju (TS)	2	9	18	8,3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	414	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator tangible dengan pernyataan Penampilan pegawai dalam melayani konsumen sangat rapih dan sopan, dengan persentase tertinggi adalah 65,5% responden memilih Setuju , 8,6% memilih Sangat setuju, 17,6% memilih Cukup Setuju dan 8,3% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{414}{5 \times 110} \times 100\% = 75,27\%$$

Tabel 10

Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	75,27	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju bahwa Penampilan pegawai dalam melayani konsumen sangat rapih dan sopan.

- b. Kenyamanan tempat yang di sediakan oleh pihak restoran, adapun hasilnya sebagai berikut :

Table 11

Kenyamanan tempat yang disediakan bersih dan wangi (ketika anda berada di saat berada dalam restoran)

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	14	70	12,74
Setuju (S)	4	17	68	15,45
Cukup Setuju (CS)	3	75	225	68,18
Tidak Setuju (TS)	2	4	8	3,63
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	371	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator tangible dengan pernyataan Kenyamanan tempat yang disediakan bersih dan wangi (ketika anda berada di dalam restoran), dengan persentase tertinggi adalah 68,18% responden memilih Cukup Setuju, 15,45% memilih setuju, 12,74% memilih sangat setuju dan 3,63% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

Tanggapan Total Responden

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{371}{5 \times 110} \times 100\% = 67,45\%$$

Tabel 12

Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	67,45	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju bahwa Kenyamanan tempat yang disediakan bersih dan wangi (ketika anda berada di saat berada dalam restoran) dengan nilai persentase 67,45% masuk kedalam kategori setuju

c. Kelengkapan fasilitas yang tersedia, adapun hasilnya sebagai berikut :

Table 13
Ketersediaan fasilitas yang disediakan lengkap (musola, toilet, lahan parker)

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	20	100	18,7
Setuju (S)	4	63	252	57,2
Cukup Setuju (CS)	3	23	69	20,5
Tidak Setuju (TS)	2	4	8	3,6
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	429	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator tangible dengan pernyataan Ketersediaan fasilitas yang disediakan lengkap (musola, toilet, lahan parkir), dengan persentase tertinggi adalah 57,2% responden memilih setuju ,18,7% memilih sangat setuju, 20,5% memilih Cukup Setuju dan 3,6% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

Tanggapan Total Responden

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{429}{5 \times 110} \times 100\% = 78\%$$

Tabel 14
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	78	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Ketersediaan fasilitas yang disediakan lengkap (musola, toilet, lahan parker) dengan nilai persentase 78% masuk kedalam kategori setuju.

2. Reliability

Terdiri dari tiga pertanyaan yang di ajukan, yaitu :

- Kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 15
Pegawai mampu dan handal dalam memberikan pelayanan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	16	0	14,54
Setuju (S)	4	57	228	51,84
Cukup Setuju (CS)	3	24	72	21,81
Tidak Setuju (TS)	2	13	26	11,81
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	406	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator tangible dengan pernyataan Pegawai mampu dan handal dalam memberikan pelayanan, dengan persentase tertinggi adalah 51,84% responden memilih setuju ,21,81% memilih Cukup Setuju, 14,54% memilih sangat setuju dan 11,81% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \textit{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\textit{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\textit{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\textit{Tanggapan Total Responden} = \frac{406}{5 \times 110} \times 100\% = 73,81\%$$

Tabel 16
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	73,81	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Pegawai mampu dan handal dalam memberikan pelayanan dengan nilai persentase 73,81% masuk kedalam kategori setuju.

b. Kecermatan pegawai saat berkomunikasi, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 17

Pegawai sangat cermat dan mengerti keinginan konsumen saat berkomunikasi

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	22	110	20,02
Setuju (S)	4	59	236	53,63
Cukup Setuju (CS)	3	24	72	21,81
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,54
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	428	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Pegawai sangat cermat dan mengerti keinginan konsumen saat berkomunikasi, dengan persentase tertinggi adalah 53,63% responden setuju ,21,81% memilih cukup setuju, 20,02% memilih sangat setuju dan 4,54% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{428}{5 \times 110} \times 100\% = 77,81\%$$

Tabel 18
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	77,81	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Pegawai sangat cermat dan mengerti keinginan konsumen saat berkomunikasi dengan nilai persentase 77,81% masuk kedalam kategori setuju.

c. Kejelasan standar pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut;

Table 19

Pelayanan yang diberikan restoran memiliki standar pelayanan yang jelas

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase %
Sangat Setuju (ST)	5	19	95	17,28
Setuju (S)	4	60	240	54,54
Cukup Setuju (CS)	3	21	63	19,09
Tidak Setuju (TS)	2	10	20	9,09
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	418	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Pelayanan yang diberikan restoran memiliki standar pelayanan yang jelas, dengan persentase tertinggi adalah 54,54% responden memilih setuju ,19,09% memilih Cukup Setuju, 17,28% memilih sangat setuju dan 9,09% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

Tanggapan Total Responden

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{418}{5 \times 110} \times 100\% = 76\%$$

Tabel 20

Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
-----------------------	-----------------------	-----------------

80-100		Sangat Setuju
60 – 79	76	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju dengan pernyataan Pelayanan yang diberikan restoran memiliki standar pelayanan yang jelas dengan nilai persentase 76% masuk kedalam kategori setuju.

