



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN GEROBAK KOPI
ROMEO)**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Nita Aviandani

021114522

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

JULI 2018

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN GEROBAK KOPI
ROMEO)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA)

Ketua Program Studi

(Tutus Rully, S.E., M.M.)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN GEROBAK KOPI
ROMEO)**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari: Sabtu, tanggal: 17 / Juli / 2018

Nita Aviandani

021114522

Menyetujui,

Ketua Sidang,



(Jaenudin, S.E., M.M)

Ketua Komisi Pembimbing



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

Anggota Komisi Pembimbing



(Ir. Yuany Farradia, M.Sc)

ABSTRAK

NITA AVIANDANI, 021114522. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Gerobak Kopi Romeo). Dibawah Bimbingan: OKTORI KISWATI ZAINI dan YUARY FARRADIA. 2018.

Gerobak Kopi Romeo merupakan salah satu usaha di bidang *coffee shop* yang beralamat di Jl. Kol. Edy Yoso Martadipura No. 152, Pakansari, Cibinong. Permasalahan yang terjadi di Gerobak Kopi Romeo adalah saat konsumsi kopi nasional setiap tahunnya meningkat tetapi pengunjung di Gerobak Kopi Romeo mengalami penurunan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan di Gerobak Kopi Romeo, untuk mengetahui tingkat kepuasan di Gerobak Kopi Romeo, untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dengan indikator *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan, dan untuk mengetahui indikator mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif, sumber datanya yaitu data primer dari 100 responden, jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus solvin, metode penarikan sampelnya yaitu *non probability sampling*, metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji parsial, uji normalitas dan uji asumsi klasik yang dilengkapi dengan menggunakan bantuan SPSS 20.

Hasil penelitian mendapatkan bahwa penilaian untuk kualitas pelayanan di Gerobak Kopi Romeo yaitu baik dengan nilai total tanggapan responden sebesar 72,97% dan untuk kepuasan pelanggan di Gerobak Kopi Romeo memiliki penilaian puas dengan nilai total tanggapan responden sebesar 72,77%. Untuk analisis regresi linier berganda didapatkan hasil persamaan regresi, yaitu: $Y = 1,665 + 0,993 X_{Rel} + 1,218 X_{Resp} + 1,020 X_{As} + 0,952 X_{Emp} + 0,648 X_{Tang}$. Diketahui bahwa koefisien korelasi (R) diperoleh sebesar 0,945, yang artinya korelasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sangat kuat. Diketahui juga bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,892, yang artinya variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 89,2%. Dari hasil uji t, didapatkan hasil semua indikator kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yaitu tolak H_0 yang artinya semua indikator kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah indikator *responsiveness* dengan nilai kontribusi sebesar 25,53%.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat mengajukan Skripsi pada waktu yang tepat. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir pada program studi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Pakuan Bogor. Adapun judul yang penulis ajukan adalah “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Gerobak Kopi Romeo)**”

Rasa syukur penulis kepada pihak - pihak yang telah membantu penulis dalam membuat skripsi ini, dengan segala rasa kerendahan hati penulis ucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Bapak Drs. Ketut Sunarta, Ak., M.M., CA. Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Yudhia Mulya, S.E., M.M. selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Ibu Oktorikiswati Zaini, S.E., M.M. selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Ir. Yuany Farradia, M.Sc. selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan motivasi dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen, Staff, Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
7. Bapak Bobby pemilik Gerobak Kopi Romeo yang telah memberikan informasi mengenai permasalahan yang terjadi serta mengizinkan penulis melakukan penelitian di Gerobak Kopi Romeo.
8. Bagi seluruh karyawan Gerobak Kopi Romeo yang membantu serta mendukung penulis melakukan penelitian di Gerobak Kopi Romeo.
9. Bagi keluarga khususnya kedua orang tua, Ibu Ratna Juwita Rifianti (Almh) dan Bapak R. Agus Suryono, serta kakak tercinta Sinta Avianita yang terus mendoakan, mendukung dan menjadi motivasi bagi penulis.
10. Bagi sahabat-sahabat tercinta, Stephany Deby, Fransisca Sinta, Rani Ariyani, Nisa Ulkhuriyyah, Nur Fauziah, Siti Rahmawati, dan Fika Arista yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis.
11. Bagi kelas M dan N Manajemen angkatan 2014 khususnya Ines Noventri, Anita Mutia, Elvira Virliana, Elma Noer, Harisca Bella, Dian Puspita dan Putri Tamirvi yang telah berbagi ilmu serta berbagi cerita selama penulis menyusun skripsi.

12. Bagi kelas Konsentrasi Manajemen Pemasaran yang selalu memberikan semangat dan berbagi ilmu dengan penulis.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan maupun pengalaman, namun penulis tetap berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan dan menyajikan skripsi ini dengan sebaik - baiknya.

Bogor, 17 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
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	6
1.3.1. Maksud Penelitian	6
1.3.2. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Manajemen Pemasaran	8
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	9
2.2. Manajemen Pemasaran Jasa	10
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa	10
2.2.2. Karakteristik Manajemen Pemasaran Jasa	10
2.3. Kualitas Pelayanan.....	12
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	13
2.3.3. Model Kualitas Pelayanan	14
2.4. Kepuasan Pelanggan	16
2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	16
2.4.2. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.....	17
2.4.3. Tahapan Kepuasan Pelanggan	18
2.4.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	18
2.5. Penelitian Sebelumnya.....	19
2.6. Kerangka Pemikiran	20
2.7. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	23
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	23
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	23
3.4. Operasional Variabel	24

3.5. Metode Penarikan Sampel	25
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	26
3.7. Model Pengolahan/Analisis Data.....	26
3.7.1. Uji Instrumen	26
3.7.2. Metode Analisis	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	32
4.1.1. Sejarah Gerobak Kopi Romeo	32
4.1.2. Kegiatan Usah Gerobak Kopi Romeo.....	32
4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Gerobak Kopi Romeo.....	32
4.2. Analisis Deskriptif	34
4.2.1. Profil Responden.....	34
4.3. Pembahasan	38
4.3.1. Penerapan Kualitas Pelayanan Gerobak Kopi Romeo	38
4.3.2. Penerapan Kepuasan Pelanggan Gerobak Kopi Romeo	60
4.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gerobak Kopi Romeo.....	82
4.3.4. Indikator Kualitas Pelayanan yang Paling Dominan Dalam Kepuasan Pelanggan.....	88
4.4. Intrepretasi Hasil.....	88
4.4.1. Kualitas Pelayanan di Gerobak Kopi Romeo	88
4.4.2. Tingkat Kepuasan di Gerobak Kopi Romeo	88
4.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	88
4.4.4. Indikator Kualitas Pelayanan yang Paling Dominan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA ..	92
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Data Pengunjung Januari 2016 – Desember 2017	4
Tabel 2: Data Keluhan Pelanggan	5
Tabel 3: Ringkasan Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 4: Operasional Variabel.....	24
Tabel 5: Jumlah Pengunjung Gerobak Kopi Romeo Juli - Desember 2017.....	25
Tabel 6: Pedoman Intrepretasi Koefisien Korelasi.....	29
Tabel 7: Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 8: Usia Responden.....	35
Tabel 9: Pekerjaan Responden	35
Tabel 10: Penghasilan Responden.....	36
Tabel 11: Frekuensi Berkunjung Responden	37
Tabel 12: Kriteria Interval Penilaian Kualitas Pelayanan	38
Tabel 13: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji Kepada Pelanggan	39
Tabel 14: Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan.....	40
Tabel 15: Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar.	41
Tabel 16: Penilaian Responden Terhadap Kepastian Waktu Penyampaian Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan	42
Tabel 17: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/cepat	44
Tabel 18: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat	45
Tabel 19: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu Yang Pelanggan Pesan	46
Tabel 20: Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman.....	48
Tabel 21: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan.....	49

Tabel 22: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan.....	50
Tabel 23: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan	51
Tabel 24: Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka Yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan.....	53
Tabel 25: Penilaian Responden Terhadap Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk Di Temukan.....	54
Tabel 26: Penilaian Responden Terhadap Fasilitas seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman	55
Tabel 27: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Bersih dan Rapih.....	56
Tabel 28: Rata-rata Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Gerobak Kopi Romeo	58
Tabel 29: Kriteria Interval Penilaian Kepuasan Pelanggan.....	60
Tabel 30: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji Kepada Pelanggan	60
Tabel 31: Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan.....	62
Tabel 32: Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar.	63
Tabel 33: Penilaian Responden Terhadap Kepastian Waktu Penyampaian Pelayanan Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan	64
Tabel 34: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/Cepat	66
Tabel 35: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat	67
Tabel 36: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu yang Pelanggan Pesan	68

Tabel 37: Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman.....	70
Tabel 38: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan.....	71
Tabel 39: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan	72
Tabel 40: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan	74
Tabel 41: Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan	75
Tabel 42: Penilaian Responden Terhadap Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk di Temukan.....	76
Tabel 43: Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman	78
Tabel 44: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Berish dan Rapih.....	79
Tabel 45: Rata-rata Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan di Gerobak Kopi Romeo.....	80
Tabel 46: Tabel SPSS Uji Normalitas	82
Tabel 47: Tabel SPSS Uji Multikorelasi	83
Tabel 48: Tabel SPSS Uji Autokorelasi	85
Tabel 49: Tabel SPSS Uji Regresi Linier Berganda	85
Tabel 50: Tabel SPSS Uji Koefisien Korelasi Berganda (R).....	86
Tabel 51: Tabel SPSS Uji t.....	87
Tabel 52: Nilai Kontribusi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Grafik 5 Negara Konsumen Kopi Terbesar Dunia.....	2
Gambar 2: Grafik Konsumen Kopi Di Indonesia 2000 – 2016	2
Gambar 3: Grafik Data Pengunjung Januari 2016 sampai Desember 2017.....	4
Gambar 4: Proses Manajemen Pemasaran	9
Gambar 5: <i>The Flower of Service</i>	11
Gambar 6: Model Kualitas Pelayanan.....	14
Gambar 7: Kerangka Pemikiran Pemikiran Terdahulu	21
Gambar 8: Kerangka Pemikiran	21
Gambar 9: Struktur Organisasi Gerobak Kopi Romeo	33
Gambar10: Jenis Kelamin Responden	34
Gambar11: Usia Responden.....	35
Gambar12: Pekerjaan Responden	36
Gambar13: Penghasilan Responden.....	37
Gambar14: Frekuensi Berkunjung Responden	37
Gambar15: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji Kepada Pelanggan	39
Gambar16: Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan.....	40
Gambar17: Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar.	41
Gambar18: Penilaian Responden Terhadap Kepastian Waktu Penyampaian Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan	43
Gambar19: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/cepat	44
Gambar20: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat	45
Gambar21: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu Yang Pelanggan Pesan	47
Gambar22: Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman.....	48

Gambar23: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan.....	49
Gambar24: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan.....	50
Gambar25: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan	52
Gambar26: Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka Yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan.....	53
Gambar27: Penilaian Responden Terhadap Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk Di Temukan.....	54
Gambar28: Penilaian Responden Terhadap Fasilitas seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman	55
Gambar29: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Bersih dan Rapih.....	57
Gambar30: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji Kepada Pelanggan	61
Gambar31: Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan.....	62
Gambar32: Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar.	63
Gambar33: Penilaian Responden Terhadap Kepastian Waktu Penyampaian Pelayanan Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan	65
Gambar34: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/Cepat	66
Gambar35: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat	67
Gambar36: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu yang Pelanggan Pesan	69
Gambar37: Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman.....	70

Gambar38: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan.....	71
Gambar39: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan	73
Gambar40: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan	74
Gambar41: Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan	75
Gambar42: Penilaian Responden Terhadap Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk di Temukan.....	77
Gambar43: Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman	78
Gambar44: Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Berish dan Rapih.....	79
Gambar45: Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis di Indonesia yang berkembang sangat pesat, banyak perusahaan yang berdiri silih berganti. Tentu hal ini menimbulkan persaingan dalam merebut pelanggan. Masing-masing perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk dapat memuaskan pelanggan.

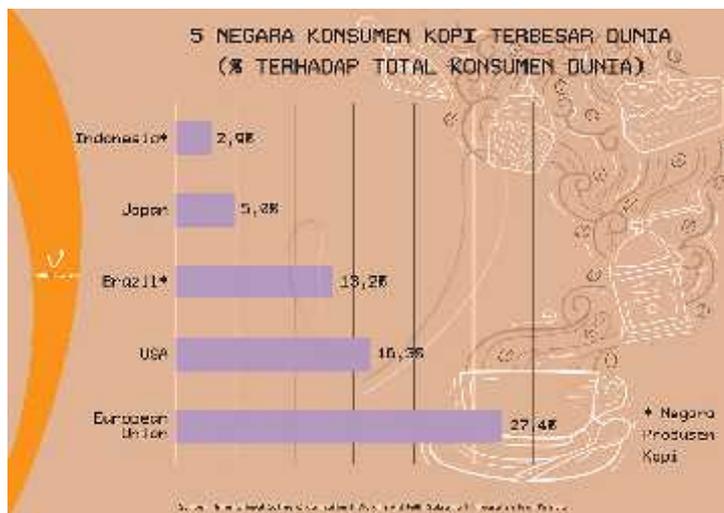
Kualitas pelayanan yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan memberikan rasa puas terhadap pelanggan (Adhiyanto 2012: 1). Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang kompleks, dan pelanggan akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai ukurannya (Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono 2011, 35-36) yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Masalah pelayanan sebenarnya bukan hal yang sulit atau rumit, tetapi jika masalah ini tidak di perhatikan maka akan menimbulkan hal-hal yang tidak baik karena ini salah satu hal yang sangat sensitif. Banyak pelanggan memberikan nilai tambah kepada suatu perusahaan karena pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan baik. Dengan adanya nilai tambah tersebut, perusahaan yang bersangkutan pastinya mendapatkan keuntungan karena para pelanggan akan membicarakan mengenai pelayanan yang baik itu. Sebaliknya demikian, pelanggan akan memberikan nilai kurang kepada suatu perusahaan karena pelayanan yang diberikan buruk.

Kualitas pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan menjadi puas. Kepuasan itu sendiri adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan (Oliver dalam Daryanto dan Ismanto 2014, 37). Tugas manajemen pemasaran bukan lagi hanya membuat strategi untuk menarik pelanggan, tetapi juga untuk membuat pelanggan menjadi puas. Jika kinerja yang diberikan sebuah perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan itu puas, sedangkan jika kinerja yang diberikan sebuah perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan itu tidak puas. Dari hal tersebut, perusahaan memiliki tugas untuk membuat kinerja yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan harapannya, agar para pelanggan puas dan memberikan nilai tambah kepada perusahaan tersebut.

Dengan perkembangan gaya hidup masyarakat Indonesia, mengkonsumsi kopi bukanlah hal yang asing lagi. Tidak hanya mengkonsumsi di rumah, tetapi juga di tempat-tempat seperti warung kopi. Dengan luasnya perkebunan kopi di Indonesia, Indonesia termaksud salah satu 5 negara produsen kopi terbesar di dunia. Indonesia menempati urutan ke 4 produsen kopi terbesar di dunia, posisi pertama ditempatkan oleh Brazil yang disusul oleh Vietnam dan Kolombia. Terdapat dua jenis kopi yang

banyak di hasilkan di perkebunan kopi Indonesia, yaitu jenis Robusta dan Arabika. Kedua jenis kopi ini tersebar luas dari Sabang sampai Merauke.

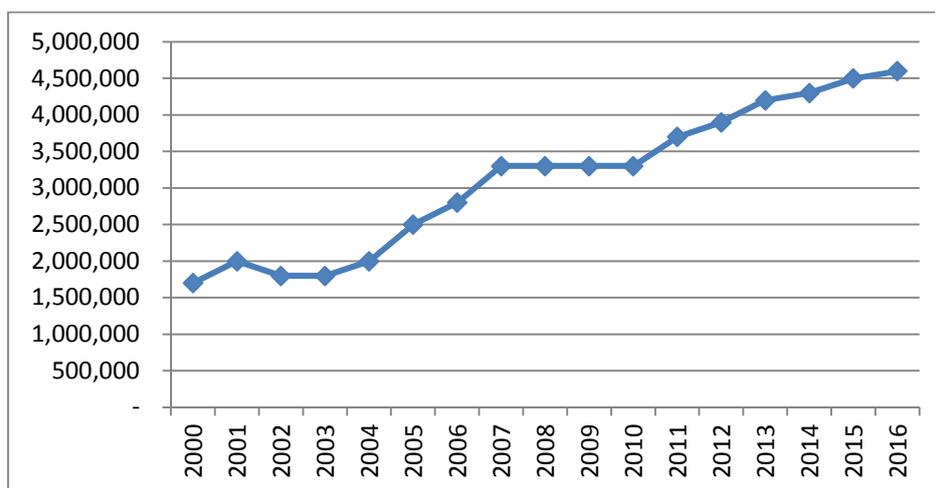
Masuknya Indonesia kedalam 5 negara produsen kopi terbesar di dunia, menjadikan Indonesia sebagai 5 negara konsumen kopi terbesar di dunia yang menduduki urutan ke 5. Yang menduduki urutan pertama adalah Eropa, disusul oleh USA, Brazil, dan Jepang. Dapat dilihat dari grafik dibawah ini:



Sumber data : *International Coffee Organization 2017*

Gambar 1
Grafik 5 Negara Konsumen Kopi Terbesar Dunia

Konsumen kopi di Indonesia sendiri setiap tahunnya mengalami peningkatan yang dapat dilihat dari grafik dibawah ini:



Sumber data : Katadata 2018

Gambar 2
Grafik Konsumen Kopi Di Indonesia 2000 – 2016

Kenaikan yang terlihat menunjukkan bahwa, di Indonesia sendiri mengkonsumsi kopi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari disemua kalangan. Kenaikan ini menjadikan peluang usaha di bidang *coffee shop* meningkat drastis.

Cibinong adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Cibinong juga merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Bogor (Wikipedia). Sebagai Ibu Kota Kecamatan, pembangunan di Cibinong sangatlah pesat. Pembangunan ini dapat di lihat dari banyaknya perumahan-perumahan baru, ruko-ruko baru, serta terdapat mall dan tempat-tempat hiburan lainnya. Karena pesatnya pembangunan di Cibinong ini, maka para pelaku usaha memanfaatkannya untuk membuka bisnis, salah satunya adalah bisnis kuliner. Tidak hanya dibidang restoran khas masakan Indonesia, namun restoran *fast food*, makanan kaki lima, bahkan *coffee shop* sudah menjadi pilihan bagi para pelaku usaha untuk membangun bisnis kuliner di Cibinong.

Coffee shop yang berdiri di Cibinong ini adalah salah satu bisnis kuliner yang diminati oleh para pelaku usaha. *Coffee shop* yang beraneka ragam ini menawarkan berbagai macam pelayanan yang berbeda. Semua *coffee shop* berlomba-lomba menawarkan pelayanan terbaik agar dapat menarik pelanggan serta membuat pelanggan menjadi puas. Pada kondisi ini pelanggan di hadapkan dengan berbagai macam pelayanan, dan pelanggan akan memilih nilai yang paling tinggi dari beberapa pelayanan yang di tawarkan oleh berbagai macam merek tersebut. Bisnis *coffee shop* memiliki prospek yang baik, hal ini terjadi karena sudah banyak masyarakat yang memikirkan gaya hidupnya, maka mereka seringkali menyempatkan diri menikmati kopi di luar rumah. Bukan hanya sekedar menikmati kopi, tetapi di *coffee shop* ini menjadi tempat berkumpul bersama keluarga maupun teman-teman untuk menghabiskan waktu bersama. Maka dari itu, kualitas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan menjadi salah satu pilihan pelanggan untuk menentukan pilihannya.

Perkembangan jumlah *coffee shop* di Cibinong ini terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Salah satunya adalah Gerobak Kopi Romeo yang beralamat di Jl. Kol. Edy Yoso Martadipura No. 152, Pakansari, Cibinong menjadi salah satu *coffee shop* yang pertama buka pada tahun 2015. Sekarang, sudah banyak *coffee shop* yang menjadi pesaing Gerobak Kopi Romeo di sepanjang jalan tersebut. Gerobak Kopi Romeo menyajikan kopi khas Indonesia yang nikmat dan cocok untuk lidah pecinta kopi. Tidak hanya itu, Gerobak Kopi Romeo juga menyajikan Teh, banderk dan minuman lainnya bagi mereka yang tidak mengkonsumsi kopi. Makanan-makanan ringan seperti roti, kentang goreng, sosis bakar, dan lainnya menjadi teman untuk menikmati secangkir kopi. Gerobak Kopi Romeo juga berusaha menawarkan pelayanan terbaik bagi para pelanggannya agar para pelanggan merasa nyaman berada di sana.

