



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN  
KONSUMEN PADA RESTORAN SUNDA EXPRESS**

Skripsi

Disusun Oleh :

Gilang Fauzi  
021114144

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**2018**

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN  
KONSUMEN PADA RESTORAN SUNDA EXPRESS**

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., MM, CA)

Ketua Program Studi,

(Tutus Rully, SE., MM)

# HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SUNDA EXPRESS

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari : jumat Tanggal: 27 / 07 / 2018

Gilang Fauzi  
0221 14 144

Menyetujui,

Dosen Penilai,



(Dra. Hj. Sri Hartini, MM)

Ketua Komisi Pembimbing,



(Dr. Ir. Indra Jaya, MM.)

Anggota Komisi Pembimbing,



(Yetty Husnul Hayati, SE., MM.)

## ABSTRAK

GILANG FAUZI (021114144). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express. Ketua komisi pembimbing Bapak INDRA JAYA dan Anggota Komisi Pembimbing Ibu YETTY HUSNUL HAYATI. Tahun 2018.

Restoran Sunda Express merupakan salah satu restoran yang menawarkan makanan khas sunda. Kualitas pelayanan dinilai baik oleh pelanggan, akan tetapi terjadi masalah/gap pada tahun 2014-2017 yaitu penurunan penjualan. Hal ini tidak sesuai dengan harapan restoran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express, penelitian mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di restoran sunda express yang bertempat Kp. Kemang Gede Taman Wisata Matahari Cisarua Bogor, dengan menggunakan data pendapatan, data pengunjung, data keluhan dan data kuesioner dengan jumlah responden 234, dengan metode non probability sampling. Metode yang digunakan kualitatif, analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji koefisien korelasi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diperoleh nilai  $r = 0,183$ . Artinya, kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang sangat rendah. Dari hasil uji koefisien determinasi adalah  $R$  sebesar 3,5% hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 3,5%, sedangkan dengan 96,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Hasil uji hipotesis koefisien korelasi nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,835 > 1,652$ ) maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak, menunjukkan bahwa terdapat hubungan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Restoran Sunda Express.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb. alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Sunda Exspress”**.

Adapun penulisan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
2. Bapak Ketut Sunarta, Ak., M.M., CA., Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Bapak Ferdisar Adrian, S.E., M.M., Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Tutus Rully, S.E., M.M., Selaku program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Bapak Dr. Ir. Indra Jaya, M.M., Selaku ketua komisi Pembimbing yang telah dengan sabar membimbing penulis.
6. Ibu Yetty Husnul Hayati, S.E., M.M., Selaku anggota komisi pembimbing yang telah banyak sekali memberi masukan dan arahan kepada penulis.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor Jurusan Manajemen yang telah banyak memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Bagian HRD dan Accounting Restoran Sunda Exspress yang telah memberikan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga terutama Ayah, Ibu, Kaka dan Adikku yang telah memberikan motivasi penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat (Abdul Robbie M, Wisanda SK, Sandy REW, Horas Hasibuan, Fahmi Rudin, Rivan), terima kasih buat doa, semangat, kebersamaan, dan keceriaan yang selalu kalian berikan dimanapun kalian berada.
11. Maspupah yang selalu memberikan masukan, motivasi, teguran dan menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan kelas C Manajemen, langkah saya tak berarti tanpa kalian.
13. Arjuna Homestay dan White Kos yang telah menyediakan tempat untuk mengerjakan skripsi ini.
14. Untuk seluruh mahasiswa manajemen 2014, atas segala bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Dan seluruh pihak yang terlihat secara langsung dan tidak langsung yang tidak disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulis skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Bogor, Juli2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iiv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
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. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran .....	8
2.2 Jasa .....	9
2.2.1 Pengertian Jasa .....	9
2.2.2 Karakteristik Jasa .....	10
2.3 Kualitas Pelayanan .....	11
2.3.1 Pengertian Pelayanan .....	11
2.3.2. Pengertian Kualitas .....	12
2.3.3. Indikator Kualitas Pelayanan .....	12
2.4 Kepuasan Konsumen.....	15
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	15
2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen .....	16
2.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	17
2.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	18
2.5 Penelitian Sebelumnya .....	19
2.6 Kerangka Pemikiran dan Konstelasi Penelitian .....	21
2.6.1 Kerangka Pemikiran.....	21
2.6.2 Konstelasi Penelitian .....	22
2.7 Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
1.1. Jenis Penelitian.....	24
1.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian .....	24
3.2.1. Objek Penelitian .....	24