3. Responsiveness

terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan yaitu :

- Sikap pegawai dalam menyambut dan melayani konsumen, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 21

Sikap pegawai saat menyambut dan melayani konsumen sangat ramah dan sopan

Kwalitifikasi	Skor	Responden	Skor Total	Persentase %
Sangat Setuju (ST)	5	15	75	13,63
Setuju (S)	4	57	228	51,81
Cukup Setuju (CS)	3	32	96	29,09
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,57
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	410	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Sikap pegawai saat menyambut dan melayani konsumen sangat ramah dan sopan, dengan persentase tertinggi adalah 51,81% responden memilih setuju ,29,09% memilih Cukup Setuju , 13,63% memilih sangat setuju dan 4,57% memilih sangat tidak setuju dan 0,9% memilih sangat tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{410}{5 \times 110} \times 100\% = 74,54\%$$

Tabel 22

Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	74,54	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Sikap pegawai saat menyambut dan melayani konsumen sangat ramah dan sopan dengan nilai persentase 74% masuk kedalam kategori setuju.

- b. Kecepatan dan ketanggapan pegawai dalam menangani keluhan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 23

Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	20	100	16,7
Setuju (S)	4	64	256	59,3
Cukup Setuju (CS)	3	25	75	23,1
Tidak Setuju (TS)	2	1	2	0,9
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	433	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen, dengan persentase tertinggi adalah 59,3% responden memilih setuju ,23,1% memilih Cukup Setuju, 16,7% memilih sangat setuju dan 0,9% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{433}{5 \times 110} \times 100\% = 78,72\%$$

Tabel 24
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Percentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	78,72	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen dengan nilai persentase sebesar 78,72% masuk kedalam kategori setuju.

- c. Ketepatan waktu pegawai dalam melakukan pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 25
Pegawai melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	16	80	14,8
Setuju (S)	4	66	264	59,3
Cukup Setuju (CS)	3	26	78	23,1
Tidak Setuju (TS)	2	2	4	1,9
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	426	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Pegawai melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat, dengan persentase tertinggi adalah 5,3% responden memilih setuju ,23,1% memilih kurang setuju, 14,8% memilih sangat setuju dan 1,9% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{426}{5 \times 110} \times 100\% = 77,45\%$$

Tabel 26
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
-----------------------	-----------------------	-----------------

80-100		Sangat Setuju
60 – 79	77,45	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Pegawai melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat dengan nilai persentase 77,45% masuk kedalam kategori setuju.

4. Assurance

Terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan yaitu;

- a. Jaminan pegawai tepat waktu dalam pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 27

Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	21	105	17,6
Setuju (S)	4	61	244	56,5
Cukup Setuju (CS)	3	19	57	17,6
Tidak Setuju (TS)	2	8	16	7,4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9

Jumlah	110	423	100
---------------	------------	------------	------------

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, dengan persentase tertinggi adalah 56,5% responden memilih setuju ,17,6% memilih sangat setuju, 17,6% memilih Cukup Setuju, 7,4% memilih tidak setuju dan 0,9% memilih sangat tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \textit{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\textit{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\textit{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\textit{Tanggapan Total Responden} = \frac{423}{5 \times 110} \times 100\% = 76,9\%$$

Tabel 28
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	76,9	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa respondensetuju mengenai pernyataan Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan dengan nilai persentase 76,9%.

- b. Jaminan pegawai memberikan kemudahan dalam proses pelayanan saat pemesanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 29
Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan.

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	22	110	20
Setuju (S)	4	55	220	50
Cukup Setuju (CS)	3	4	12	3,63
Tidak Setuju (TS)	2	28	56	25.45
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	399	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan, dengan persentase tertinggi adalah 50,% responden memilih setuju ,25,45% memilih tidak setuju, 20% memilih sangat setuju dan 3,63% memilih Cukup Setuju 0,9% memilih sangat tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{399}{5 \times 110} \times 100\% = 72,54\%$$

Tabel 30
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	72,54	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju

20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan dengan persentase 72,54% masuk kedalam kategori setuju.

- c. Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan pesanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 31
Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang dipesan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	22	110	20,93
Setuju (S)	4	69	276	62,72
Cukup Setuju (CS)	3	15	45	13,63
Tidak Setuju (TS)	2	3	6	2,72
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	442	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang dipesan, dengan persentase tertinggi adalah 62,72% responden memilih setuju ,20,93% memilih sangat setuju, 13,63% memilih Cukup Setuju dan 2,72% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \textit{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\textit{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\textit{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\textit{Tanggapan Total Responden} = \frac{442}{5 \times 110} \times 100\% = 80,36\%$$

Tabel 32
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100	80,36	Sangat Setuju
60 – 79		Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang dipesan dengan nilai persentase 80,36% masuk kedalam kategori sangat setuju.

5. *emphaty*

terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan, yaitu:

- a. perhatian dan kepedulian pegawai terhadap konsumen, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 33
Pegawai memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	19	95	15,7
Setuju (S)	4	61	244	56,5
Cukup Setuju (CS)	3	21	63	19,45
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,6
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4	3,7
Jumlah		110	416	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator reliability dengan pernyataan Pegawai memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen, dengan persentase tertinggi adalah 56,5% setuju, 19,45% memilih Cukup Setuju, 15,7% memilih sangat setuju dan 4,6% memilih sangat tidak setuju dan 3,7% memilih sangat tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{416}{5 \times 110} \times 100\% = 75,63\%$$

Tabel 34
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	75,63	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Pegawai memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen dengan nilai persentase 75,63% masuk dalam kategori setuju.

b. Memprioritaskan konsumen dalam pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 35
Konsumen menjadi prioritas untuk dilayani

Kwalifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	15	75	13,63
Setuju (S)	4	69	276	62,74
Cukup Setuju (CS)	3	21	63	19,09
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,54

Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	424	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator assurance dengan pernyataan Konsumen menjadi prioritas untuk dilayani, dengan persentase tertinggi adalah 62,74% responden memilih setuju, 19,09% memilih cukup setuju, 13,63% memilih sangat setuju dan 4,54% memilih tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{424}{5 \times 110} \times 100\% = 77\%$$

Tabel 36
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	77	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju
20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Konsumen menjadi prioritas untuk dilayani dengan nilai persentase 77% masuk kedalam kategori setuju.