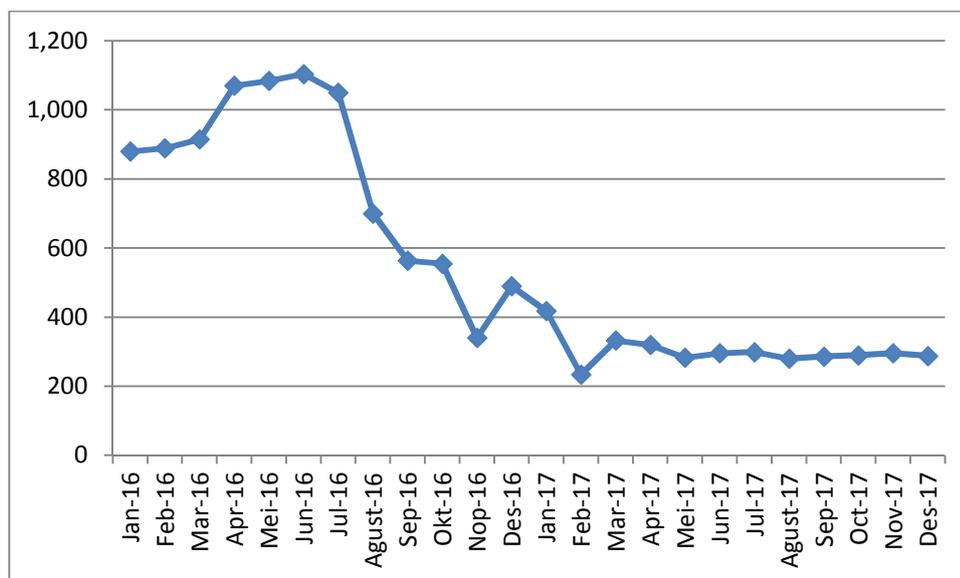
Di bawah ini, terdapat data pengunjung Gerobak Kopi Romeo. Kita dapat melihat seberapa banyak pengunjung yang datang ke Gerobak Kopi Romeo setiap bulannya. Dengan data ini juga, kita dapat mengetahui kenaikan dan penurunan

pengunjung di Gerboak Kopi Romeo dari bulan Januari 2016 sampai bulan Desember 2017.

Tabel 1
Data Pengunjung Januari 2016 – Desember 2017

Bulan	Tahun 2016	Tahun 2017
Januari	880	418
Februari	889	239
Maret	915	333
April	1.070	320
Mei	1.084	283
Juni	1.104	296
Total	5.942	1.884
Juli	1.050	299
Agustus	700	280
September	564	286
Oktober	555	290
November	340	296
Desember	490	288
Total	3.699	1.739

Sumber data : Gerobak Kopi Romeo 2017



Gambar 3
Grafik Data Pengunjung Januari 2016 sampai Desember 2017

Dari data pengunjung Gerobak Kopi Romeo yang penulis dapatkan, terlihat jelas penurunan pengunjung yang drastis pada bulan Juli 2016. Setiap bulannya pengunjung Gerobak Kopi Romeo terus mengalami penurunan, kecuali pada bulan Nopember 2016 ke bulan Desember 2016 mengalami kenaikan lagi. Dan juga bulan Februari 2017 ke bulan Maret 2017 mengalami kenaikan yang tidak begitu drastis.

Kenaikan dan penurunan pengunjung Gerobak Kopi Romeo ini diduga karena kualitas pelayanan yang diberikan Gerobak Kopi Romeo kepada pelanggan kurang baik, sehingga pengunjung tidak puas dengan hal tersebut. Di bawah ini, terdapat data keluhan pelanggan mengenai kualitas pelayanan Gerobak Kopi Romeo. Berikut keluhan pelanggan yang penulis dapatkan:

Tabel 2
Data Keluhan Pelanggan Tahun 2017

Indikator	Keluhan	Jumlah Keluhan	Persentase (%)
<i>Reliability</i>	Beberapa kali karyawan salah dalam membuat pesanan pelanggan	4	13,33
<i>Responsiveness</i>	Karyawan kurang cepat memberikan tanggapan kepada pelanggan	5	16,67
<i>Assurance</i>	Karyawan kurang bersikap ramah terhadap pelanggan	6	20
<i>Empathy</i>	Karyawan kurang sigap saat melayani pelanggan	5	16,67
<i>Tangibles</i>	Kurangnya fasilitas seperti Wi-Fi, mesin debit atau kredit	10	33,3
Total		30	100

Sumber data : Diolah oleh peneliti, 2018

Dari data keluhan yang di dapatkan penulis, Gerobak Kopi Romeo belum memberikan pelayanan terbaik. Sebenarnya seringkali pelanggan mengharapkan pelayanan tersebut tetapi Gerobak Kopi Romeo belum dapat memberikannya. Sebanyak 33,3% mengeluhkan mengenai fasilitas yang kurang lengkap di Gerobak kopi Romeo. 20% mengeluhkan karyawan kurang bersikap ramah terhadap pelanggan. 16,67% mengeluhkan karyawan kurang cepat memberikan tanggapan kepada pelanggan dan karyawan kurang sigap saat melayani pelanggan. Serta sebanyak 13,33% mengeluhkan beberapa kali karyawan salah dalam membuat pesanan pelanggan.

Pada saat konsumsi kopi setiap tahunnya meningkat dan seharusnya dapat meningkatkan pengunjung di sebuah *coffee shop* namun hal ini tidak terjadi di Gerobak Kopi Romeo. Gerobak Kopi Romeo terus mengalami penurunan pengunjung setiap tahunnya yang di duga karena kualitas pelayanan yang kurang baik yang di dukung oleh masih adanya keluhan pelanggan mengenai kualitas pelayanan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting bagi *coffee shop* untuk menarik pelanggan dan membuat pelanggan menjadi puas. Karena jika pelanggan mendapatkan pelayanan yang buruk, kemungkinan besar pelanggan itu tidak kembali lagi. Pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya (Lupiyoadi 2006, 143) yang menandakan makin banyaknya pengurangan pelanggan yang datang dan calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya terhadap pesaing, hal ini sangat berdampak buruk pada sebuah perusahaan.

Dari uraian latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Gerobak Kopi Romeo. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Gerobak Kopi Romeo)”**

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Konsumsi kopi di Indonesia setiap tahunnya meningkat, tetapi Gerobak Kopi Romeo mengalami penurunan pelanggan yang diduga karena kualitas pelayanan yang kurang baik, hal ini terlihat dari masih adanya keluhan mengenai kualitas pelayanan. Tentunya hal ini menjadi masalah bagi Gerobak Kopi Romeo, karena kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan menjadi puas dan tentunya pelanggan akan meningkat.

1.2.2. Perumusan Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Seperti apakah kualitas pelayanan yang terdapat di Gerobak Kopi Romeo?
2. Bagaimana tingkat kepuasan di Gerobak Kopi Romeo?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dengan indikator *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan di Gerobak Kopi Romeo?
4. Indikator mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Dalam topik penelitian yang terdiri dari satu variabel X dan satu variabel Y, maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel X yaitu Kualitas Pelayanan terhadap variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan, menyimpulkan hasil penelitian, serta memberikan saran yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya permasalahan yang ada.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan di Gerobak Kopi Romeo
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan di Gerobak Kopi Romeo
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dengan indikator *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui indikator mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritik

Dilihat dari aspek pengembangan ilmu (teoritis) penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu terutama yang berkaitan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan suatu restoran. Diharapkan juga pada pengembangan teori bidang manajemen pemasaran, maka pengertian-pengertian maupun konsep-konsep yang dapat diterapkan dan dikembangkan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan agar mendapatkan pelanggan yang puas.

2. Kegunaan Praktek

Bagi Manajemen Gerobak Kopi Romeo, hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan yang berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan Gerobak Kopi Romeo agar mendapatkan pelanggan yang puas.

Bagi penulis, diharapkan dapat memantapkan penguasaan fungsi keilmuan yang dipelajari selama mengikuti program studi Manajemen di Universitas Pakuan.

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi sivitas akademika.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran

2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Setiap kegiatan perusahaan pastinya memerlukan peran manajemen untuk memperlancar kegiatan tersebut, salah satunya adalah manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran sangatlah penting bagi setiap perusahaan, karena akan sangat membantu perusahaan dalam memperkenalkan identitas perusahaan tersebut kepada calon konsumen. Manajemen pemasaran ini memiliki pengertian tersendiri. Di bawah ini terdapat pengertian-pengertian manajemen pemasaran menurut para ahli, berikut pengertian manajemen pemasaran menurut para ahli:

Menurut Oentoro (2012: 13) manajemen pemasaran merupakan :

“Salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba”.

Menurut Dharmmesta & Handoko dalam Oentoro (2012: 13) manajemen pemasaran yaitu “Salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba”.

Menurut Kotler dalam Oentoro (2012: 13) manajemen pemasaran adalah proses penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

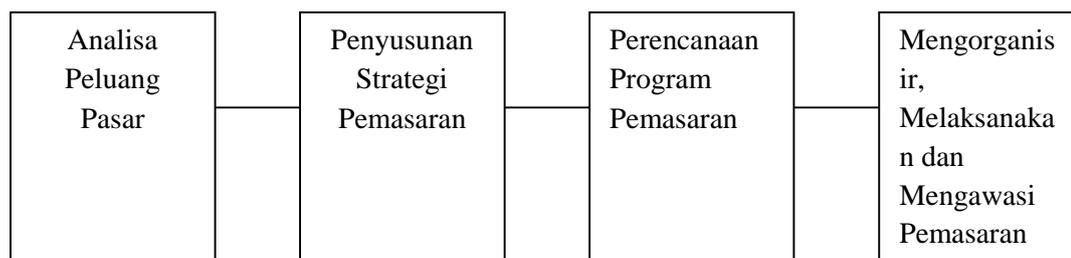
Menurut Lupiyoadi (2006: 6) manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, pelaksanaan serta kontrol program-program yang telah direncanakan dalam hubungannya dengan pertukaran-pertukaran yang diinginkan terhadap konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama.

Menurut Buchari Alma (2014: 130) manajemen pemasaran adalah “merencanakan, pengarahan, dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dipemasaran”.

Menurut Kotler dan Keller (2008: 5) “*marketing management is the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customersthrough creating, delivering, and communicating superior customer value*”

Manajemen pemasaran lebih mengarah kepada kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, kegiatan ini meliputi pendistribusian, penetapan harga, serta pengawasan program-program yang telah dibuat oleh perusahaan tersebut yang tujuannya untuk mendapatkan tempat di pasar agar perusahaan mendapatkan laba.

Oentoro (2012, 14) menggambarkan proses manajemen pemasaran agar kita lebih paham, proses tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 4
Proses Manajemen Pemasaran
Sumber : Oentoro (2012, 14)

2.1.2.Fungsi Manajemen Pemasaran

Menurut Oentoro (2012: 3-4), terdapat fungsi pemasaran yang harus dimiliki oleh sebuah organisasi, yaitu:

- a. Fungsi Pertukaran
Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun penukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau dijual kembali.
- b. Fungsi distribusi Fisik
Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk di angkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.
- c. Fungsi perantara
Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

Ketiga fungsi ini yang harus dimiliki oleh setiap organisasi, karena dari ketiga fungsi ini dapat membuat sebuah organisasi melakukan kegiatan pemasaran dengan baik.

2.2. Manajemen Pemasaran Jasa

2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa

Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas, yaitu barang, jasa, acara, pengalaman, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler dan Keller 2009, 6). Seiring dengan peningkatan minat para masyarakat ke arah ekonomi jasa dunia, setiap perusahaan perlu mengetahui pemasaran jasa lebih banyak. Pada skripsi ini, penulis akan memfokuskan penelitian kepada manajemen pemasaran jasa. Terdapat beberapa pengertian mengenai pemasaran jasa, berikut pengertian pemasaran jasa menurut beberapa ahli:

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online jasa ialah “perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang di perlukan orang lain ; layanan ; servis”.

Menurut Kotler & Keller dalam Tjiptono dan Chandra (2012: 300) pengertian jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Stanton dalam Jasfar (2009: 16) *Service (are) separately indenifiable, intangible activities which provide want statisfaction when marketed to consumer and/or industrial users and which are not neccessarily tied to the sale of a production or another service.*

Jasa, layanan dan service adalah istilah yang sama. Contoh-contoh industri yang menawarkan jasa antara lain, industri pendidikan, perhotelan, transportasi, perbankan, telekomunikasi, konstruksi, restoran, dan masih banyak lagi. Jasa ini dapat berdiri sendiri maupun ada pendamping. Yang di maksud berdiri sendiri adalah perusahaan hanya menjual jasa saja tanpa adanya suatu barang yang mendukung. Sedangkan yang di maksud ada pendamping adalah sebuah perusahaan menjual jasa dan juga menjual barang sebagai pelengkap layanan tersebut. Dalam hal ini, pelanggan sangatlah berperan aktif dalam proses produksi produk jasa karena desain produk jasa terpusat pada pelanggan, hal inilah yang membuat hubungan karyawan dan pelanggan lebih kompleks.

2.2.2. Karakteristik Manajemen Jasa

Menurut Kotler (2002: 488-492) ada empat karakteristik Jasa yaitu:

1. Tidak Berwujud (*intangible*)

Tidak seperti halnya produk fisik, Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

2. Tidak Terpisahkan (*inseparability*)

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jika seseorang memberikan pelayanan, maka penyediaannya merupakan bagian dari jasa itu. Karena klien juga hadir saat jasa itu dilakukan, interaksi

penyedia-klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa. Baik penyedia maupun klien mempengaruhi hasil jasa.

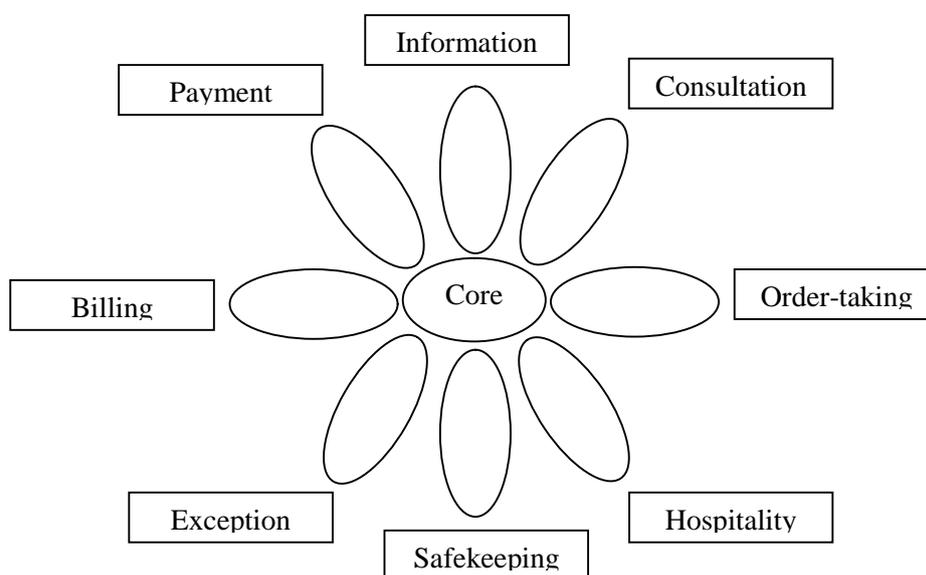
3. Bervariasi (*variability*)

Karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan, jasa sangat bervariasi.

4. Mudah Lenyap (*perishability*)

Jasa tidak bisa disimpan. Sifat jasa mudah lenyap (*perishability*) tidak menjadi masalah bila permintaan tetap.

Di dalam penawaran produk fisik tidak dapat terlepas dari kualitas pelayanan, kualitas pelayanan ini dapat diklasifikasikan ke dalam delapan kelompok yang disebut *The Flower of Service*



Gambar 5

The Flower of Service

Sumber : Lovelock (1994) dalam Tjiptono dan Chandra (2012, 301)

- a. *Information* : perusahaan memberi pengetahuan kepada pelanggan mengenai berbagai hal yang menyangkut dengan produk yang ingin dibeli pelanggan, seperti bagaimana cara mendapatkan produk tersebut, apakah produk tersebut tersedia atau tidak, dan lain sebagainya;
- b. *Consultation* : pelanggan dapat berkonsultasi kepada perusahaan mengenai cara pemakaian sebuah produk, dan perusahaan membantu memberikan solusi kepada pelanggan, seperti pelanggan menanyakan pendapat perusahaan lebih baik memilih produk A atau produk B, dan lain sebagainya;
- c. *Order-taking* : pelanggan ingin mengetahui mengenai bagaimana proses untuk memperoleh produk tersebut, seperti pelanggan dapat menelepon untuk memesan, dan lain sebagainya;

- d. *Hospitality* : pelanggan mendapatkan sebuah perhatian dari perusahaan pada saat menunggu, seperti mendapatkan makanan atau minuman ringan untuk menunggu, mendapatkan tempat duduk yang nyaman, dan lain sebagainya;
- e. *Safekeeping* : pelanggan tidak khawatir dengan penempatan sesuatu yang mereka bawa, seperti terdapat ruang khusus untuk menitipkan binatang peliharaan, tempat untuk bermain anak, serta tempat untuk menyimpan barang yang aman, dan lain sebagainya;
- f. *Execption* : pelanggan mendapatkan fasilitas dari perusahaan, seperti tempat beribadah yang nyaman, serta ruang kesehatan, dan lain sebagainya;
- g. *Billing* : pelanggan mendapatkan tagihan yang benar sesuai dengan apa yang mereka beli dari perusahaan tersebut, seperti perusahaan menanyakan kembali apa yang di beli sesuai dengan tagihan atau tidak, dan lain sebagainya;
- h. *Payment* : pelanggan dapat membayar tagihan dengan cepat dan perusahaan memberikan fasilitas mengenai pembayaran, seperti dapat membayar dengan kartu debit atau kartu kredit, dan lain sebagainya.

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Salah satu faktor yang dapat membuat pelanggan menjadi puas adalah pelanggan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan tersebut. Terdapat beberapa pengertian kualitas pelayanan menurut para ahli, diantaranya adalah:

Menurut Deming dalam Yamit (2010: 7) menjelaskan bahwa “kualitas merupakan apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen”.

Menurut J.Supranto (2006: 226) menjelaskan bahwa “kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”.

Menurut Philip Kotler (2005: 153) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan.

Dari ketiga ahli yang memaparkan pengertian kualitas pelayanan diatas, penulis menyimpulkan kualitas pelayanan adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk membentuk harapan para pelanggan. Kualitas pelayanan ini adalah hal yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan, karena pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan sesuai harapan mereka.

2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Para ahli menyatakan terdapat dimensi kualitas pelayanan, yang dijabarkan sebagai berikut:

Menurut Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011, 35-36) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks, dan pelanggan akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai ukurannya, yaitu sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*Reliability*), adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu.
2. Responsif (*Responsiveness*), yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu.
3. Kepastian/jaminan (*Assurance*), adalah pengetahuan dan kesopanan santunan serta kepercayaan diri para pegawai. Dimensi assurance memiliki ciri-ciri : kompetensi untuk memberikan pelayanan, sopan dan memiliki sifat respek terhadap tamu.
4. Empati (*Empathy*), memberikan perhatian individu tamu secara khusus. Dimensi empathy ini memiliki ciri-ciri : kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan tamu.
5. Nyata (*Tangibles*), yaitu sesuatu yang nampak atau yang nyata , yaitu : penampilan para pegawai, dan fasilitas-fasilitas fisik, lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan.

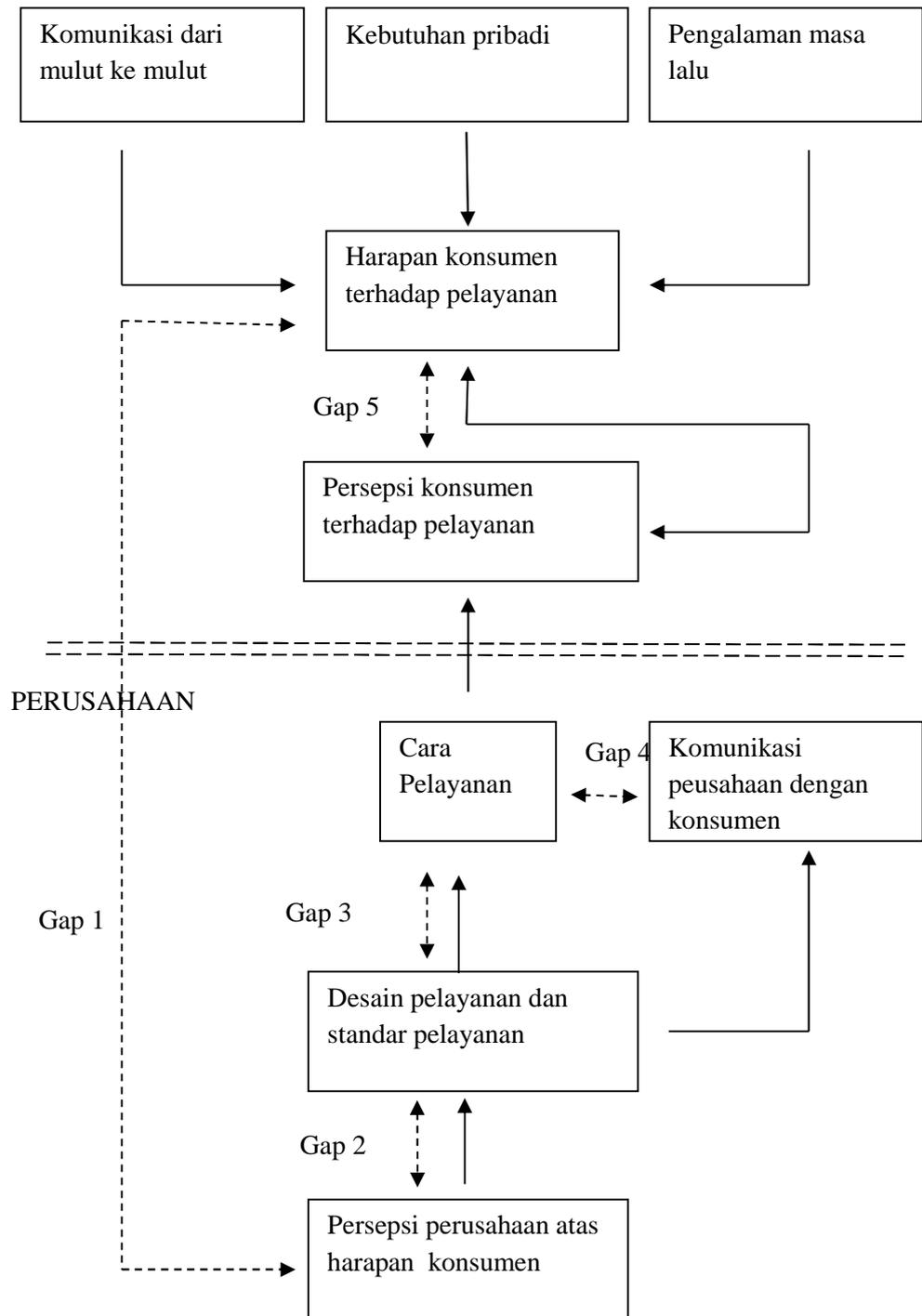
Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Mowen dan Minor (2002: 91) dimensi kualitas jasa sebagai berikut:

1. Berwujud : termaksud fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan perorangan
2. Reliabilitas : kemampuan personil untuk melaksanakan secara bebas dan akurat.
3. Tanggapan : konsumen diberikan pelayanan dengan segera.
4. Jaminan : pengetahuan dan etika pegawai, serta kemampuan mereka untuk membangkitkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan
5. Empati : kepedulian akan kemampuan pegawai dan perhatian individu.