3.2.2. Unit Analisis .....	24
3.2.3. Lokasi Penelitian .....	24
1.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	24
1.4. Operasionalisasi Variabel .....	25
1.5. Metode Penarikan Sampel.....	25
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	26
1.7. Metode Pengolahan/Analisis Data .....	27
3.7.1. Uji Validitas .....	27
3.7.2. Uji Reabilitas.....	29
3.7.3. Analisis Koefisien Korelasi.....	31
3.7.4. Analisis Koefisien Determinasi.....	32
3.7.5. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	34
4.1.1. Sejarah Singkat Restoran Sunda Express.....	34
4.1.2. Kegiatan Usaha .....	34
4.1.3. Struktur Organisasi.....	35
4.2. Profil Responden .....	35
4.3. Pembahasan.....	38
4.3.1. Kualitas Pelayanan Pada Restoran Sunda Express.....	38
4.3.2. Kepuasan Konsumen Pada Restoran Sunda Express .....	45
4.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Sunda Express .....	50
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan.....	54
5.2. Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Kota Bogor Tahun 2014-2016.....	2
Tabel 2	Data Pendapatan Sunda Express Tahun 2014-2017 .....	2
Tabel 3	Data pengunjung Sunda Exspress Tahun 2014-2017 .....	3
Tabel 4	Data Keluhan Konsumen Tahun 2014-2017 .....	4
Tabel 5	Penelitian Sebelumnya .....	19
Tabel 6	Operasionalisasi Variabel“Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express” .....	25
Tabel 7	Skala Likert.....	26
Tabel 8	Kriteria penilaian .....	27
Tabel 9	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	28
Tabel 10	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	28
Tabel 11	Kriteria penilaian terhadap koefisien $\alpha$ Cronbach.....	29
Tabel 12	Case Processing Summary.....	29
Tabel 13	Reliability Statistics .....	30
Tabel 14	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	30
Tabel 15	Case Processing Summary.....	30
Tabel 16	Reliability Statistics .....	31
Tabel 17	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen .....	31
Tabel 18	Koefisien Korelasi dan Tafsirannya.....	32
Tabel 19	Kegiatan Usaha Restoran Sunda Express .....	34
Tabel 20	Data Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 21	Data Konsumen Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 22	Jenis Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 23	Mayoritas total data responden.....	38
Tabel 24	Skala Likert.....	38
Tabel 25	Kriteria penilaian .....	39
Tabel 26	Restoran bersih dan nyaman.....	39
Tabel 27	Tersedianya tempat parkir yang baik.....	39
Tabel 28	Penampilan karyawan yang baik .....	40
Tabel 29	Pesanan terbebas dari kesalahan .....	40
Tabel 30	Kemampuan berkomunikasi dengan baik .....	41
Tabel 31	Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat.....	41
Tabel 32	Kecepatan pelayanan .....	41
Tabel 33	Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran .....	42
Tabel 34	Keterampilan dalam memberikan pelayanan .....	42
Tabel 35	Memiliki nilai moral .....	42
Tabel 36	Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai .....	43
Tabel 37	Memberikan perhatian khusus kepada konsumen .....	43
Tabel 38	Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial .....	44
Tabel 39	Memahami kebutuhan konsumen secara spesifik .....	44