- c. Pegawai menghargai dan melayani para konsumen, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 37
Pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	24	120	20,4
Setuju (S)	4	65	260	60,2
Cukup Setuju (CS)	3	15	45	13,9
Tidak Setuju (TS)	2	6	12	5,6
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	437	100

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden mengenai variable kualitas pelayanan pada indikator assurance dengan pernyataan Pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen, dengan persentase tertinggi adalah 60,2% responden memilih setuju ,20,4% memilih sangat setuju, 13,9% memilih cukup setuju dan 5,6% memilih sangat tidak setuju.

Total tanggapan responden :

$$\begin{aligned} & \text{Tanggapan Total Responden} \\ & = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{437}{5 \times 110} \times 100\% = 79\%$$

Tabel 38
Tanggapan Responden

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100		Sangat Setuju
60 – 79	79	Setuju
40 – 59		Cukup Setuju

20 – 39		Tidak Setuju
0 – 19		Sangat Tidak Setuju

Dari hasil analisis di atas diketahui bahwa responden setuju mengenai pernyataan Pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen dengan nilai persentase 79% masuk kedalam kategori setuju.

Untuk mengetahui penilain kualitas pelayanan pegawai Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang air mancur bogor maka dilakukan perhitungan sebagai berikut

$$X = \frac{\text{jumlah nilai skor responden}}{\text{Total Responden}} \times 100$$

$$X = \frac{6276}{110} \times 100\% = 57$$

Nilai ini adalah ukuran bahwa skor yang termasuk ke dalam kategori di atas rata-rata mulai dari 57.

Sedangkan Jumlah responden yang skornya diatas rata-rata yaitu 94 orang

$$= \frac{94}{110} \times 100\% = 85,4\%$$

Nilai skor rata-rata tersebut diuji dengan sebaran nilai interval sebagai berikut :

Tabel 39
Nilai Skor Rata-Rata Kualitas Pelayanan

Nilai Interval	Persentase (%)	Kategori
80-100	85.4	Sangat Baik
60 – 79		Baik
40 – 59		Cukup Baik
20 – 39		Tidak Baik
0 – 19		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan sebaran nilai interval dapat disimpulkan kualitas pelayanan pelayanan pegawai restoran bebek & ayam bakar pak ndut cabang air mancur bogor sudah

sesuai dengan harapan konsumen dengan persentase 85,4% masuk kedalam kategori sangat Baik

4.2.2. Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor

Kepuasan konsumen restoran bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur bogor diukur melalui pernyataan-pernyataan didalam kuesioner, hasil jawaban responden mencakup pilihan sangat setuju hingga tidak setuju. Berdasarkan jumlah total tanggapan responden tersebut dilakukan analisis deskriptif guna menjelaskan kualitas pelayanan restora bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur bogor

Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen restoran bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur bogor, maka penulis memberikan ranking rata – rata jawaban responden.

1. *Tangible*

Terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan yaitu:

- a. Penampilan konsumen dalam melayani konsumen, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 40

Tingkat kinerja pada indikator penampilan pegawai dalam melayani konsumen sangat rapih dan sopan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	11	55	8,6
Setuju (S)	4	71	284	65,5
Cukup Setuju (CS)	3	19	57	17,6
Tidak Setuju (TS)	2	9	18	8,3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0

Jumlah	110	414	100
Rata-rata		82,8	

Table 41
Tingkat harapan pada indikator Penampilan pegawai dalam melayani konsumen sangat rapih dan sopan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	9	45	8,18
Setuju (S)	4	74	296	67,28
Cukup Setuju (CS)	3	18	54	16,36
Tidak Setuju (TS)	2	9	18	8,18
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	413	100
Ratarata			82,6	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{414}{413} \times 100 = 100,24$$

Dari hasil di atas dapat disimpulkan kinerja lebih besar dari harapan maka konsumen dapat dikatakan puas dengan penampilan pegawai dalam melayani konsumen.

- b. Kenyamanan tempat yang disediakan oleh pihak restoran, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 42
Tingkat kinerja pada indikator Kenyamanan tempat yang disediakan bersih dan wangi (ketika anda berada di dalam restoran)

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	14	70	12,74
Setuju (S)	4	17	68	15,45
Cukup Setuju (CS)	3	75	225	68,18
Tidak Setuju (TS)	2	4	8	3,63
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0

Jumlah	110	371	100
Rata-rata		74,2	

Tabel 43

Tingkat harapan pada indikator kenyamanan tempat yang disediakan bersih dan wangi (ketika anda berada di dalam restoran)

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	21	105	19
Setuju (S)	4	55	220	50
Cukup Setuju (CS)	3	23	69	21
Tidak Setuju (TS)	2	10	20	9,1
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	415	100
Rata-rata			83	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{371}{423} \times 100 = 87,70$$

kinerja lebih kecil dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen kurang puas dengan kenyamanan tempat yang sudah disediakan.

c. Kelengkapan fasilitas yang telah disediakan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 44

Tingkat kinerja pada indikator Ketersediaan fasilitas yang disediakan lengkap (musola, toilet, lahan parkir)

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	20	100	18,7
Setuju (S)	4	63	252	57,2
Cukup Setuju (CS)	3	23	69	20,5
Tidak Setuju (TS)	2	4	8	3,6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0

(STS)				
Jumlah		110	429	100
Rata-rata			85,5	

Table 45
Tingkat harapan pada indikator Ketersediaan fasilitas yang disediakan lengkap (musola, toilet, lahan parkir)

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	17	85	15,4
Setuju (S)	4	66	264	60
Cukup Setuju (CS)	3	23	69	20,9
Tidak Setuju (TS)	2	4	8	3,7
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	426	100
Rata—rata			85,2	

Sumber : data diolah 2017

$$TXi = \frac{429}{426} \times 100 = 100,70$$

kinerja lebih besar dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen puas dengan kelengkapan fasilitas yang telah disediakan.