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan ini dapat dijadikan sebagai acuan para pelanggan dalam mengevaluasi kinerja menyeluruh dari sebuah perusahaan yang menawarkan jasa. Pelanggan menilai sebuah pelayanan dari lima dimensi tersebut dan akan membentuk sebuah perilaku yang nantinya akan menjadi pilihan puas atau tidak puas dengan pelayanan yang di berikan oleh perusahaan tersebut.

2.3.3. Model Kualitas Pelayanan

CONSUMER



Gambar 6

Model Kualitas Pelayanan

Sumber : Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Yamit (2010, 26)

Gap 1 : Tidak mengetahui yang di harapkan konsumen

Pada kesenjangan ini, harapan pelanggan dengan persepsi perusahaan memiliki perbedaan, dan gap ini salah satu hal yang dapat membuat perusahaan gagal memenuhi harapan konsumen.

Gap 2 : Tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat

Pada kesenjangan yang kedua ini, perusahaan tidak memiliki desain dan standar kinerja pelayanan yang di persiapkan oleh pelanggan. Dalam kesenjangan yang kedua ini dapat dikatakan persepsi harapan konsumen tidak teridentifikasi secara akurat oleh perusahaan.

Gap 3 : Tidak memberikan pelayanan sesuai standar pelayanan

Pada kesenjangan yang ketiga ini, perusahaan tidak memberikan pelayanan sesuai standar yang di ciptakan oleh perusahaan itu sendiri dikarenakan kinerja karyawan yang tidak sesuai ekspektasi perusahaan atau peralatan yang tidak mendukung.

Gap 4 : Tidak memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan

Pada kesenjangan yang keempat ini tercipta karena kesenjangan ketiga. Kesenjangan ini merupakan perbedaan antara pelayanan yang diberikan dan komunikasi perusahaan dengan pihak eksternal.

Gap 5 : Perbedaan persepsi konsumen dengan harapan konsumen terhadap pelayanan

Pada kesenjangan kelima ini terdapat diluar perusahaan. Kesenjangan ini terjadi karena pelanggan memiliki persepsi yang berbeda dengan harapannya. Kesenjangan ini dapat di hilangkan jika perusahaan dapat menghilangkan kesenjangan pertama sampai kesenjangan keempat.

Kesenjangan-kesenjangan tersebut dapat dikatakan sebuah masalah yang harus di hadapi perusahaan dan perusahaan harus memikirkan jalan keluarnya. Kesenjangan ini dapat menjadi masalah yang besar jika perusahaan tidak cepat menemukan jalan keluar agar kesenjangan-kesenjangan tersebut selesai.

Model kualitas pelayanan ini pula dikembangkan lagi oleh Oarasuraman, Zeithaml, dan Berry. Perkembangan ini adalah serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, yaitu reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. Dibawah ini adalah model kualitas pelayanan yang telah dikembangkan:

2.4. Kepuasan Pelanggan

2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah salah satu faktor yang dapat muncul karena adanya kualitas pelayanan yang baik. Para perusahaan berlomba-lomba membuat pelanggan menjadi puas dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya. Bila kinerja perusahaan jauh lebih rendah dari harapan para pelanggan, dipastikan pelanggan tidak puas. Begitupun sebaliknya, jika kinerja perusahaan jauh lebih tinggi dari harapan para pelanggan, dipastikan pelanggan akan puas. Di bawah ini, terdapat pengertian kepuasan pelanggan yang dikutip dari para ahli, berikut pengertian kepuasan pelanggan:

Menurut Oliver dalam Daryanto dan Ismanto (2014: 37) “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan.

Menurut Wijayanti dalam Deddy dan Riza (2014: 239) Kepuasan keseluruhan didefinisikan sebagai “pernyataan afektif tentang reaksi emosional terhadap pengalaman atas produk atau jasa, yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut dan dengan informasi yang digunakan untuk memilih produk”.

Menurut Engel et al dalam Daryanto dan Ismanto (2014: 37) kepuasan konsumen merupakan “evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) yang sama atau melampaui harapan konsumen”.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009: 138-139) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa “Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

Menurut Kotler dalam Conny (2014: 24) menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan”.

Menurut Kotler dan Keller dalam Sasongko dan Subagio (2013: 2) “*Satisfaction reflects a person’s judgements of a product’s perceived performance (or outcome) in relationship to expectation*”

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Avita (2013: 1467) “Kepuasan pelanggan adalah persepsi individual terhadap performa barang atau jasa yang berhubungan dengan ekspektasi pelanggan”.

Dari pengertian-pengertian kepuasan pelanggan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan dan sikap positif yang diberikan

pelanggan kepada perusahaan setelah mereka menggunakan produk atau jasa yang di berikan perusahaan tersebut tersebut.

2.4.2 .Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi dalam Conny (2014: 25-26) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Sedangkan menurut Daryanto dan Ismanto (2014: 53) berdasarkan studi literature, terdapat tiga *driver* utama kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem teknologi, dan manusia.

2.4.3 Tahapan kepuasan pelanggan

Menurut Wilkie dalam Kuncoro, (2010:132-135) kepuasan pelanggan memiliki lima tahapan, yaitu:

1. *Expectations* (Pengharapan)

Sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa, dalam benak konsumen sudah terdapat suatu ekspektasi bahwa jika nanti dia membeli produk atau jasa ini maka dia mengharapkan akan menerima suatu tingkatan nilai yang didefinisikan oleh konsumen itu sendiri. Selanjutnya adalah kegiatan pengambilan keputusan membeli.

2. *Performance* (Kinerja)

Setelah membeli maka kemudian konsumen merasakan atau mengalami suatu situasi atau kondisi yang disebabkan oleh kinerja dari produk atau jasa yang telah dibelinya.

3. *Comparison* (Membandingkan)

Di tahap ini konsumen kemudian mulai membandingkan antara harapan yang dia inginkan sebelum membeli produk atau jasa tersebut dengan perasaan atau pengalaman yang diterima dari kinerja produk atau jasa tersebut.

4. *Confirmation/Disconfirmation* (Konfirmasi/Diskonfirmasi)

Di tahap ini konsumen memperoleh suatu hasil dari perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja produk atau jasa yang dibelinya. Apabila kinerja produk atau jasa tersebut sama dengan yang diharapkan, maka konsumen mengalami *confirmation of expectations*. Sedangkan apabila kinerja produk atau jasa tersebut lebih atau kurang dari yang diharapkan, maka konsumen mengalami *disconfirmation of expectations*. *Disconfirmation of expectations* itu sendiri terbagi dua yaitu *positive* dan *negative disconfirmation of expectations*.

5. *Discrepancy* (Ketidaksesuaian)

Pada tahap ini konsumen akan mulai mengalami ketidakpuasan karena kinerja dari produk atau jasa tersebut tidak sesuai atau tidak cocok dengan apa yang diharapkan. Hal ini akan mendorong pada pengambilan keputusan untuk berpindah pada produk atau jasa pesaing.

2.4.4 Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Daryanto dan Ismanto (2014: 41), ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan

tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

3. *Ghost Shopping*

Ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*gosh shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.

4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok.

2.5. Penelitian Sebelumnya

Terdapat penelitian sebelumnya yang substansi pembahasannya hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini. Penelitian sebelumnya digunakan peneliti sebagai rujukan pembandingan dan referensi, supaya penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini dapat relevan. Berikut ringkasan penelitian sebelumnya:

Tabel 3
Ringkasan Penelitian Sebelumnya

No.	Penulis/Judul/Publikasi	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Nur Wulandari (2013) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Produk • Kualitas Pelayanan • Lokasi • Kepuasan Konsumen 	Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sampel yang diambil oleh peneliti sebanyak 100 responden. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi diketahui bahwa 55% variasi dari kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi. Sedangkan sisanya 45% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
2.	Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio, S.E., M.M. (2013) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Penyet Ria	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Pelayanan • Kepuasan Pelanggan 	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator yang ada di variabel kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan indikator <i>responsiveness</i> yang paling dominan, disusul dengan indikator <i>assurance</i> , <i>empathy</i> , <i>tangibles</i> , <i>reliability</i>
3.	Prita Saraswati, Srikandi Kumadji, Yusri Abdillah	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Produk 	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Starbucks

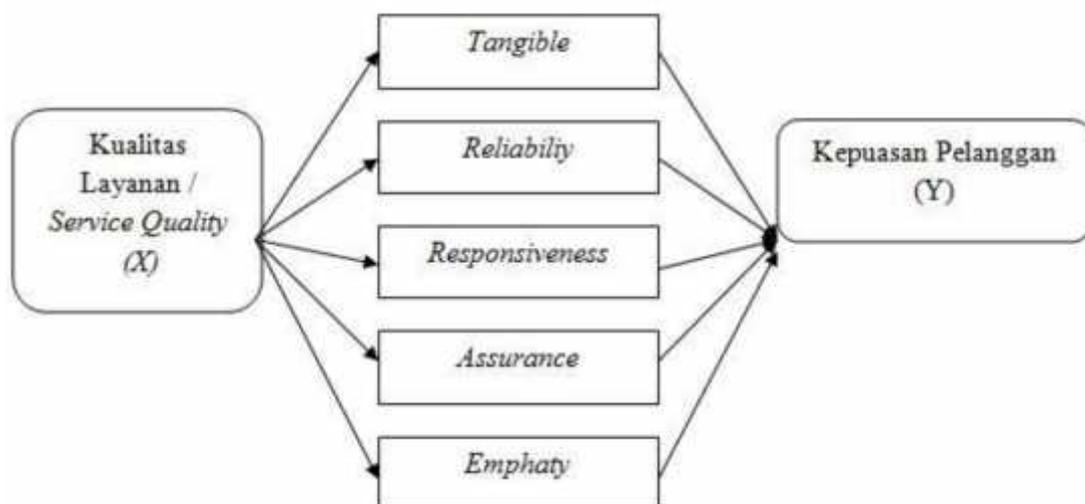
	(2014) Pengaruh Kualitas Produk dan Kulaitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan (Survey Pada Pelanggan <i>Coffee Shop</i> Starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Layanan • Kepuasan Pelanggan • Loyalitas Pelanggan 	memberikan layanan yang baik kepada pelanggan. Hal ini menimbulkan adanya pengaruh langsung yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dibuktikan dengan kuesioner yang disebar. Dari 112 orang responden menyatakan setuju untuk mengulangi pembelian dan merekomendasikan Starbucks kepada orang lain.
4.	Catherina Clara Gedalia dan Dr. Hartono Subagio, M.M. (2015) Pengaruh Kualitas Layanan dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening (Studi Kasus Monopole Coffee Lab Surabaya)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Layanan • <i>Brand Image</i> • Kepuasan Konsumen • Loyalitas Konsumen 	Dari hasil penelitian yang diteliti oleh Catherina dan Dr. Hartono menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Monopole baik walaupun Monopole tidak memiliki SOP khusus untuk kualitas pelayanan. Pegawai-pegawai dilatih dengan baik dalam berbagai hal, ini yang menjadikan salah satu konsumen merasa puas dengan pelayanan yang di berikan oleh Monopol. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Monopole berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
5.	Yufita Ernawati, Y. Djoko Suseno, Sunarso (2017) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan DGC Coffeeshop Di Solo, Kutoarjo, Sragen)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Produk • Kualitas Pelayanan • Kepuasan Pelanggan • Loyalitas Pelanggan 	Pada penelitian ini, mennunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh sebagai berikut, hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar 0,034 dengan nilai probabilitas sebesar $0,973 > 0,05$.

2.6. Kerangka Penelitian

J. Supranto (2006: 226) menjelaskan bahwa, “kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”. Kualitas pelayanan ini memiliki beberapa dimensi menurut Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011: 35-36), diantaranya adalah Reliabilitas (*reliability*), responsif (*responsiveness*), kepastian/jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan nyata (*tangibles*).

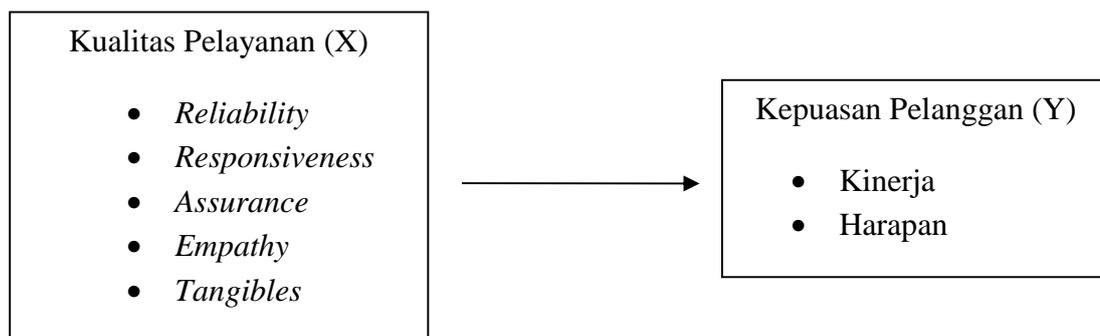
Kualitas pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan puas. Kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana anggapan kerja (*perceived performance*) akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan (Kotler dalam Conny 2014: 24).

Pada penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio, S.E., M.M. pada tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Penyet Ria” terdapat konstelasi penelitian yang penulis jadikan sebagai referensi.



Gambar 7
Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu

Pengaruh dari kualitas pelayanan yang di persepsikan konsumen terhadap kepuasan pelanggan selanjutnya dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 8
Kerangka Pemikiran

Keterangan :

Variabel Independen : Kualitas Pelayanan (X)

Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan (Y)

2.7. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran dan paradigma penelitian yang telah diuraikan sebelumnya mengacu kepada identifikasi masalah, maka hipotesis sementara sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang di berikan oleh Gerobak Kopi Romeo cukup baik.
2. Tingkat kepuasan pelanggan di Gerobak Kopi Romeo cukup baik.
3. Kualitas Pelayanan di Gerobak Kopi Romeo berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
4. Indikator *tangibles* yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif (eksploratif) dengan metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dengan indikator Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*) serta variabel kepuasan pelanggan dengan indikator kinerja dan harapan.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan penyedia jasa kuliner pada Gerobak Kopi Romeo.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Gerobak Kopi Romeo yang merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa kuliner. Gerobak Kopi Romeo beralamat di Jl. Kol. Edy Yoso Martadipura No. 152, Pakansari, Cibinong, Kabupaten Bogor

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah jenis data kuantitatif yang merupakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuisisioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur- literatur yang berkaitan dengan judul penulis.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Adapun operasional variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 4
Operasionalisasi Variabel

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Gerobak Kopi Romeo)

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	1. <i>Reliability</i> (Kehandalan)	1. Karyawan tepat dalam menepati janji	Ordinal
		2. Ketepatan dalam menyediakan pesanan	
		3. Keakuratan perhitungan pada saat membayar	
	2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	1. Pelayanan yang diberikan tepat waktu	Ordinal
		2. Pelayanan yang segera/cepat	
		3. Ketanggapan karyawan dalam menangani masalah	
	3. <i>Assurance</i> (Jaminan)	1. Pengetahuan karyawan mengenai menu	Ordinal
		2. Karyawan selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan	
		3. Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	
	4. <i>Empathy</i> (Empati)	1. Karyawan memberikan perhatian lebih secara individual	Ordinal
		2. Karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan	
		3. Lokasi ini memiliki jam buka sesuai keinginan	
	5. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1. Lokasi yang mudah di temukan	Ordinal
		2. Fasilitas yang tersedia	
		3. Karyawan berpenampilan rapih	
Kepuasan Pelanggan	Kinerja	Tingkat Kepuasan (Kinerja > Harapan)	Ordinal
	Harapan		

3.5. Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan populasi yang ingin diteliti. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Slovin yaitu:

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

dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e^2 = error/nilai kritis/batas ketelitian yang diinginkan, atau % tingkat kesalahan/error yang masih dapat ditolerir (=1%, 5%, 10%).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan taraf kesalahan sebesar 10% karena keterbatasan waktu dan tenaga serta demi kenyamanan pelanggan Gerobak Kopi Romeo.

Tabel 5
Jumlah Pengunjung Gerobak Kopi Romeo Juli 2017 – Desember 2017

Juli - Desember 2017	Jumlah Pengunjung
Jul-17	299
Agust-17	280
Sep-17	286
Oct-17	290
Nov-17	296
Des-17	288
Total	1.739

$$N = \frac{1.739}{6} = 290$$

Populasi yang digunakan yaitu rata-rata jumlah pelanggan Gerobak Kopi Romeo selama 6 bulan terakhir ditahun 2017 yaitu sebanyak 290 orang. Maka jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin dalam Sarjono dan Julianita (2011, 30) adalah sebagai berikut :

$$N = 290$$

$$e = 0,10 \text{ (10\%)}$$

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

$$n = \frac{290}{1+290(0,10)^2}$$

$$n = \frac{290}{3,9}$$

$n = 74,358$ dibulatkan menjadi 100

Jadi, sampel yang akan di teliti oleh peneliti sebanyak 74,358 responden. Pembulatan menjadi 100 responden dimaksud agar tingkat kesalahan dipastikan dibawah 10%.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :

1. Observasi langsung yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung kondisi pelayanan yang di berikan oleh Gerobak Kopi Romeo kepada pelanggan.
2. Wawancara yang dilakukan terhadap pelanggan Gerobak Kopi Romeo.
3. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan kepada pelanggan Gerobak Kopi Romeo mengenai kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan. Skala yang digunakan dalam pengisian kuesioner ini adalah skala likert yang berisi lima tingkat referensi jawaban, dengan skor sebagai berikut :

Skor	Tingkat Kinerja	Skor	Tingkat Kepuasan
5	Sangat Baik	5	Sangat Puas
4	Baik	4	Puas
3	Cukup Baik	3	Cukup Puas
2	Kurang Baik	2	Kurang Puas
1	Tidak Baik	1	Tidak Puas

4. Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara melalui studi pustaka yang berisi beberapa teori pendukung, dan juga dengan cara mewawancarai pemilik Gerobak Kopi Romeo untuk mendapatkan laporan-laporan perusahaan.

3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

3.7.1. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sekaran dalam Sarjono dan Julianita (2011, 35), “validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan”. Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner yang akan

kita sebar nanti. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005: 45).

$$r = \frac{n \cdot \Sigma xy - \Sigma x \cdot \Sigma y}{\sqrt{n \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2}}$$

r = koefisien korelasi (r -hitung)

Σx = Skor variabel independen

Σy = Skor variabel dependen

Σxy = Hasil kali skor butir dengan skor total

n = Jumlah responden

2. Uji Reabilitas

Menurut Sekaran dalam Sarjono dan Julianita (2011, 35), menyatakan bahwa “keandalan (*reliability*) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias (bebas kesalahan-*error free*)”. Uji Reabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ (Nunnally dalam Ghozali, 2005: 42).

$$\alpha = x = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

α = koefisien reabilitas

r = korelasi antar item

k = jumlah item

3.7.2. Metode Analisis

1. Analisis deskriptif, analisis ini adalah analisis data dengan menggunakan rata-rata, median, modus, variansi dan lain sebagainya. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi. Pada penelitian ini, analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran mengenai penerapan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Gerobak Kopi Romeo. Dalam analisis deskriptif ini menggunakan rumus total tanggapan responden.

$$\text{Rumus Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam buku *Marketing Research for Beginner*, analisis regresi ini pertama kali dikembangkan oleh Sir Francis Galton. Regresi digunakan untuk melihat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Fungsi analisis regresi ini digunakan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi digunakan sebagai metode peramalan, dimana persamaan regresi yang digunakan kali ini adalah persamaan regresi linier berganda.

$$Y = a + b_1X_{Rel} + b_2X_{Resp} + b_3X_{As} + b_4X_{Emp} + b_5X_{Tang} + e$$

Y = subjek dalam variabel dependen yang di prediksi

e = eror / variabel pengganggu

a = konstanta

x_1 = menunjukkan variabel *reliability* (reabilitas)

x_2 = menunjukkan variabel *responsiveness* (responsif)

x_3 = menunjukkan variabel *assurance* (jaminan)

x_4 = menunjukkan variabel *empathy* (empati)

x_5 = menunjukkan variabel *tangibles* (nyata)

3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat. Maka digunakan rumus koefisien determinasi (KD) Husein Umar (2011, 268) dengan rumus :

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

Apa bila koefisien korelasi berganda (R) digunakan untuk menerangkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Penulis menggunakan analisis korelasi berganda / *multiple correlation* untuk mengukur kekuatan asumsi antara variabel independen dan variabel dependen.