Tabel 40 Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	44
Tabel 41 Skala Likert .....	45
Tabel 42 Kriteria Penilaian .....	46
Tabel 43 Restoran bersih dan nyaman.....	46
Tabel 44 Tersedianya tempat parkir yang baik.....	46
Tabel 45 Penampilan karyawan yang baik .....	46
Tabel 46 Tindakan memberikan layanan dengan segera .....	47
Tabel 47 Pesanan terbebas dari kesalahan .....	47
Tabel 48 Kemampuan berkomunikasi dengan baik .....	48
Tabel 49 Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat.....	48
Tabel 50 Kecepatan pelayanan .....	48
Tabel 51 Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran .....	49
Tabel 52 Memiliki nilai moral .....	49
Tabel 53 Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai .....	50
Tabel 54 Memberikan perhatian khusus kepada konsumen .....	50
Tabel 55 Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial .....	50
Tabel 56 Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	51
Tabel 57 Korelasi Kualitas pelayanan dan Kepuasan Konsumen <i>Product Moment</i> (SPSS 23).....	52
Tabel 58 Nilai Interval Koefisien .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pendapatan Sunda Express .....	3
Gambar 2	Data Pengunjung Sunda Exspress.....	3
Gambar 3	Keluhan konsumen Sunda Express.....	5
Gambar 4	Konstelasi Penelitian Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen .....	22
Gambar 5	Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Korelasi .....	33
Gambar 6.	Struktur Organisasi Restoran Sunda Express .....	35
Gambar 7	Tingkat Presentase Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Gambar 8	Tingkat Presentase Berdasarkan Usia Responden .....	37
Gambar 9	Tingkat Presentase Berdasarkan Perkerjaan Responden .....	37
Gambar10	Mayoritas Data Responden.....	38
Gambar 11	Kurva Uji Hipotesis .....	53

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.5. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan perekonomian pada era globalisasi sekarang ini sudah semakin pesat, untuk menjalankan sebuah bisnis bukan hal yang sulit. Terbukti dari banyaknya perusahaan-perusahaan yang didirikan, tetapi bukan berarti akan mudah bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan bahkan meningkatkan perusahaan tersebut tanpa adanya strategi bisnis yang tepat terutama bagi perusahaan yang baru berdiri. Indonesia adalah salah satu negara yang sangat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, dan melakukan aktifitas wisata, terutama wisata belanja dan kuliner. Oleh karena itu banyak berkembang penyedia makanan di Indonesia yang menawarkan pengalaman dalam bersantap bagi wisatawan.

Perkembangan bisnis jasa restoran khususnya di Bogor dan sekitarnya pusat bisnis dan kuliner, semakin meningkatkan persaingan di antara restoran-restoran tersebut. Di Bogor dan sekitarnya pusat bisnis dan kuliner banyak sekali usaha-usaha yang sedang berkembang saat ini salah satunya banyaknya restoran-restoran dengan memperlihatkan persaingan yang ketat dalam merebut konsumen dan mengembangkan pangsa pasar. Restoran saat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis restoran semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin maju, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing restoran harus dapat / banyak investor yang merasa perlu untuk berinvestasi di industri tersebut, salah satunya yaitu industri restoran. Menurut Badan Pusat Statistik, rata-rata pendapatan dari restoran dan rumah makan berskala menengah dan besar selama tahun 2015 mencapai 4,66 milyar rupiah per perusahaan. Sebagian besar pendapatan restoran (99,47 persen) merupakan pendapatan yang diperoleh dari penjualan makanan dan minuman (kegiatan utama), dengan rata-rata pengunjung perharinya sebesar 227. Ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman, merupakan salah satu pendongkrak ekonomi di Indonesia dan dimana kebutuhan akan makan dan minum merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh masyarakat. (<https://www.bps.go.id/>).

Berdasarkan data pendapatan restoran yang dijelaskan di atas maka jumlah restoran dan rumah makan di Kota Bogor mengalami peningkatan. Berikut merupakan jumlah restoran dan rumah makan di Kota Bogor :

Tabel 1  
Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Kota Bogor  
Tahun 2014-2016

Tahun	Jumlah Restoran dan Rumah Makan
2014	130
2015	135
2016	162

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2018

Berdasarkan tabel 1, jumlah restoran dan rumah makan di Kota Bogor mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2014 sebanyak 130, tahun 2015 sebanyak 135, dan mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 162. Semakin meningkatnya jumlah restoran menimbulkan persaingan ketat dengan perusahaan sejenis.