2. Reliability

Terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan yaitu:

- Kemampuan pegawai memberikan pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 46
Tingkat kinerja pada indikator Pegawai mampu dan handal dalam memberikan pelayanan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	16	80	14,54
Setuju (S)	4	57	228	51,84
Cukup Setuju (CS)	3	24	72	21,81

Tidak Setuju (TS)	2	13	26	11,81
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	406	100
Rata-rata			81,2	

Tabel 47
Tingkat harapan pada indikator Pegawai mampu dan handal dalam memberikan pelayanan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	15	75	13,63
Setuju (S)	4	61	244	55,47
Cukup Setuju (CS)	3	21	63	19,09
Tidak Setuju (TS)	2	13	26	11,81
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	408	100
Rata-rata			81,6	

Sumber : data diolah 2017

$$TXi = \frac{406}{408} \times 100 = 99,50$$

Kinerja lebih kecil dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen kurang puas dengan kinerja pegawai dalam memberikan pelayanan.

b. Kecermatan pegawai dalam berkomunikasi, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 48
Tingkat kinerja pada indikator Pegawai sangat cermat dan mengerti keinginan konsumen saat berkomunikasi

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	22	110	20,02
Setuju (S)	4	59	236	53,63
Cukup Setuju (CS)	3	24	72	21,81

Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,54
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	428	100
Rata-rata			85,6	

Table 49

Tingkat harapan pada indikator Pegawai sangat cermat dan mengerti keinginan konsumen saat berkomunikasi

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	21	105	19,09
Setuju (S)	4	60	240	54,54
Cukup Setuju (CS)	3	24	72	21,81
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,56
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	427	100
Rata-rata			85,4	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{428}{427} \times 100 = 100,23$$

kinerja lebih besar dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen puas dengan kecemasan pegawai dalam berkomunikasi.

c. Kejelasan standar pelayanan yang di berikan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 50

Tingkat kinerja pada indikator Pelayanan yang diberikan restoran memiliki standar pelayanan yang jelas

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	19	95	17,28
Setuju (S)	4	60	240	54,54
Cukup Setuju (CS)	3	21	63	19,09

Tidak Setuju (TS)	2	10	20	9,09
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	418	100
Rata-rata			83,6	

Table 51
Tingkat harapan pada indikator Pelayanan yang diberikan restoran memiliki standar pelayanan yang jelas

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	21	105	17,6
Setuju (S)	4	58	232	53,7
Cukup Setuju (CS)	3	20	60	18,5
Tidak Setuju (TS)	2	11	22	10,2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	419	100
Rata-rata			83,8	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{318}{419} \times 100 = 99,76$$

kinerja lebih kecil dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen kurang puas dengan kejelasan standar pelayanan yang diberikan.

3. Responsiveness

Terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan, yaitu:

- a. Sikap pegawai dalam menyambut dan melayani konsumen adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 52
Tingkat kinerja pada indikator Sikap pegawai saat menyambut dan melayani konsumen sangat ramah dan sopan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
----------------------	-------------	-------------------------	-------------------	-----------------------

Sangat Setuju (ST)	5	15	75	13,63
Setuju (S)	4	57	228	51,81
Cukup Setuju (CS)	3	32	96	29,09
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,57
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	410	100
Rata-rata			82	

Tabel 53

Tingkat harapan pada indikator Sikap pegawai saat menyambut dan melayani konsumen sangat ramah dan sopan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	16	80	14,54
Setuju (S)	4	56	224	50,90
Cukup Setuju (CS)	3	33	99	30,93
Tidak Setuju (TS)	2	4	8	3,62
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	412	100
Rata-rata			82,4	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{371}{423} \times 100 = 99,51$$

kinerja lebih kecil dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen kurang puas dengan sikap pegawai dalam menyambut konsumen.

b. Kecepatan dan ketanggapan pegawai dalam menanggapi keluhan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 54

Tingkat kinerja pada indikator Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	20	100	16,7

Setuju (S)	4	64	256	59,3
Cukup Setuju (CS)	3	25	75	23,1
Tidak Setuju (TS)	2	1	2	0,9
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	433	100
Rata-rata			86,6	

Table 55
Tingkat harapan pada indikator Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	20	100	16,7
Setuju (S)	4	64	256	60,2
Cukup Setuju (CS)	3	24	74	22,2
Tidak Setuju (TS)	2	1	2	0,9
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	432	100
Rata-rata			86,4	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{371}{423} \times 100 = 100,23$$

kinerja lebih besar dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen puas dengan kecepatan dan ketanggapan pegawai dalam menanggapi keluhan.

- c. Ketepatan waktu pegawai dalam melakukan pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 56
Tingkat kinerja pada indikator Pegawai melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	16	80	14,8

Setuju (S)	4	66	264	59,3
Cukup Setuju (CS)	3	26	78	23,1
Tidak Setuju (TS)	2	2	4	1,9
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	426	100
Rata-rata			85,2	

Tabel 57
Tingkat harapan pada indikator Pegawai melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	18	90	16,36
Setuju (S)	4	64	256	58,18
Cukup Setuju (CS)	3	26	78	23,63
Tidak Setuju (TS)	2	2	4	1,83
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	428	100
Rata-rata			85,6	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{371}{423} \times 100 = 99,53$$

kinerja lebih kecil dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen kurang puas dengan kecepatan waktu pegawai saat melayani konsumen.