Pada hakikatnya nilai r dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara matematis dapat ditulis menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

1. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat atau searah, dikatakan positif.
3. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Sebagar baham penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 6
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013: 250)

4. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan menggunakan perhitungan statistik yaitu dengan rumus

$$Uji\ t = \frac{b_i}{sb_i}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien regresi

sb_i = Standar deviasi koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang dilanjutkan adalah :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

- $H_0 : B_i = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh
- $H_a : B_i \neq 0$ artinya terdapat pengaruh

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda dilakukan uji :

1. Uji Normalitas

Menurut Wijaya dalam Sarjono dan Julianita (2011: 65) Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode gambar normal *Probability Plots* dalam program SPSS. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu uji normalitas digunakan untuk mengetahui bahwa data yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal. Uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah Uji Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan sampel ini akan diuji hipotesis nol bahwa sampel tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal melawan hipotesis tandingan bahwa populasi berdistribusi tidak normal.

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Wijaya dalam Sarjono dan Julianita (2011: 65-80)

- a. Uji Heterokedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi". Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidak terjadi Heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot. Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi Heterokedastisitas.

- a. Uji Multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji ini perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikorelasi di dalam model regresi adalah dengan melihat :

- Nilai *tolerance* dan lawannya
- *Variance inflation factor* (VIF)

Toleransi mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Uji multikorelasi dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikorelasi.

- b. Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (*disturbance term-ed.*) pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t - 1$).

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan SPSS versi 20.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah Gerobak Kopi Romeo

Gerobak Kopi Romeo adalah sebuah *coffee shop* milik perorangan yang berdiri pada tanggal 1 April 2015 dan berlokasi di Jl. Kol. Edy Yoso Martadipura No. 152, Pakansari, Cibinong. Gerobak Kopi Romeo adalah *coffee shop* pertama yang berada di jalan tersebut.

Dengan konsep yang terinspirasi dari salah satu *coffee shop* yang berada di Bandung, Gerobak Kopi Romeo ini menjadi *coffee shop* yang memiliki konsep unik, yaitu memiliki sebuah gerobak sebagai tempat membuat kopinya. Konsep ini jarang digunakan di *coffee shop*, karena Gerobak Kopi Romeo tidak mengangkat konsep yang moderen.

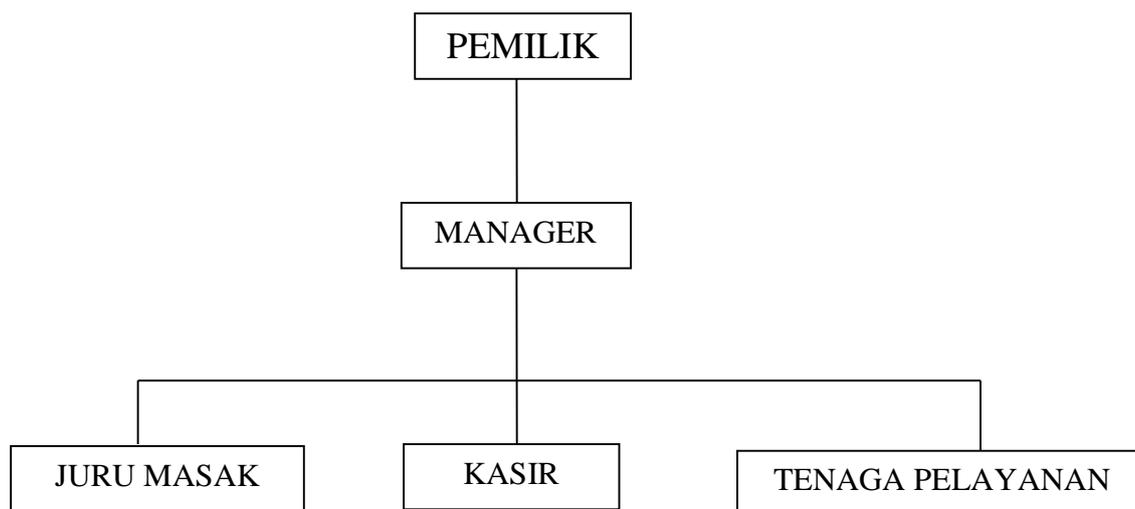
Tidak hanya menjadi sebuah *coffee shop*, tetapi Gerobak Kopi Romeo memiliki visi dan misi yaitu “menjadi jembatan dan media komunikasi penting dalam mensinergikan peran para pihak dalam mencapai tujuan untuk melakukan dorongan praktik kewirausahaan, pembangunan komunitas serta inovasi sosial melalui kolaborasi & kemitraan yang berkeadilan, serta meningkatkan kekeluargaan.”

4.1.2. Kegiatan Usaha Gerobak Kopi Romeo

Gerobak Kopi Romeo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, khususnya dibidang *coffee shop* yang menjual beberapa kopi khas Indonesia. Dimana kegiatan usahanya seperti penjualan produk minuman yang berbahan dasar kopi maupun non-kopi dan juga makanan-makanan ringan. Gerobak Kopi Romeo menyediakan pula fasilitas tempat untuk meminum kopi dan juga untuk dibawa pulang.

4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Gerobak Kopi Romeo

Struktur organisasi adalah penggambaran struktur kerja. Adapun struktur organisasi yang ada pada Gerobak Kopi Romeo dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 9
Struktur Organisasi Gerobak Kopi Romeo
Sumber : Gerobak Kopi Romeo, 2018

Uraian tugas Gerobak Kopi Romeo sebagai berikut :

1. Pemilik :
Bertugas untuk mengatur dan mengawasi jalannya usaha serta kerja para karyawannya, serta bertanggung jawab penuh atas semua yang terjadi di tempat usaha.
2. Manager :
Bertugas untuk mengawasi dan membawahi karyawan-karyawan yang bekerja di Gerobak Kopi Romeo, serta bertanggung jawab dalam pengelolaan Gerobak Kopi Romeo.
3. Juru Masak :
Bertugas untuk menangani aktivitas produksi makanan dan minuman, serta bertanggung jawab atas kebersihan dan kesegaran bahan-bahan makanan dan minuman.
4. Kasir :
Bertugas menangani masalah pemasukan dan pengeluaran tempat usaha, serta melayani pembayaran yang akan dilakukan pelanggan dengan tepat, benar, dan ramah.
5. Tenaga Pelayanan :
Bertugas untuk menerima pesanan pelanggan, menyajikan makanan atau minuman yang pelanggan pesan, membersihkan peralatan makanan yang kotor, serta bertanggung jawab atas semua pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

4.2. Analisis Deskriptif

4.2.1. Profil Responden

Karakteristik responden yang di teliti terbagi dari lima bagian, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan juga frekuensi berkunjung. Berikut hasil data karakteristik responden yang merupakan pelanggan Gerobak Kopi Romeo sebanyak 100 responden.

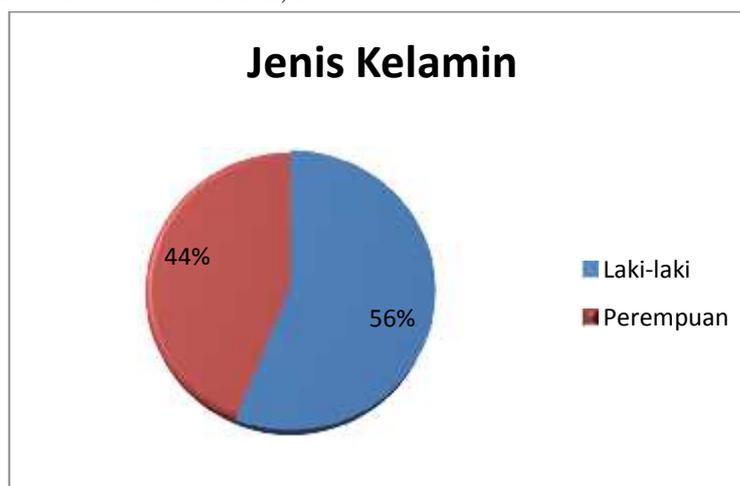
1. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan jenis kelamin responden:

Tabel 7
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
Laki-Laki	56	56
Perempuan	44	44
Jumlah	100	100

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 10
Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 56% atau 56 responden yang berjenis kelamin laki-laki, dan 44% atau 44 responden yang berjenis kelamin perempuan.

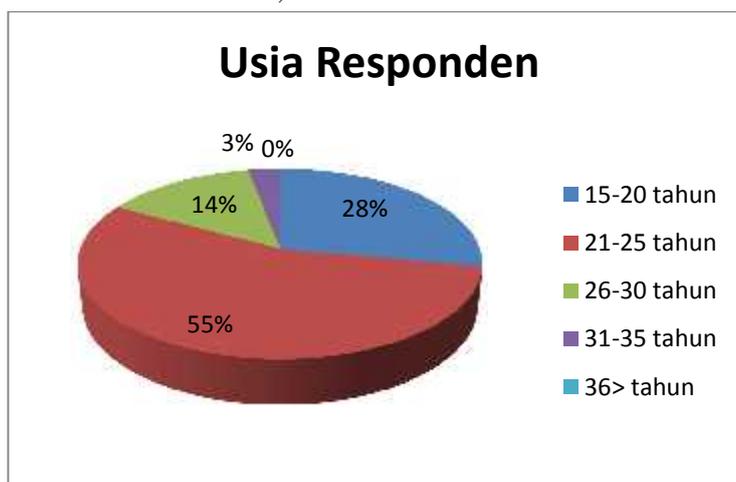
2. Berdasarkan Usia Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan usia responden:

Tabel 8
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase(%)
15-20 tahun	28	28
21-25 tahun	55	55
26-30 tahun	14	14
31-35 tahun	3	3
36>	0	0
Jumlah	100	100

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 11
Usia Responden

Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 55% atau 55 responden yang berusia 21-25 tahun, 28% atau 28 responden yang berusia 15-20 tahun, 14% atau 14 responden yang berusia 26-30 tahun, dan 3% atau 3 responden yang berusia 31-35 tahun.

3. Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan pekerjaan responden:

Tabel 9
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
Pelajar/Mahasiswa	52	52
Pegawai Negri	10	10
Wiraswasta	18	18
Lainnya	20	20
Jumlah	100	100

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 12
Pekerjaan Responden

Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 52% atau 52 responden sebagai mahasiswa, 20% atau 20 responden memiliki pekerjaan lainnya, 18% atau 18 responden sebagai wiraswasta, dan 10% atau 10 responden sebagai pegawai negeri.

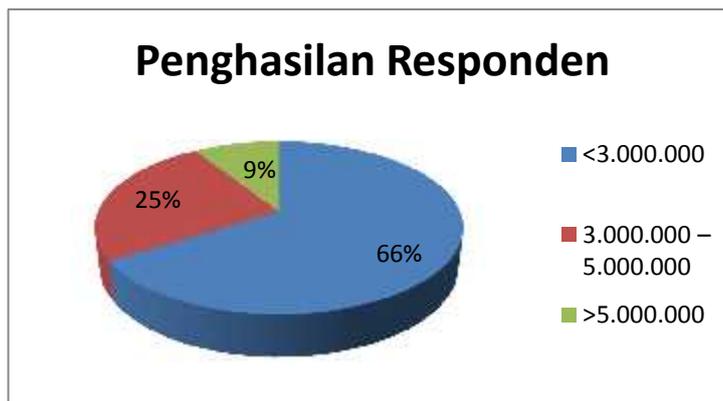
4. Berdasarkan Penghasilan

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan penghasilan responden:

Tabel 10
Penghasilan Responden

Penghasilan	Jumlah	Persentase(%)
<3.000.000	66	66
3.000.000 – 5.000.000	25	25
>5.000.000	9	9
Jumlah	100	100

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 13
Penghasilan Responden

Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 66% atau 66 responden yang memiliki penghasilan <3.000.000, 25% atau 25 responden yang memiliki penghasilan 3.000.000 – 5.000.000, dan 9% atau 9 responden yang memiliki penghasilan >5.000.000.

5. Berdasarkan Frekuensi Berkunjung Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan frekuensi berkunjung responden:

Tabel 11

Frekuensi Berkunjung Responden (dalam 1 bulan)

Frekuensi Berkujung	Jumlah	Persentase(%)
2 kali	31	31
3-5 kali	35	35
>5 kali	34	34
Jumlah	100	100

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 14
Frekuensi Berkunjung Responden

Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 35% atau 35 responden yang datang 3-5 kali ke Gerobak Kopi Romeo, 34% atau 34 responden yang datang >5 kali ke Gerobak Kopi Romeo, dan 31% atau 31 responden yang datang 2 kali ke Gerobak Kopi Romeo.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Penerapan Kualitas Pelayanan Gerobak Kopi Romeo

Untuk menghitung tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Gerobak Kopi Romeo, memakai rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{Rumus total tanggapan responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Kriteria tanggapan responden sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana :

$$\text{Rentang} = \% \text{ tertinggi} - \% \text{ terendah}$$

$$\text{Banyak Kelas} = 5 \text{ (sesuai dengan skala likert)}$$

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

Tabel 12

Kriteria Interval Penilaian Kualitas Pelayanan

Interval (%)	Keterangan
0-19	Sangat Tidak Baik
20-39	Tidak Baik
40-59	Cukup Baik
60-79	Baik
80-100	Sangat Baik

Kualitas Pelayanan adalah suatu hal yang wajib di perhatikan oleh suatu perusahaan, karna kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan ini dibagi menjadi lima indikator, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Jika kelima indikator kualitas pelayanan tersebut dapat dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan berhasil dalam melayani pelanggan. Dibawah ini adalah hasil penerapan kualitas pelayanan pada Gerobak Kopi Romeo berdasarkan indikator *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*:

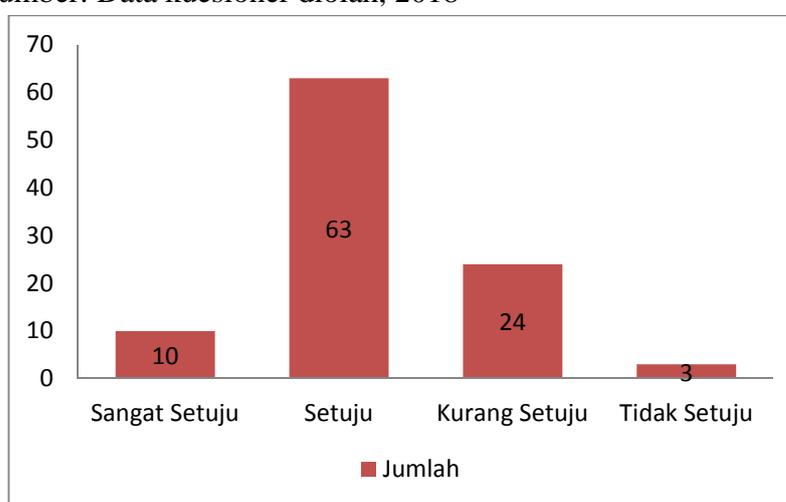
a. Reliability

1. Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji Kepada Pelanggan

Tabel 13
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji
Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	10	10	50
Setuju	4	63	63	252
Kurang Setuju	3	24	24	72
Tidak Setuju	2	3	3	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	380

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 15

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji
Kepada Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan tepat dalam menepati janji kepada pelanggan, dimana 10% responden menyatakan sangat setuju, 63% responden menyatakan setuju, 24% responden menyatakan kurang setuju, 3% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{380}{5 \times 100} \times 100\% = 76\% \end{aligned}$$

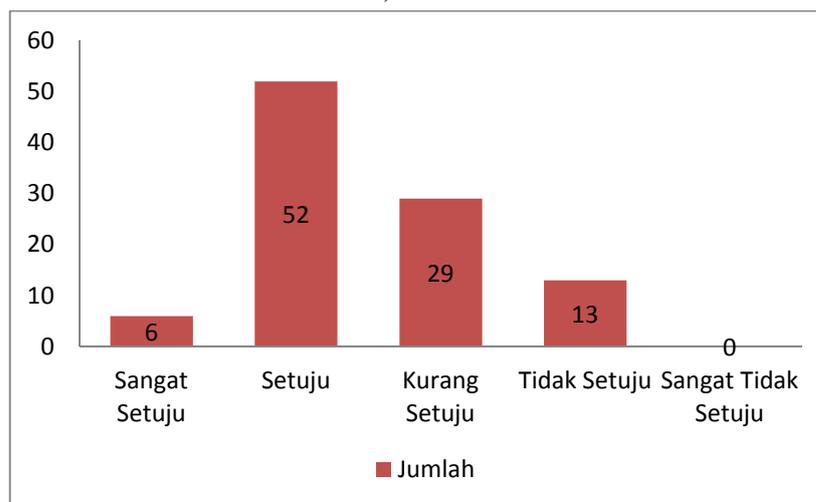
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja karyawan tepat dalam menepati janji kepada pelanggan yaitu sebesar 76%, artinya kinerja karyawan tepat dalam menepati janji kepada pelanggan adalah baik.

2. Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan

Tabel 14
Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	6	6	30
Setuju	4	52	52	208
Kurang Setuju	3	29	29	87
Tidak Setuju	2	13	13	26
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	351

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 16
Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi Romeo pada pesanan pelanggan, dimana 6% responden menyatakan sangat setuju, 52% responden menyatakan setuju, 29% responden menyatakan kurang setuju, 13% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{351}{5 \times 100} \times 100\% = 70,2\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi Romeo pada pesanan pelanggan yaitu sebesar 70.2%, artinya kinerja keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi Romeo adalah baik.

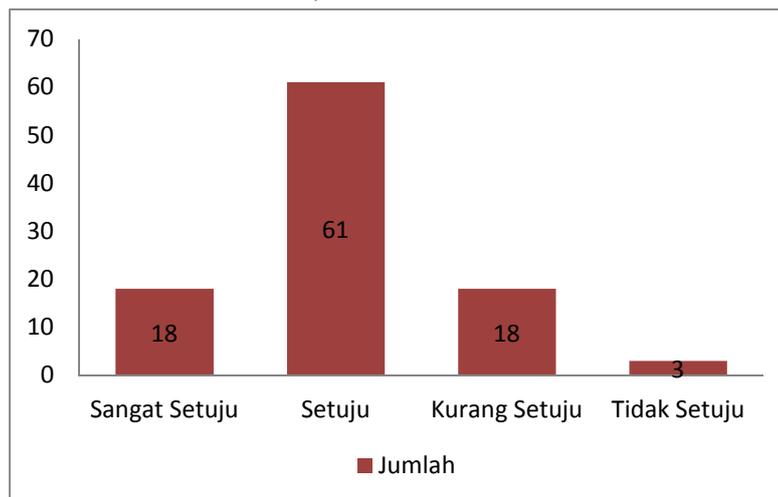
3. Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar

Tabel 15

Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	18	18	90
Setuju	4	61	61	244
Kurang Setuju	3	18	18	54
Tidak Setuju	2	3	3	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	394

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 17

Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Gerobak Kopi Romeo pada saat pelanggan akan membayar, dimana 18% responden menyatakan sangat setuju, 61% responden menyatakan setuju, 18% responden menyatakan kurang setuju, 3% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{394}{5 \times 100} \times 100\% = 78,8\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Gerobak Kopi Romeo pada saat pelanggan akan membayar yaitu sebesar 78,8%, artinya kinerja keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Gerobak Kopi Romeo pada saat pelanggan akan membayar adalah baik.

b. Responsiveness

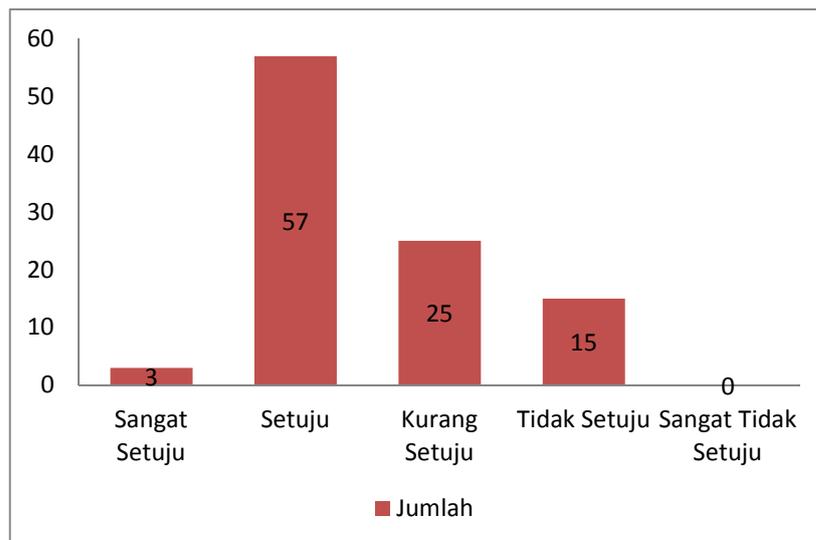
1. Kepastian Waktu Penyampaian Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan

Tabel 16

Penilaian Responden Terhadap Kepastian Waktu Penyampaian Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	3	3	15
Setuju	4	57	57	228
Kurang Setuju	3	25	25	75
Tidak Setuju	2	15	15	30
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	348

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 18

**Penilaian Responden Terhadap Kepastian Waktu Penyampaian
Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan**

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan kepastian waktu penyampaian diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan, dimana 3% responden menyatakan sangat setuju, 57% responden menyatakan setuju, 25% responden menyatakan kurang setuju, 15% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{348}{5 \times 100} \times 100\% = 69,6\% \end{aligned}$$

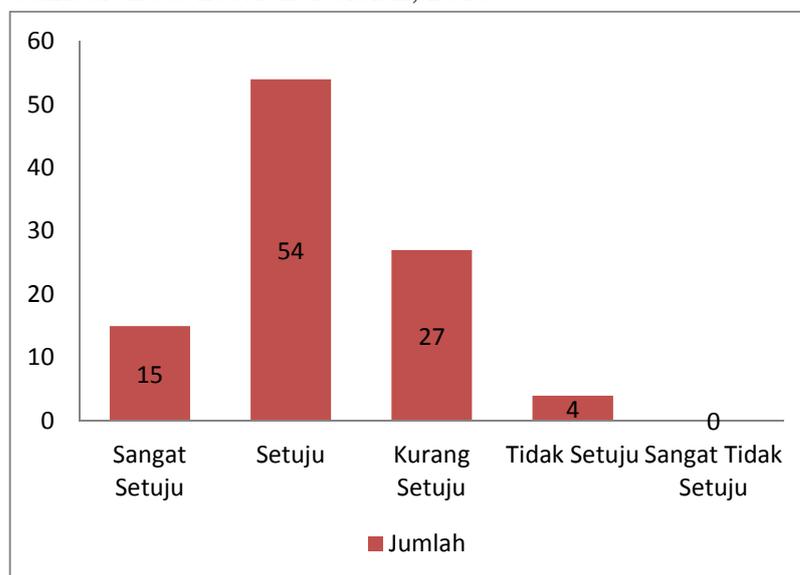
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja kepastian waktu penyampaian diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan yaitu sebesar 69,6%, artinya kinerja kepastian waktu penyampaian diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan adalah baik.

2. Karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat

Tabel 17
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/cepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	15	15	75
Setuju	4	54	54	216
Kurang Setuju	3	27	27	81
Tidak Setuju	2	4	4	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	380

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 19
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/cepat

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat, dimana 15% responden menyatakan sangat setuju, 54% responden menyatakan setuju, 27% responden menyatakan kurang setuju, 4% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\text{Rumus Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{380}{5 \times 100} \times 100\% = 76\%$$

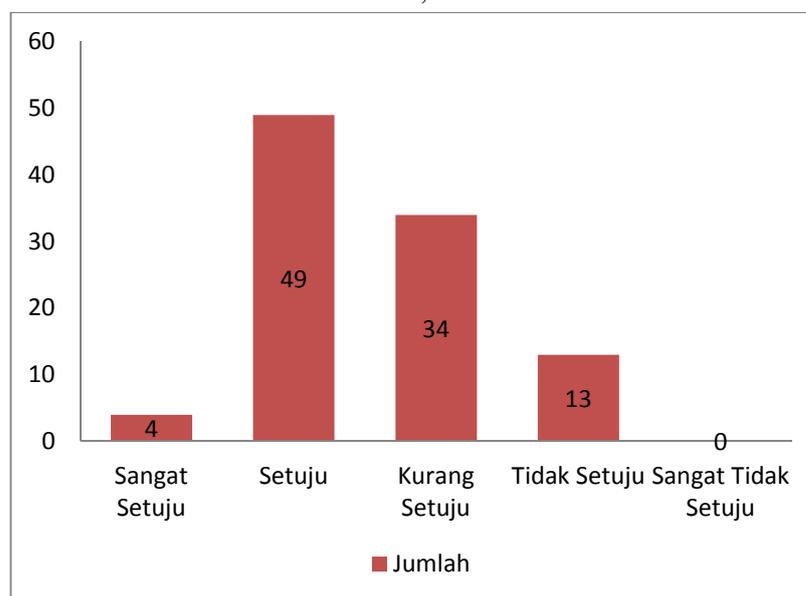
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat yaitu sebesar 76%, artinya kinerja karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat adalah baik.

3. Karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat

Tabel 18
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo
Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	4	4	20
Setuju	4	49	49	196
Kurang Setuju	3	34	34	102
Tidak Setuju	2	13	13	26
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	344

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 20
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo
Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat, dimana 4%

responden menyatakan sangat setuju, 49% responden menyatakan setuju, 34% responden menyatakan kurang setuju, 13% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{344}{5 \times 100} \times 100\% = 68,8\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat yaitu sebesar 68,8%, artinya kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat adalah baik.

c. Assurance

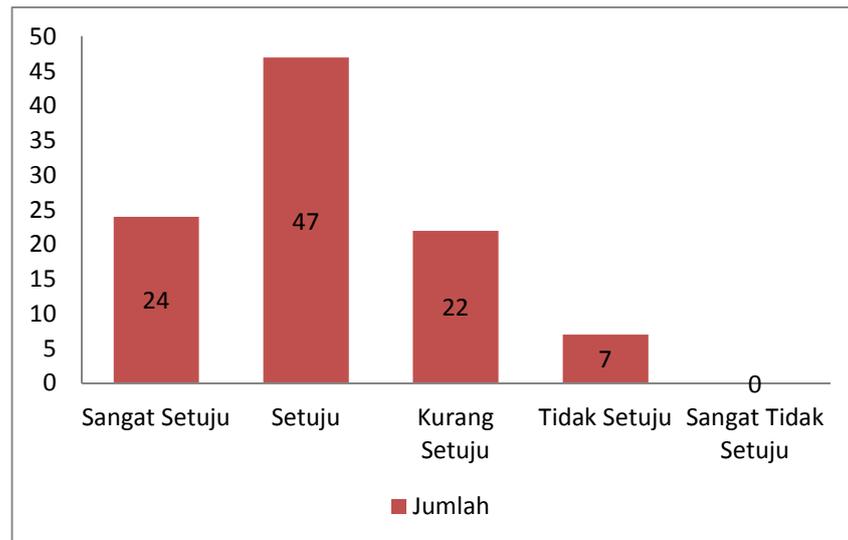
1. Karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan

Tabel 19

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu Yang Pelanggan Pesan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	24	24	120
Setuju	4	47	47	188
Kurang Setuju	3	22	22	66
Tidak Setuju	2	7	7	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	388

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 21

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu Yang Pelanggan Pesan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan, dimana 24% responden menyatakan sangat setuju, 47% responden menyatakan setuju, 22% responden menyatakan kurang setuju, 7% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{388}{5 \times 100} \times 100\% = 77,6\% \end{aligned}$$

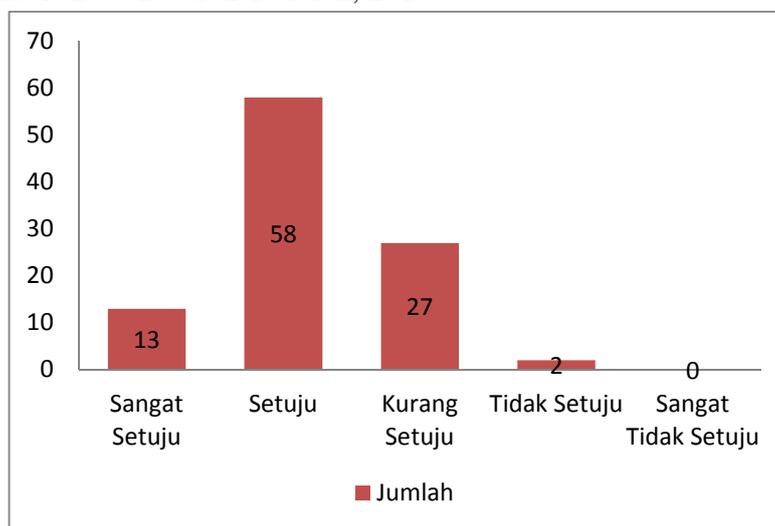
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan yaitu sebesar 77,6%, artinya kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan adalah baik.

2. Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman

Tabel 20
Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	13	13	65
Setuju	4	58	58	232
Kurang Setuju	3	27	27	81
Tidak Setuju	2	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	382

Sumber: Data kuesioner diolah, 2017



Gambar 22

Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan Gerobak Kopi Romeo selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman, dimana 13% responden menyatakan sangat setuju, 58% responden menyatakan setuju, 27% responden menyatakan kurang setuju, 2% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{382}{5 \times 100} \times 100\% = 76,4\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja Gerobak Kopi Romeo selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman yaitu sebesar 76,4%, artinya kinerja Gerobak Kopi Romeo selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman adalah baik.

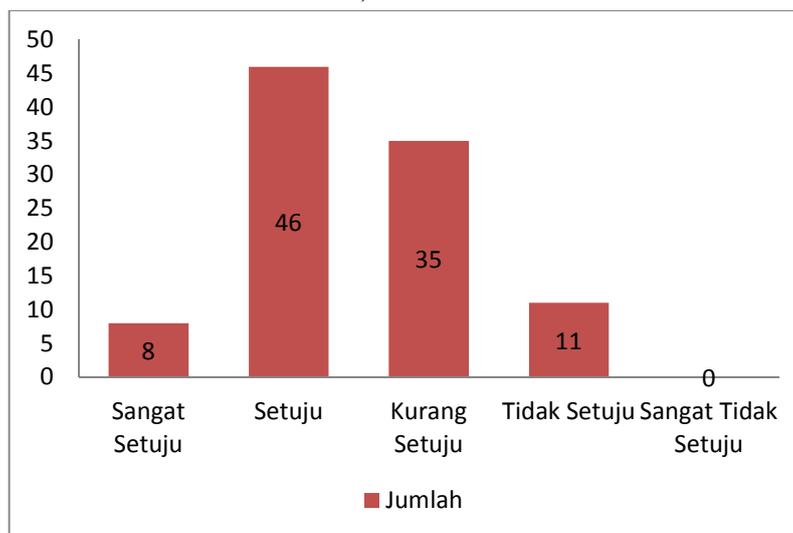
3. Karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan

Tabel 21

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo
Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	8	8	40
Setuju	4	46	46	184
Kurang Setuju	3	35	35	105
Tidak Setuju	2	11	11	22
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	351

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 23

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo
Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan, dimana 8% responden menyatakan sangat setuju, 46% responden menyatakan setuju, 35% responden menyatakan kurang setuju, 11% responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{351}{5 \times 100} \times 100\% = 70,2\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan yaitu sebesar 70,2%, artinya kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan adalah baik.

d. Empathy

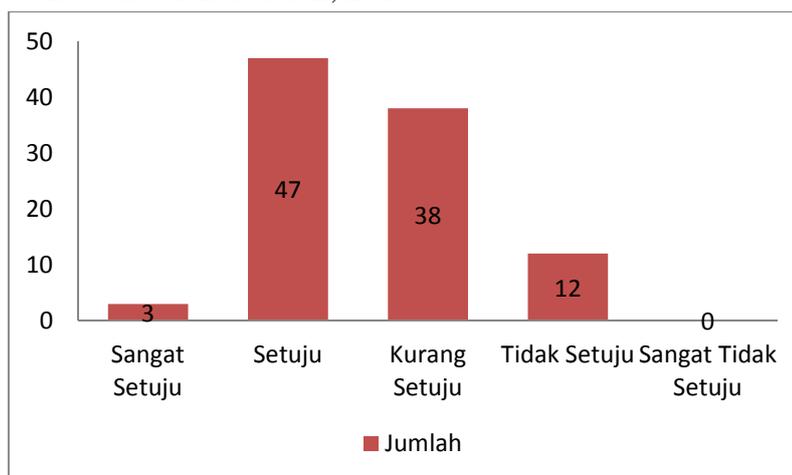
1. Karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan

Tabel 22

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	3	3	15
Setuju	4	47	47	188
Kurang Setuju	3	38	38	114
Tidak Setuju	2	12	12	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	341

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 24

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan, dimana 3% responden menyatakan sangat setuju, 47% responden menyatakan setuju, 38% responden menyatakan kurang setuju, 12% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{341}{5 \times 100} \times 100\% = 68,2\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan yaitu sebesar 68,2%, artinya kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan adalah baik.

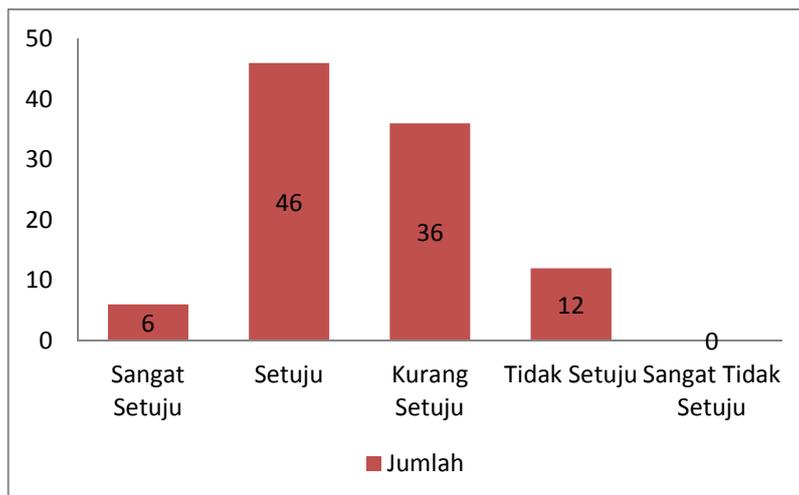
2. Karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan

Tabel 23

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	6	6	30
Setuju	4	46	46	184
Kurang Setuju	3	36	36	108
Tidak Setuju	2	12	12	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	346

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 25

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan, dimana 6% responden menyatakan sangat setuju, 46% responden menyatakan setuju, 36% responden menyatakan kurang setuju, 12% responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{346}{5 \times 100} \times 100\% = 69,2\% \end{aligned}$$

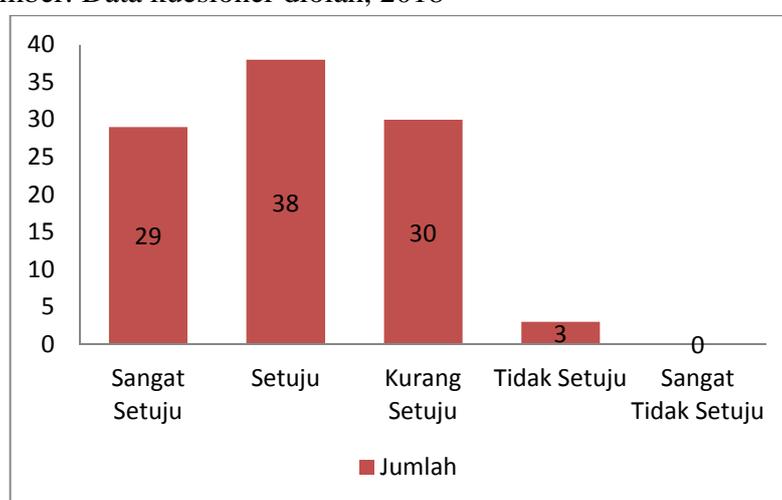
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan yaitu sebesar 69,2%, artinya kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan adalah baik.

3. Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka Yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan

Tabel 24
Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka
Yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	29	29	145
Setuju	4	38	38	152
Kurang Setuju	3	30	30	90
Tidak Setuju	2	3	3	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	393

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 26

Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka
Yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan Gerobak Kopi Romeo memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan pelanggan, dimana 29% responden menyatakan sangat setuju, 38% responden menyatakan setuju, 30% responden menyatakan kurang setuju, 3% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{393}{5 \times 100} \times 100\% = 78,6\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja Gerobak Kopi Romeo memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan pelanggan

yaitu sebesar 78,6%, artinya kinerja Gerobak Kopi Romeo memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan pelanggan adalah baik.

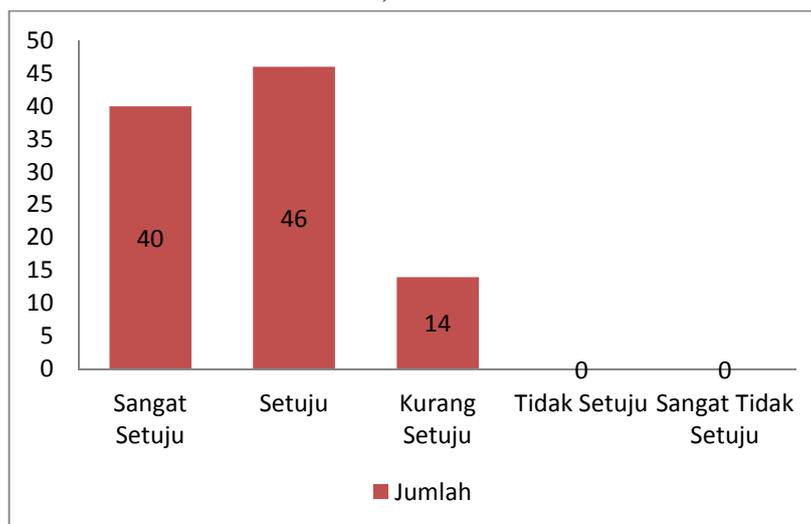
e. Tangible

1. Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk Di Temukan

Tabel 25
Penilaian Responden Terhadap Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk Di Temukan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	40	40	200
Setuju	4	46	46	184
Kurang Setuju	3	14	14	42
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	426

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 27

Penilaian Responden Terhadap Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk Di Temukan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan lokasi Gerobak Kopi Romeo mudah untuk di temukan, dimana 40% responden menyatakan sangat setuju, 46% responden menyatakan setuju, 14% responden menyatakan kurang setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{426}{5 \times 100} \times 100\% = 85,2\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja lokasi Gerobak Kopi Romeo mudah untuk ditemukan yaitu sebesar 85,2%, artinya kinerja lokasi Gerobak Kopi Romeo mudah untuk ditemukan adalah sangat baik.

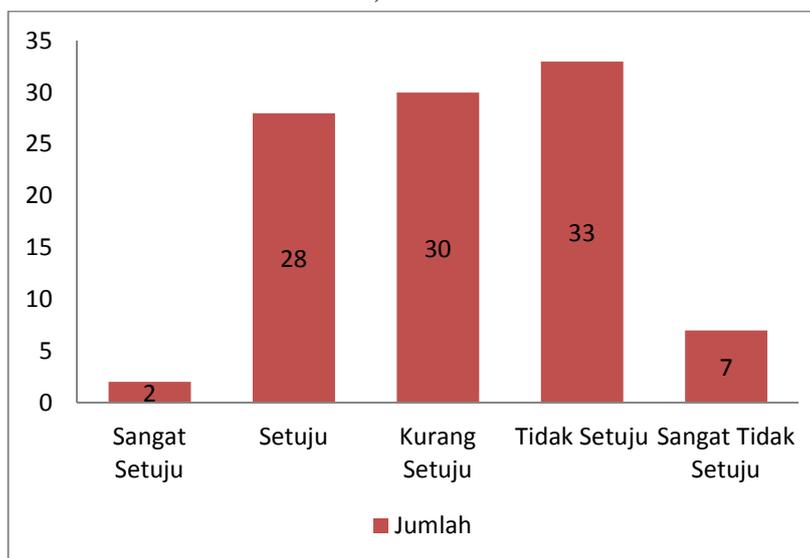
2. Fasilitas seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang disediakan Lengkap dan Nyaman

Tabel 26

Penilaian Responden Terhadap Fasilitas seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	2	2	10
Setuju	4	28	28	112
Kurang Setuju	3	30	30	90
Tidak Setuju	2	33	33	66
Sangat Tidak Setuju	1	7	7	7
Total		100	100	285

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 28

Penilaian Responden Terhadap Fasilitas seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan fasilitas seperti Wifi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang disediakan lengkap dan nyaman, dimana 2% responden menyatakan sangat setuju, 28% responden menyatakan setuju, 30% responden menyatakan kurang setuju, 33% responden menyatakan tidak setuju, dan 7% responden menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{285}{5 \times 100} \times 100\% = 57\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang disediakan lengkap dan nyaman yaitu sebesar 57%, artinya kinerja fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang disediakan lengkap dan nyaman adalah cukup baik.

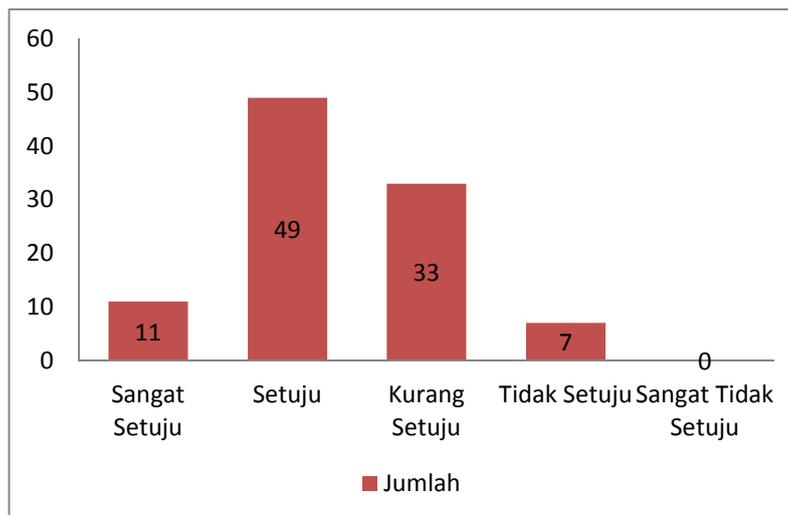
3. Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Bersih dan Rapih

Tabel 27

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Bersih dan Rapih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	11	11	55
Setuju	4	49	49	196
Kurang Setuju	3	33	33	99
Tidak Setuju	2	7	7	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	364

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 29

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Bersih dan Rapih

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo berpenampilan bersih dan rapih, dimana 11% responden menyatakan sangat setuju, 49% responden menyatakan setuju, 33% responden menyatakan kurang setuju, 7% responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{364}{5 \times 100} \times 100\% = 72,8\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo berpenampilan bersih dan rapih yaitu sebesar 72,8%, artinya kinerja karyawan Gerobak Kopi Romeo berpenampilan bersih dan rapih adalah baik.