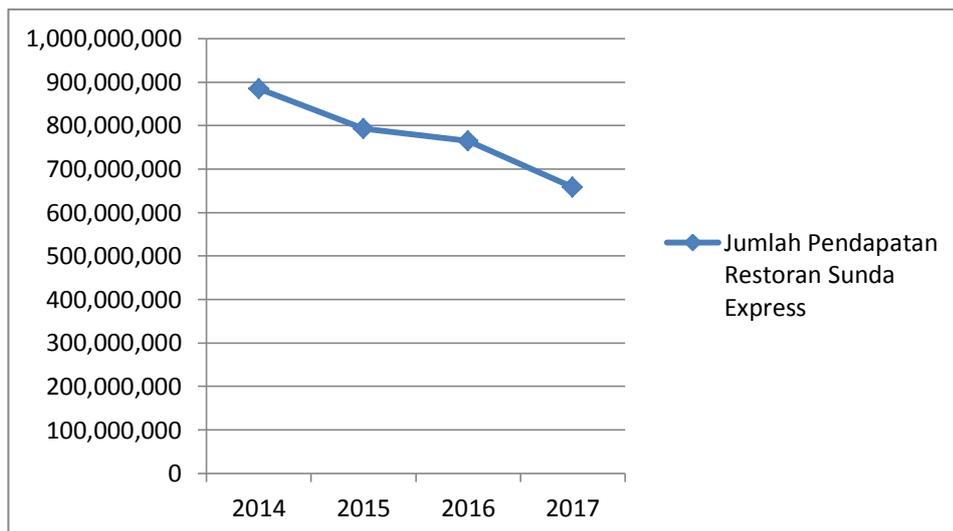
Salah satu restoran yang berada di Kota Bogor adalah Restoran Sunda Express merupakan sebuah usaha kuliner yang didirikan pada tahun 1998. Lokasi Restoran Sunda Express sangat strategis dan mudah dijangkau karena berada di dalam area Taman Wisata Matahari yang beralamat di jalan raya puncak KM 77 Cilember. Restoran Sunda Exspress adalah restoran khas sunda di Taman Wisata Matahari puncak bogor yang menyajikan hidangan khas sunda dengan berbagai menu andalan yang di racik dan diolah secara higienis oleh para juru masak profesional dan berpengalaman. Visi dari Restoran Sunda Express menjadikan restoran makanan khas sunda ternama seindonesia dengan pelayanan terbaik. Visi tersebut dapat tercapai dengan melaksanakan misi dari restoran ini, yaitu : 1) memberikan pelayanan terbaik dan mengedepankan kenikmatan cita rasa khas makanan sunda, 2) memperkerjakan SDM yang berkualitas dan mengembangkan sistem operasional melalui inovasi dan teknologi, 3) membuka cabang disetiap kota di indonesia, 4) terus mengalami perkembangan yang menguntungkan.

Namun pada tahun 2014-2017 jumlah pendapatan Restoran Sunda Express mengalami penurunan, hal ini terlihat dari data sebagai berikut :

Tabel 2  
Jumlah Pendapatan Restoran Sunda Express  
Tahun 2014-2017

Tahun	Pendapatan	Pertumbuhan
2014	884.953.400	-
2015	792.689.670	-10,43%
2016	764.915.866	-3,50%
2017	658.739.574	-13,88%