4. Assurance

Terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan, yaitu:

- a. Jaminan pegawai tepat waktu dalam pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 58
Tingkat kinerja pada indikator Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
----------------------	-------------	-------------------------	-------------------	-----------------------

Sangat Setuju (ST)	5	21	105	17,6
Setuju (S)	4	61	244	56,5
Cukup Setuju (CS)	3	19	57	17,6
Tidak Setuju (TS)	2	8	16	7,4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	423	100
Rata-rata			84,6	

Table 59
Tingkat harapan pada indikator Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	23	115	19,4
Setuju (S)	4	57	228	52,8
Cukup Setuju (CS)	3	20	60	18,5
Tidak Setuju (TS)	2	9	18	8,3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	422	100
Rata-rata			84,4	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{371}{423} \times 100 = 100,23$$

kinerja lebih besar dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen puas dengan kinerja pegawai dalam jaminan ketepatan waktu saat melayani konsumen..

- b. Jaminan pegawai memberikan kemudahan dalam proses pelayanan pemesanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 60
Tingkat kinerja pada indikator Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan.

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
----------------------	-------------	-------------------------	-------------------	-----------------------

Sangat Setuju (ST)	5	22	110	20
Setuju (S)	4	55	220	50
Cukup Setuju (CS)	3	4	12	3,65
Tidak Setuju (TS)	2	28	56	25.45
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	399	100
Rata-rata			79,6	

Table 61
Tingkat harapan pada indikator Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan.

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	18	90	16,7
Setuju (S)	4	58	232	51,9
Cukup Setuju (CS)	3	28	84	25,9
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4.6
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	1	0,9
Jumlah		110	417	100
Rata-rata			83,4	

Sumber : data diolah 2017

$$TXi = \frac{398}{417} \times 100 = 95,54$$

kinerja lebih kecil dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen kurang puas dengan kinerja pegawai dalam memberikan kemudahan dalam proses pelayanan..

- c. Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan pesanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 62
Tingkat kinerja pada indikator Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang dipesan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
----------------------	-------------	-------------------------	-------------------	-----------------------

Sangat Setuju (ST)	5	22	110	20,93
Setuju (S)	4	69	276	62,72
Cukup Setuju (CS)	3	15	45	13,63
Tidak Setuju (TS)	2	3	6	2,72
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	442	100
Rata-rata			88,4	

Table 63
Tingkat harapan pada indikator Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang dipesan

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	21	105	19,4
Setuju (S)	4	70	280	63,3
Cukup Setuju (CS)	3	16	48	14,5
Tidak Setuju (TS)	2	3	6	2,8
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		108	439	100
Rata-rata			87,8	

Sumber : data diolah 2017

$$TXi = \frac{442}{423} \times 100 = 100,68$$

kinerja lebih besar dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen puas dengan kinerja pegawai mengatarkan pesanan.

5. *Emphaty*

Terdiri dari tiga pertanyaan yang diajukan, yaitu:

- a. Perhatian dan kepeduliaan terhadap konsumen, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 64
Tingkat kinerja pada indikator Pegawai memberikan perhatian dan kepeduliaan terhadap konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah	Skor	Persentase
----------------------	-------------	---------------	-------------	-------------------

		Responden	Total	(%)
Sangat Setuju (ST)	5	19	95	15,7
Setuju (S)	4	61	244	56,5
Cukup Setuju (CS)	3	21	63	19,45
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,6
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4	3,7
Jumlah		110	416	100
Rata-rata			83,2	

Table 65
Tingkat harapan pada indikator Pegawai memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	21	105	19,4
Setuju (S)	4	70	280	63
Cukup Setuju (CS)	3	16	48	14,8
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	2,8
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	443	100
Rata-rata			88,6	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{416}{443} \times 100 = 93,90$$

kinerja lebih kecil dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen tidak puas dengan kinerja pegawai saat memberikan pelayanan.

b. Memprioritaskan konsumen dalam pelayanan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Table 66
Tingkat kinerja pada indikator Konsumen menjadi prioritas untuk dilayani

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	15	75	13,63

Setuju (S)	4	69	276	62,74
Cukup Setuju (CS)	3	21	63	19,09
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,54
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	424	100
Rata-rata			84,8	

Table 67
Tingkat harapan pada indikator Konsumen menjadi prioritas untuk dilayani

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	15	75	13,9
Setuju (S)	4	65	260	58,3
Cukup Setuju (CS)	3	21	63	19,4
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,6
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4	3,7
Jumlah		110	412	100
Rata-rata			82,4	

Sumber : data diolah 2017

$$TX_i = \frac{424}{412} \times 100 = 102,9$$

kinerja lebih besar dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen puas dengan kinerja pegawai saat menjadi prioritas dalam pelayanan.

- c. Pegawai menghargai dan melayani setiap pelanggan, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 68
Tingkat kinerja pada indikator Pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	24	120	20,4

Setuju (S)	4	65	260	60,2
Cukup Setuju (CS)	3	15	45	13,9
Tidak Setuju (TS)	2	6	12	5,6
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	437	100
Rata-rata			87,4	

Tabel 69
Tingkat harapan pada indikator Pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen

Kwalitifikasi	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase (%)
Sangat Setuju (ST)	5	20	100	18,5
Setuju (S)	4	69	276	62
Cukup Setuju (CS)	3	16	48	14,8
Tidak Setuju (TS)	2	5	10	4,6
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Jumlah		110	434	100
Rata-rata			86,8	

Sumber : data diolah 2017

$$TXi = \frac{437}{434} \times 100 = 100,69$$

kinerja lebih besar dari harapan maka dapat disimpulkan konsumen puas dengan kinerja pegawai.