Berikut ini adalah hasil tanggapan responden mengenai kinerja pada Gerobak Kopi Romeo dengan indikator *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*:

Tabel 28
Rata-rata Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Gerobak Kopi
Romeo

Indikator		Persentase (%)	Rata-rata (%)
Indikator Reliability (Kehandalan)			
1	Karyawan tepat dalam menepati janji kepada pelanggan	76	75
2	Keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi Romeo pada pesanan pelanggan	70,2	
3	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Gerobak Kopi Romeo pada saat pelanggan akan membayar	78,8	
Total		225	
Indikator Responsivness (Daya Tanggap)			
4	Kepastian waktu penyampaian pelayanan diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan	69,6	71,4
5	Karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat	76	
6	Karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	68,8	
Total		214,4	
Indikator Assurance (Jaminan)			
7	Karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan	77,6	74,7
8	Gerobak Kopi Romeo selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman	76,4	
9	Karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	70,2	
Total		224,2	
Indikator Empathy (Empati)			
10	Karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan	68,2	72
11	Karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan	69,2	
12	Gerobak Kopi Romeo memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan pelanggan	78,6	
Total		216	
Indikator Tangibles (Bukti Fisik)			
13	Lokasi Gerobak Kopi Romeo mudah untuk di	85,2	71,6

	temukan		
14	Fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang di sediakan lengkap dan nyaman	57	
15	Karyawan Gerobak Kopi Romeo berpenampilan bersih dan rapih	72,8	
Total		215	
Jumlah Keseluruhan		1,094,6	
Rata-rata		72,97	Baik

Berdasarkan hasil diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan rata-rata responden pada indikator *reliability* memiliki nilai rata-rata sebesar 75%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi Romeo, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 70,2% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Pada indikator *responsiveness* memiliki nilai rata-rata sebesar 71,4%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai kepastian waktu penyampaian pelayanan diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 69,6% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata. Dan mengenai karyawan menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat, karna pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 68,8% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Pada indikator *assurance* memiliki nilai rata-rata sebesar 74,7%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai karyawan kurang bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 70,2% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Pada indikator *empathy* memiliki nilai rata-rata sebesar 72%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai karyawan kurang memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 68,2% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata. Dan mengenai karyawan kurang memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan, karna pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 69,2% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Pada indikator *tangibles* memiliki nilai rata-rata sebesar 71,6%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang di sediakan kurang lengkap dan nyaman, karna pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 57% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Dari keseluruhan indikator dalam variabel kualitas pelayanan pada Gerobak Kopi Romeo memiliki nilai rata-rata sebesar 72,97%, yang berarti kualitas pelayanan berada pada interval 60-79 dengan kriteria baik. Namun, ada dua indikator yang harus diperhatikan karena nilainya masih berada dibawah rata-rata keseluruhan indikator, yaitu indikator *responsiveness* yang memiliki nilai 71,4% dan indikator *tangibles* yang memiliki nilai 71,6%.

4.3.2. Penerapan Kepuasan Pelanggan Gerobak Kopi Romeo

Untuk menghitung tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan Gerobak Kopi Romeo, memakai rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{Rumus total tanggapan responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Kriteria tanggapan responden sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana :

$$\text{Rentang} = \% \text{ tertinggi} - \% \text{ terendah}$$

Banyak Kelas = 5 (sesuai dengan skala likert)

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

Tabel 29

Kriteria Interval Penilaian Kepuasan Pelanggan

Interval (%)	Keterangan
0-19	Sangat Tidak Puas
20-39	Tidak Puas
40-59	Cukup Puas
60-79	Puas
80-100	Sangat Puas

a. Reliability

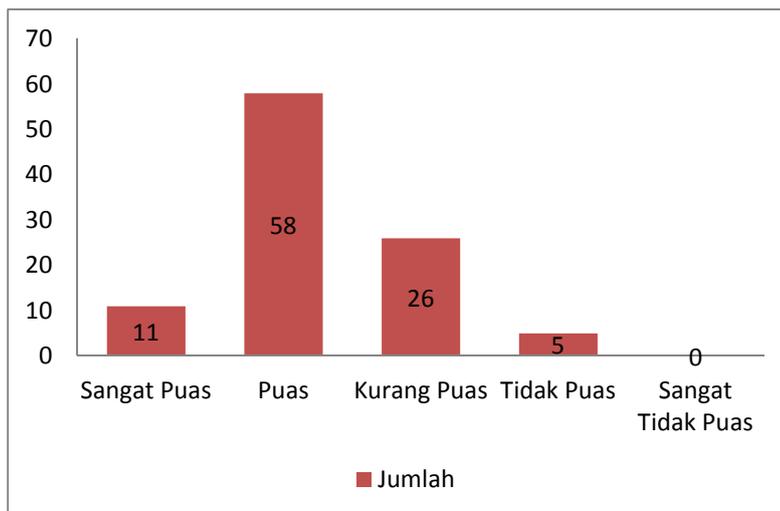
1. Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji Kepada Pelanggan

Tabel 30

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	11	11	55
Puas	4	58	58	232
Kurang Puas	3	26	26	78
Tidak Puas	2	5	5	10
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	375

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 30
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Tepat Dalam Menepati Janji
Kepada Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan tepat dalam menepati janji kepada pelanggan, dimana 11% responden menyatakan sangat puas, 58% responden menyatakan puas, 26% responden menyatakan kurang puas, 5% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{375}{5 \times 100} \times 100\% = 75\% \end{aligned}$$

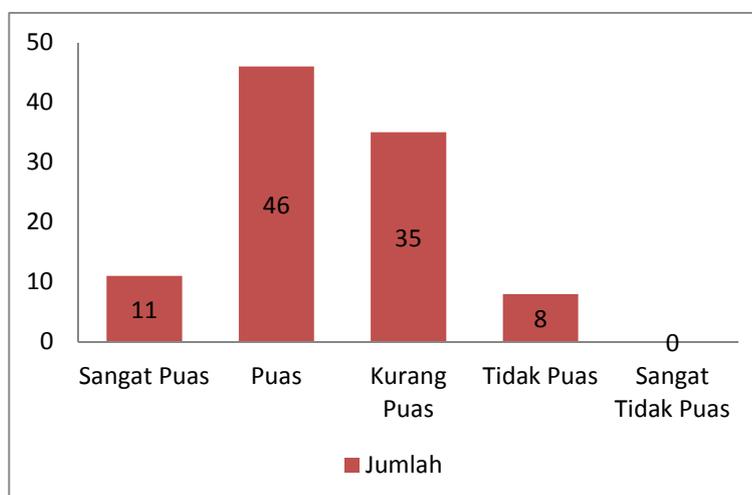
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap karyawan tepat dalam menepati janji kepada pelanggan yaitu sebesar 75%, artinya kepuasan pelanggan terhadap karyawan tepat dalam menepati janji kepada pelanggan adalah puas.

2. Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan

Tabel 31
Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh
Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	11	11	55
Puas	4	46	46	184
Kurang Puas	3	35	35	105
Tidak Puas	2	8	8	16
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	360

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 31
Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Penyediaan Pesanan Oleh
Karyawan Gerobak Kopi Romeo Pada Pesanan Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi Romeo pada pesanan pelanggan, dimana 11% responden menyatakan sangat puas, 46% responden menyatakan puas, 35% responden menyatakan kurang puas, 8% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{360}{5 \times 100} \times 100\% = 72\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi

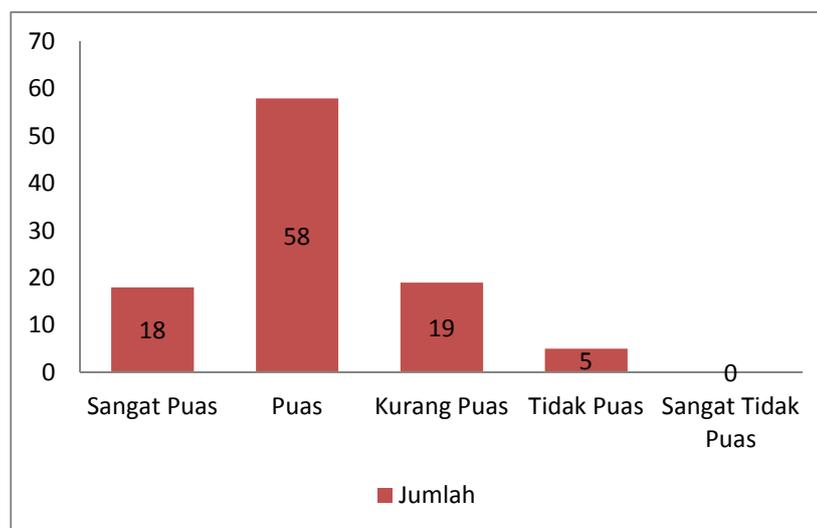
Romeo pada pesanan pelanggan yaitu sebesar 72%, artinya kepuasan pelanggan terhadap keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi Romeo pada pesanan pelanggan adalah puas.

3.Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada saat Pelanggan Akan Membayar

Tabel 32
Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	18	18	90
Puas	4	58	58	232
Kurang Puas	3	19	19	57
Tidak Puas	2	5	5	10
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	389

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 32
Penilaian Responden Terhadap Keakuratan Perhitungan Administrasi Oleh Kasir Gerobak Kopi Romeo Pada Saat Pelanggan Akan Membayar

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Gerobak Kopi Romeo pada saat pelanggan akan membayar, dimana 18% responden menyatakan sangat puas, 58% responden menyatakan puas, 19% responden menyatakan kurang puas, 5% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{389}{5 \times 100} \times 100\% = 77,8\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Gerobak Kopi Romeo pada saat pelanggan akan membayar yaitu sebesar 77,8%, artinya kepuasan pelanggan terhadap keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Gerobak Kopi Romeo pada saat pelanggan akan membayar adalah puas.

b. Responsiveness

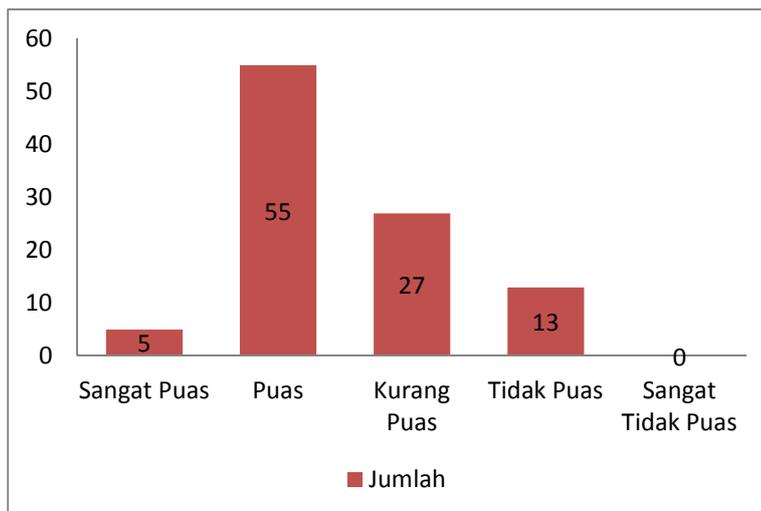
1. Kepastian Waktu Penyampaian Pelayanan Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan

Tabel 33

Penilaian Responden Terhadap Kepastian Waktu Penyampaian Pelayanan Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	5	5	25
Puas	4	55	55	220
Kurang Puas	3	27	27	81
Tidak Puas	2	13	13	26
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	352

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 33

Penilaian Responden Terhadap Kepastian Waktu Penyampaian Pelayanan Diinformasikan Dengan Jelas Oleh Karyawan Kepada Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan kepastian waktu penyampaian pelayanan diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan, dimana 5% responden menyatakan sangat puas, 55% responden menyatakan puas, 27% responden menyatakan kurang puas, 13% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{352}{5 \times 100} \times 100\% = 70,4\% \end{aligned}$$

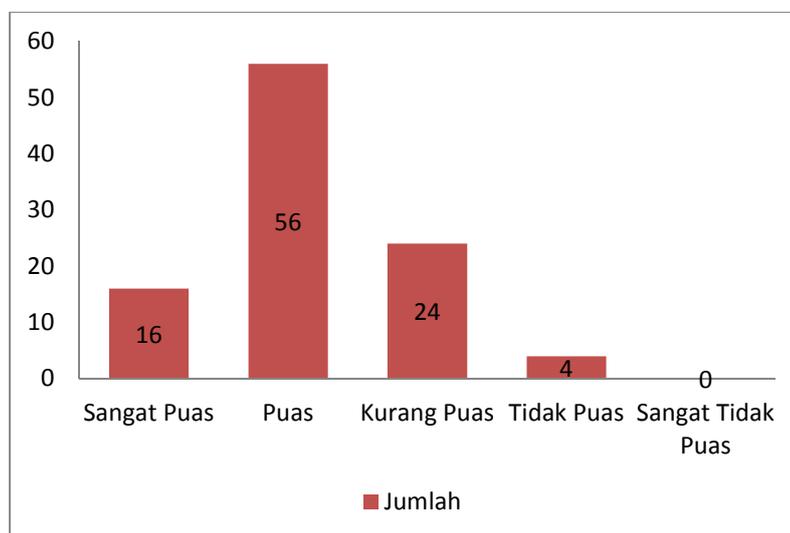
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap kepastian waktu penyampaian pelayanan diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan yaitu sebesar 70,4%, artinya kepuasan pelanggan terhadap kepastian waktu penyampaian pelayanan diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan adalah puas.

2. Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/Cepat

Tabel 34
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/Cepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	16	16	80
Puas	4	56	56	224
Kurang Puas	3	24	24	72
Tidak Puas	2	4	4	8
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	384

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 34
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera/Cepat

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat, dimana 16% responden menyatakan sangat puas, 56% responden menyatakan puas, 24% responden menyatakan kurang puas, 4% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\text{Rumus Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{384}{5 \times 100} \times 100\% = 76,8\%$$

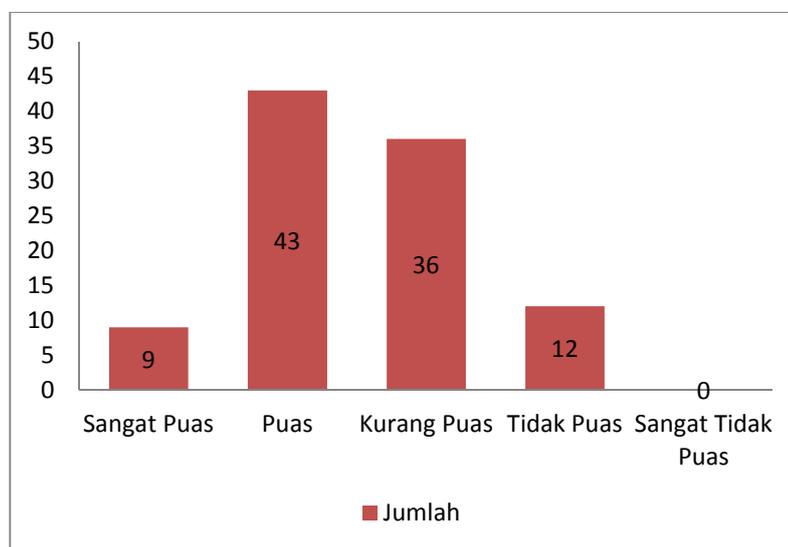
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat yaitu sebesar 76,8%, artinya kepuasan pelanggan terhadap karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat adalah puas.

3.Karyawan Gerobak Kopi Romeo Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat

Tabel 35
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	9	9	45
Puas	4	43	43	172
Kurang Puas	3	36	36	108
Tidak Puas	2	12	12	24
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	349

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 35
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Menanggapi Permintaan Pelanggan Dengan Cepat

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat, dimana 9%

responden menyatakan sangat puas, 43% responden menyatakan puas, 36% responden menyatakan kurang puas, 12% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{349}{5 \times 100} \times 100\% = 69,8\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat yaitu sebesar 69,8%, artinya kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat adalah puas.

c. Assurance

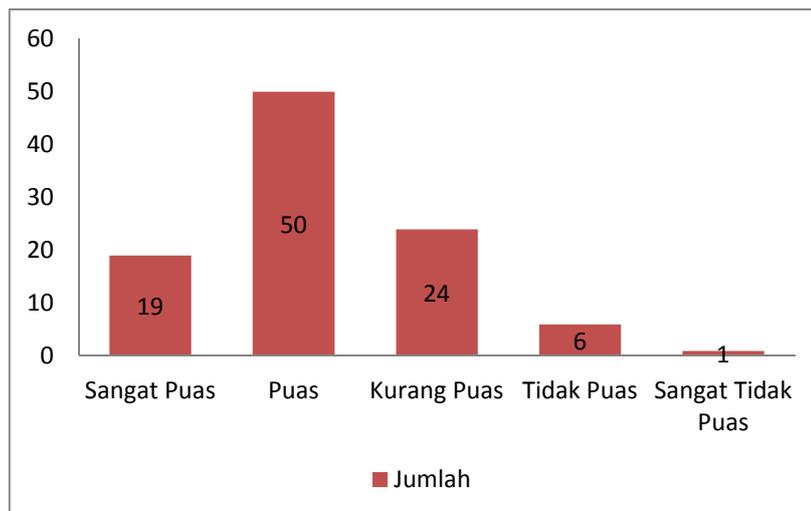
1. Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu yang Pelanggan Pesan

Tabel 36

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu yang Pelanggan Pesan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	19	19	95
Puas	4	50	50	200
Kurang Puas	3	24	24	72
Tidak Puas	2	6	6	12
Sangat Tidak Puas	1	1	1	1
Total		100	100	380

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 36

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Pengetahuan Tentang Menu yang Pelanggan Pesan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan, dimana 19% responden menyatakan sangat puas, 50% responden menyatakan puas, 24% responden menyatakan kurang puas, 6% responden menyatakan tidak puas, dan 1% responden menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{380}{5 \times 100} \times 100\% = 76\% \end{aligned}$$

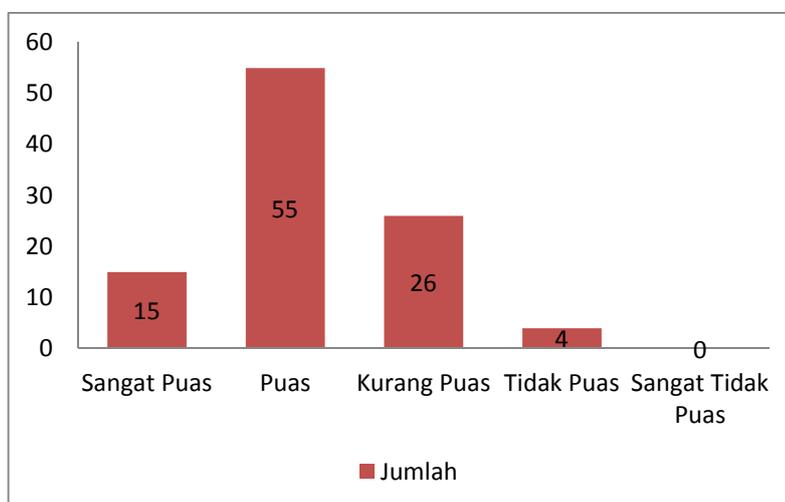
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan yaitu sebesar 76%, artinya kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan adalah puas.

2. Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman

Tabel 37
 Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	15	15	75
Puas	4	55	55	220
Kurang Puas	3	26	26	78
Tidak Puas	2	4	4	8
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	381

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 37
 Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan Gerobak Kopi Romeo selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman, dimana 15% responden menyatakan sangat puas, 55% responden menyatakan puas, 26% responden menyatakan kurang puas, 4% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned}
 \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{381}{5 \times 100} \times 100\% = 76,2\%
 \end{aligned}$$

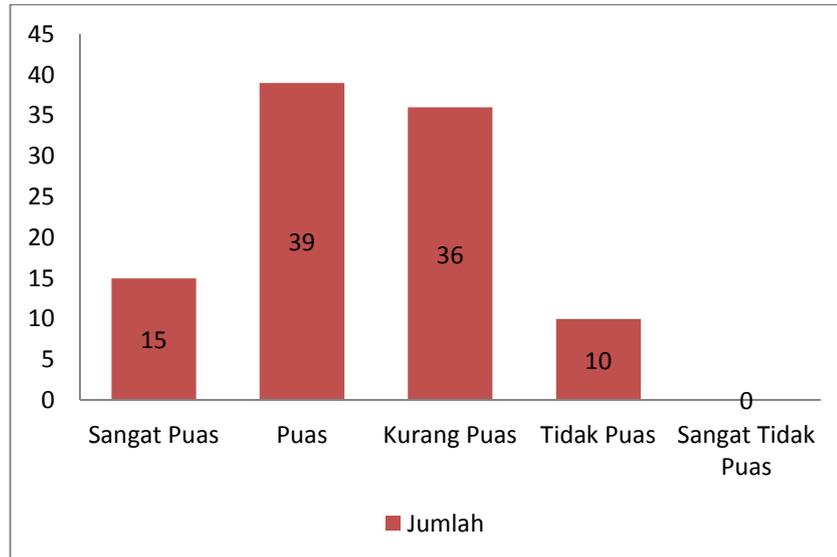
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap Gerobak Kopi Romeo selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman yaitu sebesar 76,2%, artinya kepuasan pelanggan terhadap Gerobak Kopi Romeo selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman adalah puas.