Sumber: Sunda Express, diolah 2018



Sumber : Sunda Express, diolah 2018

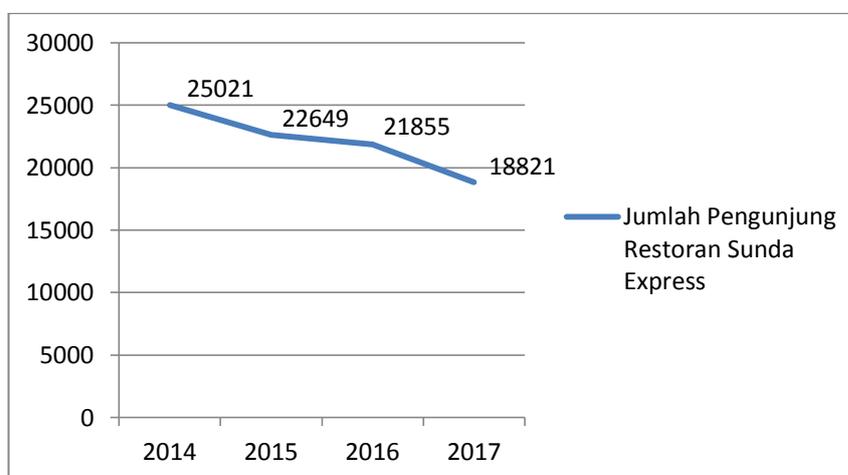
Gambar 1  
Pendapatan Sunda Express

Berdasarkan tabel 2 gambar 1 diatas dapat diketahui jumlah pendapatan Restoran Sunda Express selama 4 tahun terakhir mengalami penurunan, pada tahun 2014 sebesar Rp. 884.953.400, 2015 dengan persentase -10,43%, 2016 ke 2017 mengalami penurunan secara drastis sebanyak 18.821.

Tabel 3  
Jumlah Pengunjung Restoran Sunda Exspress  
Tahun 2014-2017

Tahun	Total Pengunjung	Pertumbuhan
2014	25.021	-
2015	22.649	-9,48%
2016	21.855	-3,47%
2017	18.821	-13,88%

Sumber : Sunda Exspress, diolah 2018



Sumber : Sunda Express, diolah 2018

Gambar 2  
Jumlah Pengunjung Restoran Sunda Exspress

Berdasarkan tabel 3 gambar 2 jumlah pengunjung Restoran Sunda Express mengalami penurunan setiap tahun. Di tahun 2014 jumlah pengunjung sebanyak 25.021, tahun 2015 sebanyak 22.649, tahun 2016 sebanyak 21.855, dan pada tahun 2017 mengalami penurunan secara drastis sebanyak 18.821.

Salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah pendapatan dan jumlah pengunjung dikarenakan adanya faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yaitu banyaknya pesaing restoran yang menjual masakan cepat saji seperti CFC, Balcony Cafe, Cafe Goa, Super Cafe, dan lainnya. Kemudian dari faktor internal menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran Sunda Express. Hal ini terlihat dari survei awal kepada konsumen Restoran Sunda Express melalui wawancara dan kuesioner bahwa konsumen merasa tidak puas sehingga tidak melakukan pembelian ulang. Menurut Kotler dan Keller (2009:140) pembelian ulang atau membeli lagi merupakan salah satu indikator kepuasan konsumen. Untuk itu Restoran Sunda Express harus menjadikan motivasi agar kepuasan konsumen menjadi prioritas utama.

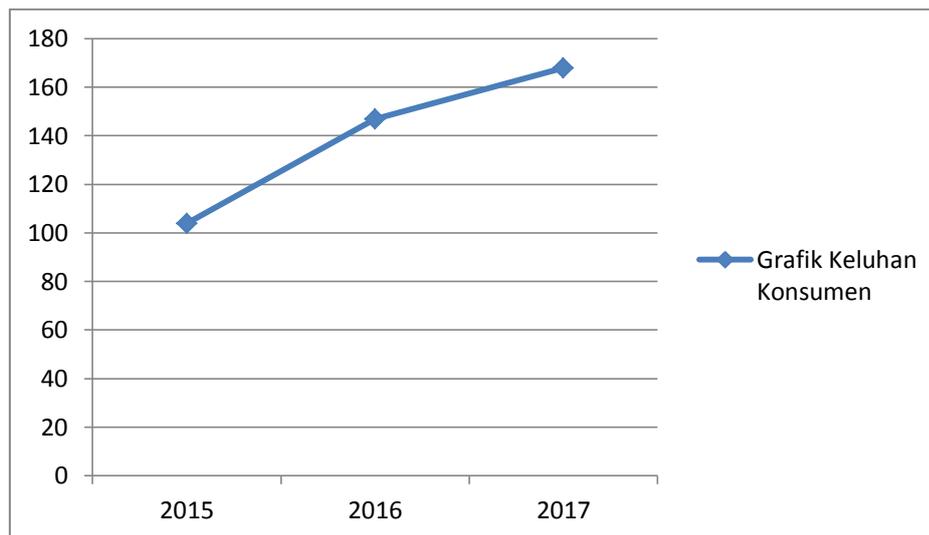
Kepuasan konsumen merupakan suatu evaluasi paska pembelian yaitu dengan membandingkan harapan konsumen dengan kenyataan yang diterimanya. Indikator kepuasan konsumen kualitas yang diberikan sesuai yang dijanjikan, pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan konsumen. Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka, Kotler dan Keller (2009:139).