Hasil kepuasan secara keseluruhan dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 70
Tabel Hasil perbandingan Antara kinerja dengan harapan

No.	Butir Pertanyaan	TKi	Rata-rata kinerja	Rata-rata harapan
1	Penampilan pegawai dalam melayani	100,24	82,8	82,6

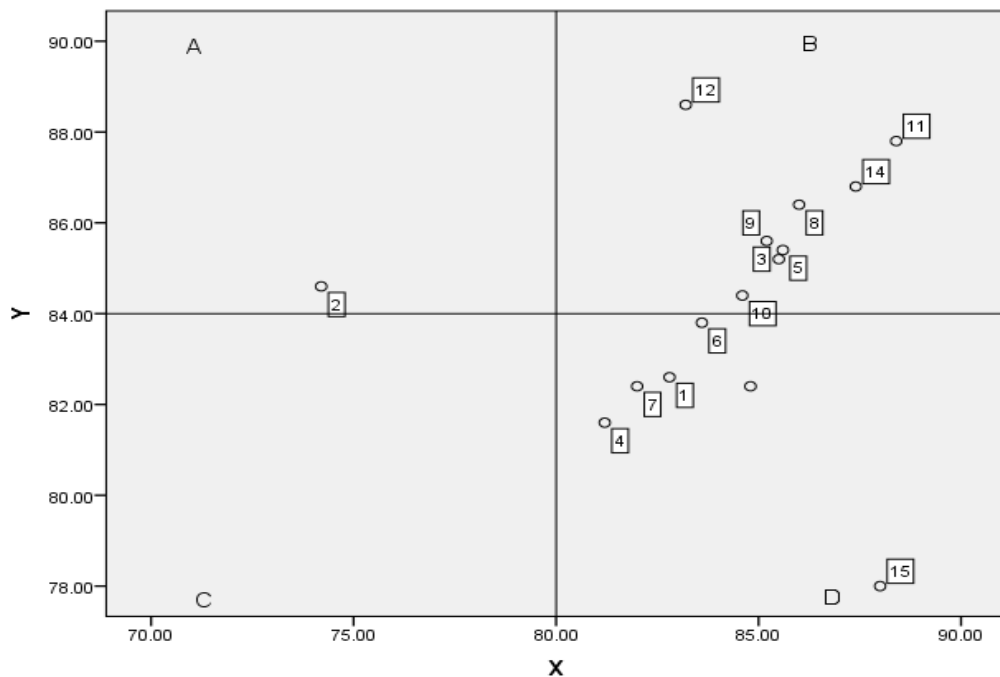
	konsumen sangat rapih dan sopan			
2	Kenyamanan tempat yang disediakan bersih dan wangi (ketika anda berada di dalam restoran)	87,70	74,2	83
3	fasilitas yang disediakan lengkap (musola, toilet, lahan parkir)	100,70	85,5	85,2
4	Pegawai mampu dan handal dalam memberikan pelayanan	89,50	81,2	81,6
5	Pegawai sangat cermat dan mengerti keinginan konsumen saat berkomunikasi	100,23	85,6	85,4
6	Pelayanan yang diberikan restoran memiliki standar pelayanan yang jelas	99,76	83,6	83,8
7	Sikap pegawai saat menyambut dan melayani konsumen sangat ramah dan sopan	99,51	82	82,4
8	Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen	100,23	86,6	86,4
9	Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen	99,53	85,2	85,6
10	Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan	100,23	84,6	84,4
11	Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan.	95,54	79,6	83,4
12	Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang	100,68	88,4	87,8

	dipesan			
13	Pegawai memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen	93,90	83,2	88,6
14	Konsumen menjadi prioritas untuk dilayani	102,90	84,8	82,4
15	Pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen	100,69	87,4	86,8
Total			1.254,7	1.269,4
Rata-rata			83,64	84,62

Dari tabel di atas ternyata secara keseluruhan kualitas pelayanan Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut cabang Air Mancur Bogor belum memuaskan konsumen, karena rata-rata kinerja lebih kecil dari rata-rata harapan ($83,64 < 84,62$).

4.2.3. Penentuan Indikator-Indikator penting Dengan Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan, maka digunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) yang dihitung dengan menggunakan SPSS 20. Dibawah ini hasil perhitungannya yang ditunjukkan dengan diagram kartesius.



Dari diagram diatas menyatakan :

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen yang tidak terlaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Variable-variabel yang termasuk dalam kuadran ini tidak ada, dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa pelayanan yang diberikan perusahaan terlaksana dengan baik. atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah :

(2) kenyamanan tempat saat konsumen berkunjung

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting dan mampu menunjang kepuasan konsumen yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan. atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah :

- (3) kelengkapan fasilitas yang tersedia
- (5) kecermatan pegawai saat berkomunikasi
- (8) pegawai cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen
- (9) pegawai melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
- (10) pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
- (14) konsumen menjadi prioritas untuk dilayani
- (11) pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan pemesanan
- (12) pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order pesanan yang dipesan

3. kuadran C

kuadran C menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen namun dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Variable-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

(tidak ada)

Dengan demikian item-item tersebut dapat diabaikan atau mempunyai skala prioritas pembenahan bagi perusahaan

4. kuadran D

kuadran D menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh perusahaan. Item-item yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- (1) penampilan pegawai dalam melayani konsumen
- (4) kemampuan pegawai memberikan pelayanan dengan handal
- (6) memiliki standar pelayanan yang jelas
- (7) sikap pegawai saat menyambut dan melayani konsumen yang tiba dilokasi
- (13) pegawai memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen

(15) pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen

Dengan demikian item-item tersebut berlebihan dilaksanakan perusahaan, untuk itu lebih baik perusahaan mengalokasikan sumberdayanya untuk prioritas utama terlebih dahulu.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

a. kesimpulan

1. Dari hasil pembahasan sebelumnya didapat nilai rata-rata hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sebesar 85,4% dengan kriteria sangat baik, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan di restoran bebek dan ayam goreng pak ndut cabang air mancur sangat baik.
2. Dari hasil pembahasan secara keseluruhan kualitas pelayanan Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor belum memuaskan konsumen, karena tingkat rata-rata kinerja lebih kecil dari tingkat rata-rata harapan ($83,64 < 84,62$).
3. Dari hasil analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen didapat atribut atau faktor yang dianggap penting dan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen. Yang meliputi *atribut tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* yaitu kenyamanan tempat saat konsumen berkunjung, karena berdasarkan Hasil analisis dengan metode IPA (Importance Performance Analysis) didapat satu atribut masuk kedalam kuadran (A) yang dianggap penting dan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen yaitu atribut kenyamanan tempat saat konsumen berkunjung, delapan atribut yang masuk kedalam kuadran (B) adalah kelengkapan fasilitas, kecermatan pegawai saat berkomunikasi, pegawai cepat tanggap menanggapi keluhan, pegawai melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat, memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, konsumen menjadi prioritas untuk di layani, memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan, jaminan kepastian saat mengantarkan pesanan. Tidak ada atribut yang termasuk ke dalam kuadran (C) dan enam atribut yang masuk kedalam kuadran (D) yang dianggap tidak penting dan berlebihan yaitu, penampilan

saat melayani konsumen, kemampuan memberikan pelayanan dengan handal, memiliki standar pelayanan yang jelas, sikap saat menyambut dan melayani konsumen, memberikan perhatian dan kepedulian terhadap konsumen, pegawai menghargai dan melayani setiap konsumen.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil analisis, maka penulis akan memberikan saran-saran yang mungkin dapat berguna bagi perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka disarankan agar perusahaan merenovasi area restoran agar konsumen merasa nyaman saat berkunjung.
2. Memperbaiki kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelatihan lebih mengenai pelayanan kepada para pegawai agar dapat memenuhi keinginan para konsumen.
3. Dalam menyelesaikan permasalahan mengenai kepuasan konsumen perusahaan disarankan agar mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya kualitas pelayanan agar permasalahan mengenai kepuasan konsumen dapat terselesaikan dengan cara mengalokasikan segala sumber daya untuk memprioritaskan kebutuhan atau kepentingan konsumen terlebih dahulu.

DAFTAR PUSTAKA

Ali Hasan (2008), *Marketing*, Penerbit Media Pressindo, Jakarta.

Buchari Alma (2011), *manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Penerbit alfabeta, Bandung.

Cristina Widya Utami (2011), *Manajemen Barang Dagangan Dan Bisnis Ritel*, penerbit Banyumedia, Malang.

Felita Sasongko, dan Hartono Subagio (2013), *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*, jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Volume 1, nomor 2, 1-7.

Gracia Sekartaji (2015), *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo*, Skripsi, Bogor, Universitas Pakuan.

Gunawan Adi Saputro (2010), *manajemen pemasaran (Analisis Perancangan Strategi Pemasarsan)*, Cetakan Pertama, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Jakarta.

Imam Ghozali (2009), *Aplikasi Multivariate Dengan program SPSS*, Edisi Empat, penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Kotler, Philip (2006), *Manajemen pemasaran*, penerbit Gramedia Pustaka, Jakarta.

Kotler, Philip (2009), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Garry Armstrong (2008), *Prinsip-prinsip pemasaran*, Jilid 1, penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2008), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, Penerjemah Benyamin Molan, penerbit PT INDEKS.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2008), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, penerjemah dan penerbit Erlangga, Jakarta.

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry (2010), *Pemasaran Jasa*, jilid 1, edisi ketujuh, penerjemah dan penerbit Erlangga, Jakarta.

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry (2010), *Pemasaran Jasa*, jilid 2, edisi ketujuh, penerjemah dan penerbit Erlangga, Jakarta.

Megasari (2013), *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan Di Restoran Tairyo*, skripsi, Jakarta, universitas Bina Nusantara.

Sofyan, siregar (2013), *statistic parametik untuk penelitian kuantitatif*, Penerbitbumiaksara, Jakarta.

Sugiyono (2011), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono (2013), *Cara mudah Menyusun Skripsi, Thesis, Dan Disertasi*, penerbit Alfabeta, Bandung.

Thamrin Abdullah, dan Francis Tantri (2012) *Manajemen Pemasaran*, penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Titik Wijayanti (2012), *Management Marketing Plan*, penerbit PT Elex Media Komputindo.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Analisis Kualitas Pelayanan Restoren Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/saudara/i/pelanggan Restoren Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut
Cabang Air Mancur Bogor

Di Tempat

Dengan Hormat

Sehubungan dengan penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor. Saya mohon dengan hormat kepada bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan.

Kuesioner dibawah ini merupakan salah satu metode pengumpulan data primer yang sekaligus jawaban kepada bapak/ibu/saudara/i sebagai kualitas pelayanan Pegawai Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Cabang Air Mancur Bogor. Sangat berguna untuk bahan penyusunan skripsi sebagai persyaratan penyelesaian studi kami di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor (UNPAK).

Kami sangat mengharapkan bapak/ibu/saudara/i berkenan untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan sejujur-jujurnya. Jawaban yang disampaikan akan dijaga kerahasiaanya. Atas kerjasama dan bantuan yang diberikan kami ucapkan terimakasih.