3.Karyawan Gerobak Kopi Romeo Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan

Tabel 38
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	15	15	75
Puas	4	39	39	156
Kurang Puas	3	36	36	108
Tidak Puas	2	10	10	20
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	359

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 38
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Selalu Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan, dimana 15% responden menyatakan sangat puas, 39% responden menyatakan puas, 36%

responden menyatakan kurang puas, 10% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{359}{5 \times 100} \times 100\% = 71,8\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan yaitu sebesar 71,8%, artinya kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan adalah puas.

d. Empathy

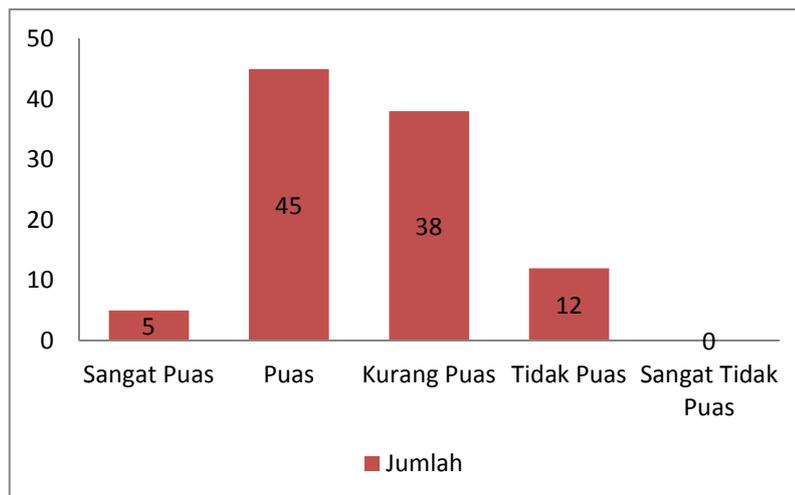
1. Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan

Tabel 39

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	5	5	25
Puas	4	45	45	180
Kurang Puas	3	38	38	114
Tidak Puas	2	12	12	24
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	343

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 39

Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memberikan Perhatian Lebih Secara Individual Kepada Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan, dimana 5% responden menyatakan sangat puas, 45% responden menyatakan puas, 38% responden menyatakan kurang puas, 12% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{343}{5 \times 100} \times 100\% = 68,6\% \end{aligned}$$

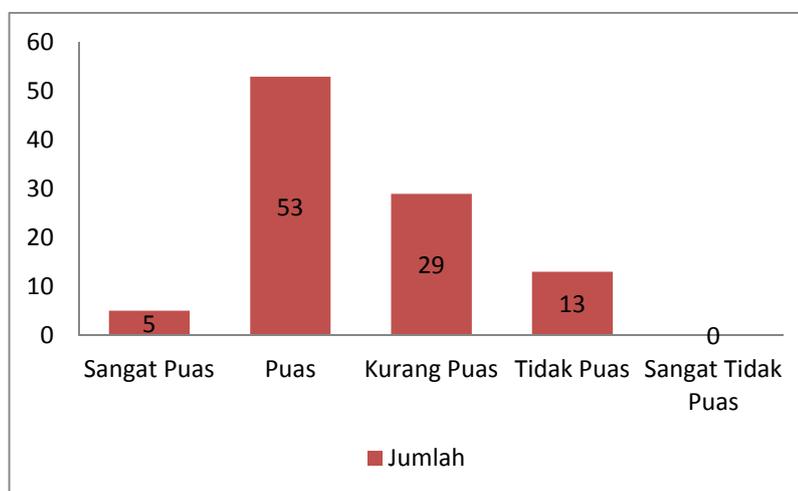
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan yaitu sebesar 68,6%, artinya kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan adalah puas.

2. Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan

Tabel 40
Penilaian Pelanggan Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	5	5	25
Puas	4	53	53	212
Kurang Puas	3	29	29	87
Tidak Puas	2	13	13	26
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	350

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 40
Penilaian Pelanggan Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Memiliki Kesungguhan Dalam Merespon Permintaan Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan, dimana 5% responden menyatakan sangat puas, 53% responden menyatakan puas, 29% responden menyatakan kurang puas, 13% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned}
 \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{350}{5 \times 100} \times 100\% = 70\%
 \end{aligned}$$

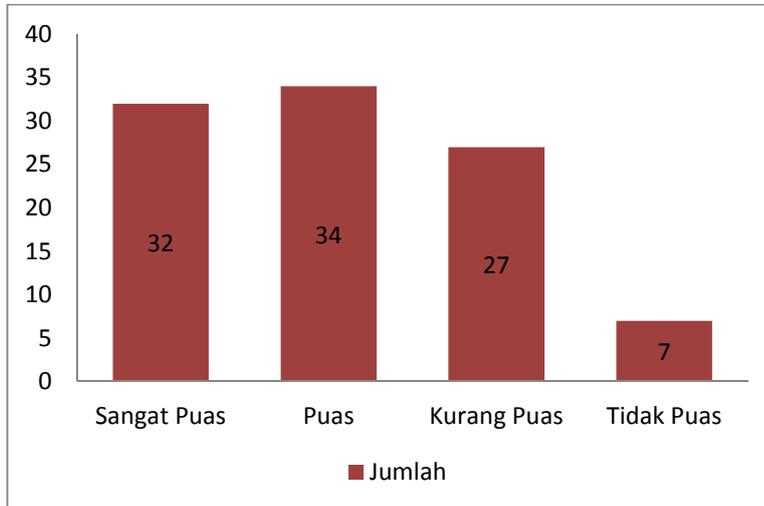
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan yaitu sebesar 70%, artinya kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan adalah puas.

3. Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan

Tabel 41
Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	32	32	160
Puas	4	34	34	136
Kurang Puas	3	27	27	81
Tidak Puas	2	7	7	14
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	391

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 41
Penilaian Responden Terhadap Gerobak Kopi Romeo Memiliki Jam Buka yang Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan Gerobak Kopi Romeo memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan pelanggan, dimana 32% responden menyatakan sangat puas, 34% responden menyatakan puas, 27%

responden menyatakan kurang puas, 7% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{391}{5 \times 100} \times 100\% = 78,2\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap Gerobak Kopi Romeo memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan pelanggan yaitu sebesar 78,2%, artinya kepuasan pelanggan terhadap Gerobak Kopi Romeo memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan pelanggan adalah puas.

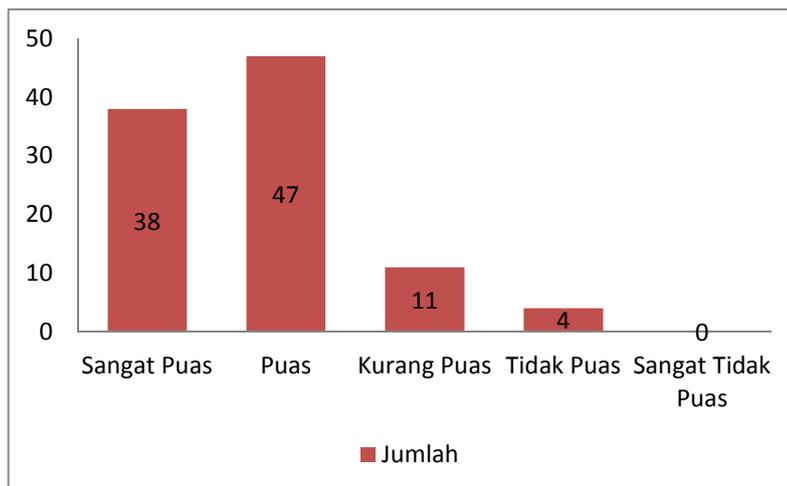
f. Tangibles

1. Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk di Temukan

Tabel 42
Penilaian Responden Terhadap Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah
Untuk di Temukan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	38	38	190
Puas	4	47	47	188
Kurang Puas	3	11	11	33
Tidak Puas	2	4	4	8
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	100	419

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 42
Penilaian Responden Terhadap Lokasi Gerobak Kopi Romeo Mudah Untuk di Temukan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan lokasi Gerobak Kopi Romeo mudah untuk ditemukan, dimana 38% responden menyatakan sangat puas, 47% responden menyatakan puas, 11% responden menyatakan kurang puas, 4% responden menyatakan tidak puas, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{419}{5 \times 100} \times 100\% = 83,8\% \end{aligned}$$

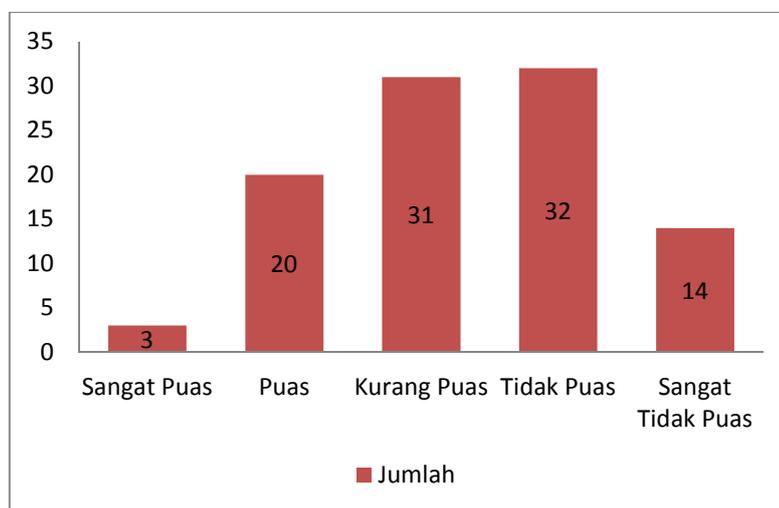
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap lokasi Gerobak Kopi Romeo mudah untuk ditemukan yaitu sebesar 83,8%, artinya kepuasan pelanggan terhadap lokasi Gerobak Kopi Romeo mudah untuk ditemukan adalah sangat puas.

2. Fasilitas Seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman

Tabel 43
 Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	3	3	15
Puas	4	20	20	80
Kurang Puas	3	31	31	93
Tidak Puas	2	32	32	64
Sangat Tidak Puas	1	14	14	14
Total		100	100	266

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 43
 Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Seperti WiFi, Mesin Debit/Kredit, Toilet, Tempat Parkir yang Disediakan Lengkap dan Nyaman

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang disediakan lengkap dan nyaman, dimana 3% responden menyatakan sangat puas, 20% responden menyatakan puas, 31% responden menyatakan kurang puas, 32% responden menyatakan tidak puas, dan 14% responden menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\text{Rumus Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{266}{5 \times 100} \times 100\% = 53,2\%$$

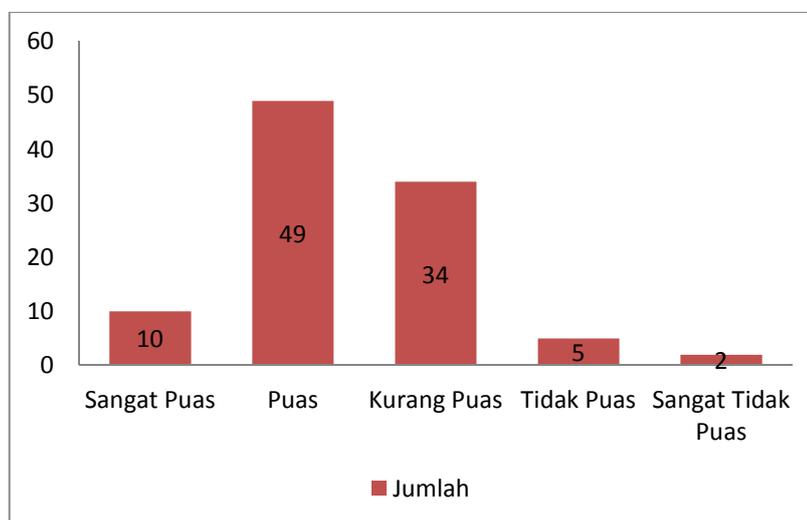
Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang disediakan lengkap dan nyaman yaitu sebesar 53,2%, artinya kepuasan pelanggan terhadap fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang disediakan lengkap dan nyaman adalah cukup puas.

3. Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Berish dan Rapih

Tabel 44
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Berish dan Rapih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	10	10	50
Puas	4	49	49	196
Kurang Puas	3	34	34	102
Tidak Puas	2	5	5	10
Sangat Tidak Puas	1	2	2	2
Total		100	100	360

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 44
Penilaian Responden Terhadap Karyawan Gerobak Kopi Romeo Berpenampilan Berish dan Rapih

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden pada pertanyaan karyawan Gerobak Kopi Romeo berpenampilan bersih dan rapih, dimana 10% responden menyatakan sangat puas, 49% responden menyatakan puas, 34% responden

menyatakan kurang puas, 5% responden menyatakan tidak puas, dan 2% responden menyatakan sangat tidak puas.

- Total Tanggapan Responden

$$\begin{aligned} \text{Rumus Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{360}{5 \times 100} \times 100\% = 72\% \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat dilihat dari 100 responden menilai bahwa kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo berpenampilan bersih dan rapih yaitu sebesar 72%, artinya kepuasan pelanggan terhadap karyawan Gerobak Kopi Romeo berpenampilan bersih dan rapih adalah puas.

Berikut ini adalah hasil tanggapan responden terhadap kepuasan pelayanan di Gerobak Kopi Romeo dengan indikator *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*:

Tabel 45
Rata-rata Taggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan di Gerobak Kopi Romeo

Indikator		Persentase (%)	Rata-rata (%)
Variabel Reliability (Kehandalan)			
1	Karyawan tepat dalam menepati janji kepada pelanggan	75	74,9
2	Keakuratan penyediaan pesanan oleh karyawan Gerobak Kopi Romeo pada pesanan pelanggan	72	
3	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Gerobak Kopi Romeo pada saat pelanggan akan membayar	77,8	
Total		224,8	
Variabel Responsivness (Daya Tanggap)			
4	Kepastian waktu penyampaian pelayanan diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan	70,4	72,3
5	Karyawan memberikan pelayanan dengan segera/cepat	76,8	
6	Karyawan Gerobak Kopi Romeo menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	69,8	
Total		217	
Variabel Assurance (Jaminan)			
7	Karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan	76	74,6

8	Gerobak Kopi Romeo selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman	76,2	
9	Karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	71,8	
Total		224	
Variabel Empathy (Empati)			
10	Karyawan Gerobak Kopi Romeo memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan	68,6	72,2
11	Karyawan Gerobak Kopi Romeo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan	70	
12	Gerobak Kopi Romeo memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan pelanggan	78,2	
Total		216,8	
Variabel Tangibles (Bukti Fisik)			
13	Lokasi Gerobak Kopi Romeo mudah untuk di temukan	83,8	69,6
14	Fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang di sediakan lengkap dan nyaman	53,2	
15	Karyawan Gerobak Kopi Romeo berpenampilan bersih dan rapih	72	
Total		209	
Jumlah Keseluruhan		1091,6	
Rata-rata		72,7	Puas

Berdasarkan hasil diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan rata-rata responden pada indikator *reliability* memiliki nilai rata-rata sebesar 74,9%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai ke tidak akuratan penyediaan pesanan oleh karyawan, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 70,2% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Pada indikator *responsiveness* memiliki nilai rata-rata sebesar 72,3%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai kepastian waktu penyampaian pelayanan diinformasikan dengan jelas oleh karyawan kepada pelanggan, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 70,4% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata. Dan mengenai karyawan kurang menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 69,8% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Pada indikator *assurance* memiliki nilai rata-rata sebesar 74,6%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai karyawan Gerobak Kopi Romeo selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 71,8% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Pada indikator *empathy* memiliki nilai rata-rata sebesar 72,2%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai karyawan kurang

memberikan perhatian lebih secara individual kepada pelanggan, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 68,6% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata. Dan mengenai karyawan kurang memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 70% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Pada indikator *tangibles* memiliki nilai rata-rata sebesar 69,6%. Dari tiga ukuran pertanyaan, yang harus lebih diperhatikan yaitu mengenai fasilitas seperti WiFi, mesin debit/kredit, toilet, tempat parkir yang di sediakan kurang lengkap dan nyaman, karena pada ukuran ini memiliki nilai sebesar 53,2% yang artinya nilai berada dibawah rata-rata.

Dari keseluruhan indikator dalam variabel kepuasan pelanggan pada Gerobak Kopi Romeo memiliki nilai rata-rata sebesar 72,77%, yang berarti kepuasan pelanggan berada pada interval 60-79 dengan kriteria puas. Namun, ada tiga indikator yang harus diperhatikan karena nilainya berada dibawah rata-rata keseluruhan indikator, yaitu indikator *responsiveness* yang memiliki nilai 72,3%, indikator *empathy* yang memiliki nilai 72,2% dan indikator *tangibles* yang memiliki nilai 69,6%.

4.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gerobak Kopi Romeo

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual melikiko distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai Asymp Sig. (2-tailed) hasil perhitungan Kolmogrov-Smirnov lebih besar dari 0,05. Berikut hasil dari output tabel Kolmogrov-Smirnov Test:

Tabel 46
Tabel SPSS Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.04968854
	Absolute	.088
Most Extreme Differences	Positive	.056
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.885
Asymp. Sig. (2-tailed)		.414

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah, SPSS 2018

Dari output diatas dapat diketahui nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed) melebihi 0,05 ($0,414 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dalam penelitian ini dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Adapun dasar pengambilan keputusan dengan *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) dapat disimpulkan sebagai:

- Jika nilai *tolerance* $>0,1$ dan nilai VIF <10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.
- Jika nilai *tolerance* $<0,1$ dan nilai VIF >10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

Berikut ini terdapat hasil output *Collinearity Statistics*:

Tabel 47

Tabel SPSS Uji Multikorelasi

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.665	2.026		.822	.413	
	Reliability	.993	.155	.241	6.401	.000	.811
	Responsiveness	1.218	.191	.308	6.377	.000	.493
	Assurance	1.020	.150	.289	6.806	.000	.638
	Empathy	.952	.160	.269	5.967	.000	.565
	Tangibles	.648	.163	.160	3.982	.000	.711

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

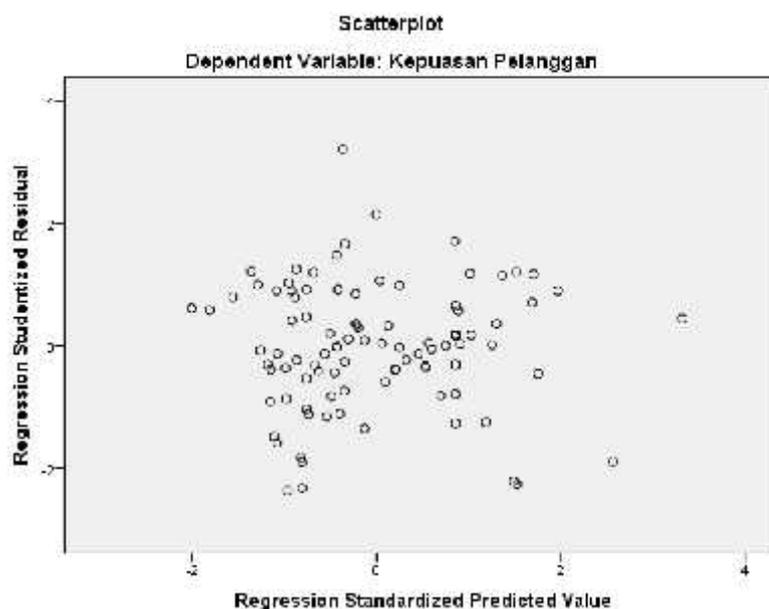
Dari output diatas dapat diketahui bahwa :

- Untuk *Reliability* nilai tolerance ($0,811$) $> 0,1$ dan nilai VIF ($1,233$) <10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.
- Untuk *Responsiveness* nilai tolerance ($0,493$) $> 0,1$ dan nilai VIF ($2,029$) <10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.
- Untuk *Assurance* nilai tolerance ($0,638$) $> 0,1$ dan nilai VIF ($1,568$) <10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.
- Untuk *Empathy* nilai tolerance ($0,565$) $> 0,1$ dan nilai VIF ($1,771$) <10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.

- Untuk *Tangibles* nilai tolerance (0,711) > 0,1 dan nilai VIF (1,407) <10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berikut ini gambar hasil grafik plot untuk penelitian ini:



Gambar 45
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar grafik Scatterplot diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 serta di samping kanan dan kiri 0, tidak terdapat pola yang jelas, maka dari itu dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test). Kriteria uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- Hasil pada tabel Durbin-Watson <-2, terdapat autokorelasi positif.
- Hasil pada tabel Durbin-Watson -2 sampai +2, tidak terdapat autokorelasi.

- Hasil pada tabel Durbin-Watsin ≥ 2 , terdapat autokorelasi negatif.

Tabel 48
Tabel SPSS Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.892	.886		2.10350	1.426

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Reliability, Assurance, Empathy, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, SPSS 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai Durbin-Watson yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,426. Karna hasil berada diantara -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

3. Analisis Resgresi Linier Berganda

Tabel 49
Tabel SPSS Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.665	2.026		.822	.413
	Reliability	.993	.155	.241	6.401	.000
	Responsiveness	1.218	.191	.308	6.377	.000
	Assurance	1.020	.150	.289	6.806	.000
	Empathy	.952	.160	.269	5.967	.000
	Tangibles	.648	.163	.160	3.982	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah, SPSS 2018

Berikut hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,993XRel + 1,218XResp + 1,020XAs + 0,952XEmp + 0,648XTang$$

Penjelasan dari persamaan diatas sebagai berikut:

- *Reliability*
Nilai koefisien regresi untuk *reliability* adalah positif artinya jika *reliability* meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- *Responsiveness*

Nilai koefisien regresi untuk *responsiveness* adalah positif artinya jika *responsiveness* meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

- *Assurance*

Nilai koefisien regresi untuk *assurance* adalah positif artinya jika *assurance* meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

- *Empathy*

Nilai koefisien regresi untuk *empathy* adalah positif artinya jika *empathy* meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

- *Tangibles*

Nilai koefisien regresi untuk *tangibles* adalah positif artinya jika *tangibles* meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

4. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Tabel 50

Tabel SPSS Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.892	.886		2.10350	1.426

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Reliability, Assurance, Empathy, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) diperoleh sebesar 0,945, yang artinya korelasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sangat kuat. Hal ini menunjukkan jika kualitas pelayanan baik maka kepuasan pelanggan akan naik.