Dari penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor yang paling penting untuk memenangkan persaingan, terutama dalam era globalisasi. Selain kepuasan ada juga yang harus diperhatikan seperti kualitas. Menurut Ratnasari dan Aksa (2016 :117) beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Penurunan jumlah pendapatan dan jumlah pengunjung Restoran Sunda Express ini disebabkan oleh faktor salah satunya terdapat keluhan-keluhan dari konsumen yang membuat konsumen merasa tidak puas. Berikut adalah data keluhan Restoran Sunda Express :

Tabel 4  
Data Keluhan Konsumen  
Tahun 2014-2017

No.	Jenis Keluhan	Jumlah keluhan konsumen		
		2015	2016	2017
1.	Pelayan tidak tepat waktu dalam mengantarkan pesanan	35	43	60
2.	Pihak restoran tidak tanggap dalam melayani keluhan konsumen	31	39	25
3.	Pelayan tidak dapat berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen	24	57	71
4.	Pihak restoran menjamin ganti rugi atas pesanan konsumen	14	8	10
Jumlah		104	147	168

Sumber : Sunda Express, diolah 2018



Gambar 3  
Keluhan konsumen Sunda Express

Berdasarkan data keluhan konsumen, terlihat terjadinya peningkatan dalam keluhan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pihak Restoran Sunda Express pada tahun 2015 keluhan yang cukup banyak sebesar 104, selanjutnya tahun 2016 keluhan konsumen mengalami peningkatan 147, dan pada tahun 2017 pun terjadinya peningkatan sebesar 168. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih belum maksimal.

Kualitas pelayanan suatu perusahaan akan menjadi salah satu faktor yang paling utama dalam membentuk kepuasan konsumen. Menurut Mauludin (2010 : 67 ) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Adapun indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Semakin tinggi dan baik kualitas suatu produk/jasa maka kepuasan akan meningkat.

Secara teori, ketika pelayanan bagus, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dari hasil wawancara dengan pihak restoran mereka menuturkan bahwa pelayanan yang mereka berikan sudah diatas rata-rata. Namun faktanya dari data yang saya peroleh tertera bahwa pendapatan restoran selalu menurun setiap tahunnya begitu juga banyak yang menyampaikan keluhan-keluhan yang menandakan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Restoran Sunda Express.

Mengingat suatu permasalahan bisa terjadi kapan saja, persaingan yang semakin ketat antara pesaing lain maka Restoran Sunda Express harus tetap mempertahankan konsumennya. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SUNDA EXPRESS”**.

## **1.6. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah :

1. Adanya penurunan pendapatan pada tahun 2014-2017 yang menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen.
2. Adanya penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2014-2017 yang menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen.
3. Terdapat beberapa keluhan atau ketidakpuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan Restoran Sunda Express.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada restoran sunda express ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada restoran sunda express ?
3. Bagaimana hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada restoran sunda exspress ?

### **1.7. Tujuan Penelitian**

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada restoran sunda exspress.
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada restoran sunda exspress.
3. Bagaimana hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada restoran sunda exspress.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian yang akan di lakukan ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis  
Untuk memberikan berbagai informasi kepada pembaca tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang baik dan benar.
2. Kegunaan Praktek
  - a. Dengan penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan masukan bagi restoran sunda exspress untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.
  - b. Hasil penelitian ini di harapkan dapat bisa menjadi bahan pertimbangan dalam membuat atau merencanakan keputusan penjualan yang tepat juga menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam upaya meningkatkan pendapatan restoran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.8 Pemasaran**

##### **2.8.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran atau marketing adalah aktivitas atau serangkaian antuisi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan serta mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan barang ataupun jasa dalam upaya yang mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

Pemasaran juga merupakan suatu usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang di arahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diperoleh melalui pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Untuk memahami manajemen pemasaran maka di kutip pengertian pemasaran menurut beberapa para ahli, adalah sebagai berikut:

Menurut Thjiptono (2008:7) “Pemasaran adalah sesuatu proses sosial dan majerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apayang di butuhkan dan di inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukan segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lain.”