Hormat saya

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Umur :
 - a. <20
 - b. 21-30
 - c. 31-30
 - d. 31—55
 - e. >55
4. Tempat tinggal :
 - a. Jakarta
 - b. Bogor
 - c. Bandung
 - d. Tangerang
 - e. Bekasi
 - f. Depok
 - g. Lainnya
5. Pendidikan
 - a. SMU/Sederajat
 - b. D3
 - c. S1/S2
6. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa

- b. PNS
- c. Pegawai swasta
- d. Guru/Dosen
- e. Wirausaha
- f. Lainnya

B. Cara Pengisian Kuesioner

1. Baca dan pahami pertanyaan-pertanyaan yang tersedia , setiap pertanyaan diikuti 5 pilihan jawaban. Bapak/ibu/saudara/i cukup memilih salah satu dari lima jawaban yang tersedia.
2. Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban yang dianggap paling benar menurut bapak/ibu/saudara/i
3. Pengisian hanya dibenarkan untuk satu alternative jawaban
4. Kerahasiaan atas jawaban terjamin sepenuhnya

C. kriteria Jawaban Untuk Pernyataan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

Nilai Interval	Kategori	
90-100	Sangat Setuju	= 5
70 – 89	Setuju	= 4
40 – 59	Cukup Setuju	=3
20 – 39	Tidak Setuju	=2
0 – 19	Sangat Tidak Setuju	=1

D. Kuesioner Kualitas Pelayanan

No	Atribut	Pilihan jawaban				
1	<i>Tangibles</i>	SS	S	CS	TS	STS
	1. Penampilan pegawai dalam melayani pelanggan sangat rapih dan sopan					
	2. Kenyamanan tempat yang disediakan bersih dan wangi (ketika anda berada di dalam restoran)					
	3. fasilitas yang disediakan lengkap (musola, toilet, lahan parker)					
2	Reliability	SS	S	CS	TS	STS
	1. Pelayanan yang diberikan restoran memiliki standar pelayanan yang jelas					
	2. Pegawai mampu dan handal dalam memberikan pelayanan					
	3. Pegawai sangat cermat dan mengerti keinginan pelanggan saat berkomunikasi					
3	Responsiveness	SS	S	CS	TS	STS
	1. Sikap pegawai saat menyambut					

	dan melayani pelanggan sangat ramah dan sopan					
	2. Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan					
	3. Pegawai melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat					
	Assurance	SS	S	CS	TS	STS
4	1. Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan					
	2. Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan.					
	3. Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang dipesan					
	Empaty	SS	S	CS	TS	STS
5	1. Pegawai memberikan perhatian dan kepedulian terhadap pelanggan					
	1. Pelanggan menjadi prioritas untuk dilayani					
	2. Pegawai menghargai dan melayani setiap pelanggan					
Total						
Rata-rata						

E. Kuesioner Kinerja Dan Harapan

No	Atribut	Pilihan jawaban				
1	<i>Tangibles</i>	SS	S	CS	TS	STS
	1. Saya merasa puas dengan Penampilan pegawai dalam melayani pelanggan sangat rapih dan sopan					
	2. Saya merasa puas dengan Kenyamanan tempat yang disediakan bersih dan wangi (ketika anda berada di dalam restoran)					
	3. Saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan lengkap (musola, toilet, lahan parker)					
2	Reliability	SS	S	CS	TS	STS
	1. Saya merasa puas dengan pegawai yang mampu dan handal dalam memberikan pelayanan					
	1. Saya merasa puas dengan pegawai sangat cermat dan mengerti keinginan pelanggan saat berkomunikasi					
	2. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan restoran memiliki standar					

	pelayanan yang jelas					
3	Responsiveness	SS	S	CS	TS	STS
	1. Saya merasa puas dengan Sikap pegawai saat menyambut dan melayani pelanggan sangat ramah dan sopan					
	2. Saya merasa puas karena Pegawai cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan					
	3. Saya merasa puas pegawai melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat					
4	Asurance	SS	S	CS	TS	STS
	1. Saya merasa puas karena Pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan					
	2. Saya merasa puas karena Pegawai memberikan jaminan kemudahan dalam proses pelayanan.					
	3. Saya merasa puas karena Pegawai memberikan jaminan kepastian saat mengantarkan order yang dipesan					
5	Empaty	SS	S	CS	TS	STS
	1. Saya merasa puas karena Pegawai memberikan perhatian dan kepedulian terhadap pelanggan					
	2. Saya merasa puas karena Pelanggan menjadi prioritas untuk dilayani					

	3. Saya merasa puas karena Pegawai menghargai dan melayani setiap pelanggan					
Total						
Rata-rata						



**BEBEK & AYAM GORENG PAK NDUT
BOGOR – BINAMARGA**

Jln. Baranangsiang I no 17 (Samping Hotel D'Anaya) Bogor
Telp. (0251)- 8325467

SURAT KETERANGAN RISET PADA RUMAH MAKAN BEBEK & AYAM GORENG
PAK NDUT BOGOR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yusdini
Jabatan : Pengelola
Alamat : Jl. Pemuda No 9A, Bogor

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rio Rizki Akbar
Npm : 021111217
Fakultas : Ekonomi Universitas Pakuan
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Adalah Mahasiswa yang telah melaksanakan kegiatan Riset di Rumah makan Bebek & Ayam Goreng Pak Ndut Bogor sejak Bulan Maret 2017.

Selama Melaksanakan Riset di Rumah makan Bebek & Ayam Goreng Pak Ndut Bogor, mahasiswa yang bersangkutan telah berperan aktif dalam melakukan wawancara dan pengamatan pada restoran kami.

Demikian surat keterangan riset ini dinyatakan sah untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 4 Februari 2018

Bebek & Ayam Goreng Pak Ndut Bogor

(Yusdini)