Nilai koefisien determinasi (R^2) dari tabel output SPSS diatas dapat diketahui bahwa R^2 sebesar 0,892. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 89,2%, sedangkan sisanya sebesar 1,08% kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

5. Uji Hipotesis Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 51
Tabel SPSS Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.665	2.026		.822	.413
	Reliability	.993	.155	.241	6.401	.000
	Responsiveness	1.218	.191	.308	6.377	.000
	Assurance	1.020	.150	.289	6.806	.000
	Empathy	.952	.160	.269	5.967	.000
	Tangibles	.648	.163	.160	3.982	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

- Uji t (*Reliability*)
Dapat dilihat dari output SPSS, nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak H_0 , artinya *Reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Uji t (*Responsiveness*)
Dapat dilihat dari output SPSS, nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak H_0 , artinya *Responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Uji t (*Assurance*)
Dapat dilihat dari output SPSS, nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak H_0 , artinya *Assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Uji t (*Empathy*)
Dapat dilihat dari output SPSS, nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak H_0 , artinya *Empathy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Uji t (*Tangibles*)
Dapat dilihat dari output SPSS, nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak H_0 , artinya *Tangibles* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.3.4.Indikator Kualitas Pelayanan yang Paling Dominan dalam Kepuasan Pelanggan

Tabel 52
Nilai Kontribusi

Variabel Bebas	Nilai Koefisien Regresi	Kontribusi (%)
<i>Reliability</i>	0,993	19,56
<i>Responsiveness</i>	1,218	25,53
<i>Assurance</i>	1,020	21,38
<i>Empathy</i>	0,952	19,95
<i>Tangibles</i>	0,648	13,58
Total	4,771	100

Tabel diatas menunjukkan nilai konstribusi yang akan menjadi acuan penulis untuk menentukan indikator yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. indikator yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah indikator *responsiveness* dengan nilai konstribusi 25,53%.

4.4. Intrepretasi Hasil

Berdasarkan penelitian pada Gerobak Kopi Romeo mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, didapatkan hasil sebagai berikut:

4.4.1.Kualitas Pelayanan di Gerobak Kopi Romeo

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kinerja pelayanan pada Gerobak Kopi Romeo memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 72,97%, yang berarti kualitas pelayanan berada pada interval 60-79 dan masuk kedalam kriteria baik. Namun, ada tiga indikator yang harus diperhatikan karena nilainya berada dibawah rata-rata keseluruhan indikator, yaitu indikator *responsiveness* memiliki nilai sebesar 71,4%, *empathy* memiliki nilai sebesar 72% dan *tangibles* memiliki nilai sebesar 71,6%.

4.4.2.Tingkat Kepuasan di Gerobak Kopi Romeo

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan pelanggan bahwa tanggapan rata-rata keseluruhan responden mengenai variabel kepuasan pelanggan pada Gerobak Kopi Romeo memiliki nilai rata-rata sebesar 72,77%, yang berarti kualitas pelayanan berada pada interval 60-79 dan masuk kedalam kreteria puas. Namun, ada tiga indikator yang harus diperhatikan karena nilainya berada dibawah rata-rata keseluruhan indikator yaitu indikator *responsiveness* memiliki nilai sebesar 72,3%, *empathy* memiliki nilai sebesar 72,2% dan *tangibles* 69,6%.

4.4.3.Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji t indikator *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*, mendapatkan hasil output SPSS nilai kelima indikator kualitas pelayanan memiliki nilai $0,000 < 0,05$ yang memiliki arti menolak H_0 artinya semuanya berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4.4.Indikator Kualitas Pelayanan yang Paling Dominan

Indikator kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah indikator *responsiveness* dengan nilai kontribusi sebesar 25,53%, dan diikuti indikator *assurance*, *empathy*, *reliability* dan *tangibles*. Berdasarkan hasil ini, hipotesis keempat ini tidak dapat terbukti kebenarannya. Namun, hasil ini dapat dibuktikan dengan penelitian dari Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio,S.E.,M.M. pada tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Penyet Ria”. Pada penelitian ini, mendapatkan hasil indikator yang paling dominan adalah indikator *responsiveness*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gerobak Kopi Romeo, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari keseluruhan rata-rata tanggapan responden dalam variabel kualitas pelayanan pada Gerobak Kopi Romeo mendapatkan hasil sebesar 72,97% yang masuk ke karakteristik baik. Namun, terdapat tiga dari lima indikator kualitas pelayanan yang memiliki hasil dibawah rata-rata, yaitu indikator *responsiveness* (71,4%), *empathy* (72%) dan *tangibles* (71,6%). Dalam hal ini, Gerobak Kopi Romeo harus memperhatikan ketiga indikator tersebut.
2. Dari keseluruhan rata-rata tanggapan responden dalam variabel kepuasan pelanggan pada Gerobak Kopi Romeo mendapatkan hasil sebesar 72,77% yang masuk ke karakteristik puas. Namun, terdapat tiga dari lima indikator kepuasan pelanggan yang memiliki hasil dibawah rata-rata, yaitu indikator *responsiveness* (72,3%), *empathy* (72,2%), dan *tangibles* (69,6%). Dalam hal ini, Gerobak Kopi Romeo harus memperhatikan ketiga indikator tersebut.
3. Dari hasil uji t menggunakan SPSS 20, didapatkan hasil semua indikator kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat di intepretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak H_0 , artinya semua indikator kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Indikator kualitas pelayanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator *responsiveness*, karena indikator ini memiliki nilai kontribusi paling besar yaitu 25,53%, sedangkan indikator lain tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5.2. Saran

1. Gerobak Kopi Romeo harus meningkatkan kinerja kualitas pelayanannya di indikator *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles* karena ketiga indikator tersebut memiliki nilai 71,4%, 72% dan 71,6% yang menandakan nilai tersebut dibawah rata-rata yaitu sebesar 72,97%.
2. Gerobak Kopi Romeo harus meningkatkan kepuasan pelanggan di indikator *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles* karena ketiga indikator 72,3%, 72,2%, dan 69,6% yang menandakan nilai tersebut dibawah rata-rata yaitu sebesar 72,7%.
3. Gerobak Kopi Romeo harus meningkatkan fasilitas, seperti menyediakan WiFi, menjaga kebersihan toilet, dan juga lebih memperhatikan penampilan dan

kerapihan karyawan. Karena indikator *tangible* adalah indikator yang paling rendah nilai kontribusinya yaitu sebesar 13,58%.

4. Gerobak Kopi Romeo tidak hanya harus meningkatkan kualitas pelayanannya saja, tetapi faktor-faktor lain seperti kualitas produk, atmosfer, harga, dan lain sebagainya yang dapat membuat pelanggan puas juga harus di tingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyon. 2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Bandung : ALVABETA, CV.
- Buchari Alma. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : ALFABETA, CV.
- Catherina Clara Gedalia dan Hartono Subagio. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening (Studi Kasus Monopole Coffee Lab Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol.3 No.1.
- Conny Sondakh. 2014. Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen .Vol.3. No.1.
- Daryanto dan Setyobudi Ismanto. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Malang: Gava Media.
- Deliyanti Oentoro. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : LaksBang PERSSindo.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : C.V ANDI.
- Farida Jasfar. 2009. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Penerbit Ghalia Indonesia
- Felita Sasongko dan Hartono Subagio. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol.1. No.2
- Hamdani Lupiyoadi. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita. 2011. SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Salemba Empat, Jakarta.
- J. Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran. PT PENERBIT ERLANGGA. Jilid 1
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. PT PENERBIT ERLANGGA. Jilid 1
- Mochlas Adhiyanto. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri. Semarang : UNDIP.
- Mudrajad Kuncoro. 2010. Dasar-dasar Ekonomika Pembangunan, UPP STIM YKPN Yogyakarta
- Mowen, Jhon C. dan Minor, Michael. 2002. Perilaku Konsumen. PT PENERBIT ERLANGGA. Jilid 1
- Mowen, Jhon C. dan Minor, Michael. 2002. Perilaku Konsumen. PT PENERBIT ERLANGGA. Jilid 2
- Nur Wulandari. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang). Universitas Diponegoro
- Prita Saraswati, Srikandi Kumadji dan Yusri Abdillah. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan (Survey Pada Pelanggan Coffee Shop Starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.14 No.1
- Resty Avita Haryanto. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald's Manado. Jurnal EMBA. Vol.1. No.4.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Yamit Zulian, 2010. Manajemen Kualitas Produk & Jasa (Vol. Edisi Pertama). Sleman, DI Yogyakarta, Indonesia: EKONISIA.
- Yufita Ernawati dan Y. Djoko Suseno, Sunarso. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan DGC Coffeeshop Di Solo, Kutoarjo, Sragen. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia. Vol.11 No.2

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Cibinong, Bogor](https://id.wikipedia.org/wiki/Cibinong,_Bogor)

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/jasa>

<http://validnews.co/POTENSI-KOPI-INDONESIA-DALAM-GAYA-HIDUP-MASA-KINI-SZJ>

LAMPIRAN



GEROBAK KOPI ROMEO

Jl. Kol. Edy Yoso Martadipura No. 152, Pakansari
Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16915

Nomor : 001/GKR/SKR/VI/2018
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Riset

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bobby Purwanto
Jabatan : CEO Gerobak Kopi Romeo
Alamat : Jl. Kol. Edy Yoso Martadipura No.152, Pakansari, Cibinong

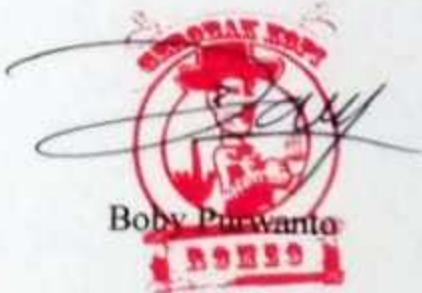
Menerangkan bahwa :

Nama : Nita Aviandani
NPM : 021114522
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Sekolah : Universitas Pakuan

Bahwa benar telah melaksanakan riset di Gerobak Kopi Romeo mulai tanggal 17 Maret – 5 Mei 2018 dengan baik.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Cibinong, 30 Juni 2018
CEO Gerobak Kopi Romeo


Bobby Purwanto

KUESIONER PENELITIAN

Saya Nita Aviandani, Mahasiswa Universitas Pakuan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen sedang melakukan penelitian sebagai syarat kelulusan Sarjana (S1). Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Gerobak Kopi Romeo)”**. Dimohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

I. Identitas Responden

- Jenis Kelamin : 1) Laki-Laki
: 2) Perempuan
- Usia : 1) 15 – 20 tahun
: 2) 21 – 25 tahun
: 3) 26- 30 tahun
: 4) 31 – 35 tahun
: 5) >36 tahun
- Pekerjaan : 1) Pelajar/Mahasiswa
: 2) Pegawai Negeri
: 3) Wiraswasta
: 4) Dll.
- Penghasilan : 1) < 3.000.000
: 2) 3.000.000 – 5.000.000
: 3) > 5.000.000
- Frekuensi Berkunjung : 1) 2 kali
: 2) 3-5 kali
: 3) >5 kali

Uji Validitas Indikator Kinerja

Indikator	Nomer Soal	Corrected Item-Total Correlation	R _{tabel} (0,05)	Penafsiran
<i>Reliability</i>	1	0,456	0,361	Valid
	2	0,536	0,361	Valid
	3	0,528	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>	4	0,615	0,361	Valid
	5	0,850	0,361	Valid
	6	0,631	0,361	Valid
<i>Assurance</i>	7	0,495	0,361	Valid
	8	0,488	0,361	Valid
	9	0,496	0,361	Valid
<i>Empathy</i>	10	0,650	0,361	Valid
	11	0,704	0,361	Valid
	12	0,451	0,361	Valid
<i>Tangibles</i>	13	0,502	0,361	Valid
	14	0,537	0,361	Valid
	15	0,780	0,361	Valid

Uji Validitas Indikator Kepuasan

Indikator	Nomer Soal	Corrected Item-Total Correlation	R _{tabel} (0,05)	Penafsiran
<i>Reliability</i>	1	0,464	0,361	Valid
	2	0,519	0,361	Valid
	3	0,491	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>	4	0,581	0,361	Valid
	5	0,803	0,361	Valid
	6	0,764	0,361	Valid
<i>Assurance</i>	7	0,596	0,361	Valid
	8	0,459	0,361	Valid
	9	0,517	0,361	Valid
<i>Empathy</i>	10	0,617	0,361	Valid
	11	0,545	0,361	Valid
	12	0,452	0,361	Valid
<i>Tangibles</i>	13	0,432	0,361	Valid
	14	0,506	0,361	Valid
	15	0,728	0,361	Valid

Uji Reliabilitas Indikator Kinerja

Indikator	Nomer Soal	Cronbach's Alpha	R _{tabel} (0,05)	Penafsiran
<i>Reliability</i>	1	0,840	0,361	Reliabel
	2	0,837	0,361	Reliabel
	3	0,836	0,361	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	4	0,832	0,361	Reliabel
	5	0,812	0,361	Reliabel
	6	0,830	0,361	Reliabel
<i>Assurance</i>	7	0,841	0,361	Reliabel
	8	0,839	0,361	Reliabel
	9	0,838	0,361	Reliabel
<i>Empathy</i>	10	0,829	0,361	Reliabel
	11	0,828	0,361	Reliabel
	12	0,844	0,361	Reliabel
<i>Tangibles</i>	13	0,841	0,361	Reliabel
	14	0,854	0,361	Reliabel
	15	0,820	0,361	Reliabel

Uji Reliabilitas Indikator Kepuasan

Indikator	Nomer Soal	Cronbach's Alpha if	R _{tabel} (0,05)	Penafsiran
<i>Reliability</i>	1	0,827	0,361	Reliabel
	2	0,824	0,361	Reliabel
	3	0,826	0,361	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	4	0,821	0,361	Reliabel
	5	0,802	0,361	Reliabel
	6	0,810	0,361	Reliabel
<i>Assurance</i>	7	0,820	0,361	Reliabel
	8	0,828	0,361	Reliabel
	9	0,824	0,361	Reliabel
<i>Empathy</i>	10	0,818	0,361	Reliabel
	11	0,824	0,361	Reliabel
	12	0,833	0,361	Reliabel
<i>Tangibles</i>	13	0,834	0,361	Reliabel
	14	0,842	0,361	Reliabel
	15	0,810	0,361	Reliabel

Uji Reliabilitas SPSS Indikator Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	15

Uji Reliabilitas SPSS Indikator Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	15

Kodingan Kualitas Pelayanan

No. Responden	Reliability			Responsiveness			Assurance			Empathy			Tangibles		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	4	4	3	3	4	5	5	4	2	4	4	4	3	3
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	4	4	5
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	2	4
7	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3
8	4	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4
9	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	5	2	4
10	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
11	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4
12	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	1	3
14	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4
15	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	2	3
20	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
21	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4
22	4	4	3	4	3	3	5	5	4	4	4	5	5	1	4

Kodingan Kualitas Pelayanan

23	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	
24	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4
25	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	1	3
26	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	2	3
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4
29	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
30	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
31	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
32	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	5	2	4
33	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
35	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	2	3
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
41	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2

Kodingan Kualitas Pelayanan

48	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	2	3
49	3	3	5	2	4	3	4	4	3	3	2	4	5	2	3
50	3	4	4	2	4	3	4	4	3	3	2	3	5	2	3
51	4	4	4	3	4	3	5	4	2	4	2	3	5	3	2
52	3	2	5	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3
53	4	3	4	2	4	3	4	3	2	4	3	5	5	2	3
54	4	4	5	2	4	4	2	4	3	3	4	4	4	2	3
55	4	5	5	2	5	4	3	4	3	4	3	5	4	1	2
56	3	4	5	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	2
57	5	3	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	5	2	2
58	5	2	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	5	3	3
59	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	3	4
60	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	5	5	3	4
61	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	5	5	4	3
62	4	3	4	4	5	3	4	4	3	2	3	3	5	3	4
63	4	2	3	3	4	2	5	4	2	2	4	4	5	3	3
64	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
65	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	2	3
66	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2
67	4	3	4	2	5	4	2	4	3	4	2	5	5	3	3
68	4	3	4	4	2	3	3	4	3	3	2	2	5	3	4
69	3	3	4	2	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	3
70	4	4	4	2	4	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4
71	5	3	4	2	3	4	2	3	3	4	3	5	5	3	3
72	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3

Kodingan Kualitas Pelayanan

73	5	4	5	3	5	2	5	4	3	4	3	3	4	2	3
74	5	4	4	4	3	2	3	3	2	4	4	4	3	3	4
75	4	3	5	3	4	2	5	2	3	3	3	3	4	2	3
76	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
77	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	5	3	3	4
78	4	3	4	3	5	4	3	3	2	3	4	3	5	3	3
79	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2
80	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3
81	2	2	4	3	3	3	5	3	4	2	3	4	3	2	3
82	3	3	3	2	4	3	5	4	3	3	3	4	3	3	3
83	2	4	4	4	4	3	5	4	2	4	2	5	3	2	4
84	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
85	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3
86	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
87	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5
88	4	2	4	4	3	3	5	4	2	3	2	3	3	4	4
89	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	4	5
90	4	4	4	2	5	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4
91	5	3	4	2	4	2	4	4	3	4	3	3	4	2	4
92	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	5	2	5
93	4	3	3	3	5	2	5	4	3	2	3	3	5	1	4
94	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	5	2	4
95	4	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	1	5
96	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	5	2	4
97	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	5	4	2	4

Kodingan Kualitas Pelayanan

98	4	3	5	4	2	2	5	4	3	2	2	2	3	2	5
99	3	3	5	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	4
100	2	4	4	4	5	2	2	3	3	4	2	5	4	2	4

Kodingan Kepuasan Pelanggan

No. Responden	Reliability			Responsiveness			Assurance			Empathy			Tangibles		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	3	4	3	5	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4
7	4	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
8	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4
9	4	5	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	5	2	4
10	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
12	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	3
14	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3
15	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
20	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
21	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4
22	4	4	3	4	3	3	5	5	4	4	4	5	5	1	4

Kodingan Kepuasan Pelanggan

23	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	4
24	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4
25	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	1	3
26	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	2	3
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4
29	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
30	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4
31	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
32	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	2	4
33	2	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	2	3
36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4
41	3	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5
43	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
45	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2

Kodingan Kepuasan Pelanggan

48	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	2	2	3
49	3	3	4	2	4	3	3	3	3	4	2	4	5	1	1
50	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	2	3	4	1	1
51	4	3	3	3	4	3	5	4	2	5	3	3	5	3	2
52	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3
53	3	3	4	2	4	3	4	3	2	4	3	5	5	2	3
54	3	5	5	2	4	4	2	4	3	2	2	4	4	2	4
55	4	4	5	2	5	4	3	4	3	4	3	5	4	1	3
56	3	4	5	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2
57	5	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	2	1	3
58	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	4
59	4	3	3	3	4	3	5	3	4	2	4	4	5	3	4
60	3	4	2	4	3	3	3	3	4	2	3	5	2	3	4
61	4	5	4	3	3	2	3	3	3	3	2	5	3	1	2
62	4	3	4	4	5	3	4	5	3	3	3	3	5	2	3
63	4	3	3	3	4	2	5	5	2	2	4	4	5	3	3
64	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
65	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5	2	4
66	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
67	4	3	4	2	5	5	2	4	4	4	2	5	4	1	4
68	5	3	4	4	2	3	3	4	3	3	2	2	5	3	4
69	3	3	4	2	3	2	2	3	4	3	2	3	4	2	4
70	5	4	4	2	4	3	2	2	2	4	2	2	4	2	3
71	4	3	4	2	3	4	2	3	3	4	3	5	4	3	4
72	4	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	2	4

Kodingan Kepuasan Pelanggan

73	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	3	3	4	2	3	
74	5	4	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4
75	4	3	5	3	4	2	5	2	3	3	3	3	5	2	4	
76	4	3	5	4	4	3	3	4	5	4	3	5	3	3	3	
77	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	5	3	3	4	
78	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	
79	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	
80	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	2	3	
81	2	2	4	3	3	3	5	3	4	2	3	5	5	2	3	
82	3	3	2	2	4	3	5	4	3	3	3	5	5	2	3	
83	2	4	4	4	4	3	5	4	2	3	2	5	4	1	4	
84	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	1	4	
85	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	5	4	3	
86	2	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	
87	3	2	4	4	4	2	3	5	3	3	3	4	3	3	4	
88	4	2	3	4	3	2	5	4	2	3	2	3	5	1	3	
89	3	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4	5	
90	3	4	5	3	5	5	3	3	4	3	3	5	4	3	4	
91	5	3	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	2	5	
92	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	5	5	2	5	
93	5	3	3	3	5	2	4	4	3	2	3	2	5	3	5	
94	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	5	1	4	
95	4	2	3	3	5	3	4	3	3	2	4	2	4	1	4	
96	3	2	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2	4	
97	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	5	4	2	3	

Kodingan Kepuasan Pelanggan

98	4	3	5	4	2	2	5	4	3	2	2	2	3	2	3
99	3	2	5	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3
100	2	4	4	4	5	2	2	3	3	4	2	5	3	2	3