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dalam sebuah perusahaan atau organisasi baik individu-individu maupun kelompok-kelompok melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk barang atau jasa yang bernilai untuk mendapatkan apa yang konsumen butuhkan dan inginkan. (Kotler dan Amstrong, 2008:7)

Menurut Oentoro (2012:2) “pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan melalu konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan.”

Dari teori beberapa ahli diatas dapat disimpulkan, bahwa pemasaran merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan barang dan jasa dengan proses penciptaan, penawaran dan pertukaran.

### 2.8.2 Konsep Manajemen Pemasaran

Menurut Fandy Tjiptono (2014:4) menyatakan bahwa perkembangan konsep pemasaran meliputi :

1. Konsep Produksi  
Pemasar yang berpegang pada konsep ini berorientasi pada proses produksi/operasi (internal). Asumsi yang diyakini bahwa konsumen hanya akan membeli produk-produk yang murah dan gampang diperoleh.
2. Konsep Produk  
Dalam konsep ini, pemasar beranggapan bahwa konsumen lebih menghendaki produk-produk yang memiliki kualitas, kinerja, fitur (*features*) atau penampilan superior. Konsekuensinya, pencapaian tujuan bisnis perusahaan dilakukan melalui inovasi produk, riset dan pengembangan, dan pengendalian kualitas secara berkesinambungan.
3. Konsep Penjualan  
Konsep ini merupakan konsep yang berorientasi pada tingkat penjualan (internal), dimana pemasar beranggapan bahwa konsumen harus dipengaruhi (bilamana perlu di rujuk) agar penjualan dapat meningkat, sehingga tercapai laba maksimum sebagaimana menjadi tujuan perusahaan.
4. Konsep Pemasaran  
Berbeda dengan 3 konsep terdahulu yang berorientasi pada lingkungan internal, konsep pemasaran berorientasi pada pelanggan (lingkungan eksternal), dengan anggapan bahwa konsumen hanya akan bersedia membeli produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta memberikan kepuasan.
5. Konsep Pemasaran Sosial  
Pemasar yang menganut konsep ini beranggapan bahwa konsumen hanya akan bersedia membeli produk yang mampu memuaskan kebutuhan dan keinginannya serta berkontribusi pada kesejahteraan lingkungan sosial konsumen.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:19) menyatakan bahwa para pemasar semakin mampu berorientasi secara konsisten dengan suatu konsep pemasaran holistik. Berikut evolusi gagasan-gagasan pemasaran awal:

1. Konsep Produksi  
Konsep Produksi adalah salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep ini menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal. Para manajer dari bisnis yang berorientasi pada produksi berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi masal.

2. **Konsep Produk**  
Konsep Produk berpendapat bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Manajer dari organisasi ini berfokus untuk membuat produk yang unggul dan senantiasa memuktahirkan.
3. **Konsep Penjualan**  
Konsep penjual beranggapan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan tidak akan membeli cukup banyak produksi organisasi. Karenanya, organisasi tersebut harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif.
4. **Konsep Pemasaran**  
Konsep pemasaran muncul pada pertengahan tahun 1950-an. Alih-alih membuat filosofi “membuat dan menjual” yang berpusat pada produk, bisnis beralih ke filosofi “merasakan-dan-merespon” yang berpusat pada pelanggan. Tugas pemasaran adalah bukan mencari pelanggan yang tepat untuk produk anda, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan anda.
5. **Konsep Pemasaran Holistik**  
Konsep Pemasaran Holistik didasari pada pengembangan, desain, dan pengimplementasian program pemasaran, proses dan aktivitas-aktivitas yang menyadari keluasan dan sifat saling ketergantungan. Pemasaran holistik menyadari bahwa “segala hal berarti” dalam pemasaran dan bahwa perspektif yang laus dan terintegrasi sering kali di perlukan.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa konsep manajemen pemasaran merupakan dasar dari pelaksanaan manajemen pemasaran, dimulai dari konsep produksi yang mengedepankan biaya murah dan tersedia dimana-mana, konsep produk dengan menciptakan yang unggul yang sesuai dengan kebutuhan zaman, konsep penjualan perusahaan melakukan aktivitas untuk membawa produk lebih dekat kepada konsumen agar konsumen membeli produk, dan konsep pemasaran yaitu bagaimana perusahaan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sasaran agar dapat memberikan kepuasan kepada pasar sasaran dan keunggulan dari pesaing.

## **2.9 Jasa**

### **2.9.1 Pengertian Jasa**

Sejumlah ahli dalam bidang jasa telah melakukan berbagai upaya dalam tujuan untuk dapat merumuskan definisi jasa, namun demikian hingga saat ini belum satu definisi yang di terima secara bulat. Keanekaragaman definisi tentang jasa tersebut dapat di lihat dari pendapat beberapa ahli ekonomi sebagai berikut:

Menurut Nurriyati (2010:27) “jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang di tawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan pemilikan”.

Menurut Alma (2009:243) “jasa adalah sesuatu yang dapat di identifikasikan secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan”.

Menurut Lovelock dan Gummesson (2010:15) “Menetapkan bahwa jasa (*service*) adalah suatu bentuk sewa menyewa yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen”.

Dari definisi para ahli di atas jasa dapat di artikan atau dapat di simpulkan merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat di tawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat berpindah kepemilikannya.

### **2.2.2 Karakteristik Jasa**

Jasa memiliki beberapa karakteristik yang membedakan dari produk barang, jasa memiliki karakteristik khusus yang harus di pertimbangkan perusahaan ketika merancang program pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:56), terdapat empat karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Tidak berwujud (*intangibility*)  
 Jasa berbeda dengan hasil produksi perusahaan. Jasa tidak dapat di lihat, diraba, dirasa, didengar, dicium sebelum jasa itu di beli. Benda atau barang yang kita beli atau yang kita gunakan sehari-hari adalah sebagai objek, sebuah alat atau sebuah benda, sedangkan jasa merupakan perbuatan, penampilan atau sebuah usaha. Bila kita membeli barang maka barang tersebut di pakai atau di tempatkan di suatu tempat. Tetapi bila membeli jasa maka pada umumnya tidak ada wujudnya. Bila uang di bayar untuk membeli jasa, maka pembeli tidak akan memperoleh tambahan benda yang akan di bawa kerumah. Walaupun penampilan jasa diwakili oleh wujud tertentu.
2. Tidak dapat di pisahkan (*Inseparability*)  
 Umumnya jasa di hasilkan dan di konsumsi secara bersama tidak seperti barang fisik yang di produksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjualan dan baru kemudian dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya di jual dahulu kemudian di produksi dan di konsumsi secara serentak.
3. Keberagaman (*variability*)  
 Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu di lakukan. Misalnya jasa yang di berikan oleh sebuah maskapai penerbangan yang melayani rute terbang jarak pendek dengan maskapai penerbangan yang melayani rute panjang akan sangat berbeda.

4. Tidak dapat di simpan (*parishability*)

Jasa tidak di simpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut di produksi dan langsung diterima oleh si penerimanya. Karakteristik ini seperti inti berbeda dengan barang wujud yang tepat di produksi terlebih dahulu, disimpan dan dipergunakan lain waktu.

Sedangkan menurut Alma (2013:244) terdapat 3 karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi, adalah sebagai berikut:

1. Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*more intangible than tangible*).
2. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*).
3. Kurang memiliki keseragaman (*less standardized and uniform*).

Dari definisi para ahli di atas jasa dapat di artikan atau dapat di simpulkan merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat di tawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat berpindah kepemilikannya.

## **2.10 Kualitas Pelayanan**

### **2.10.1 Pengertian Pelayanan**

Pelayanan merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan, karenan dengan pelayanan yang baik maka sebuah perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Keberhasilan suatu perusahaan akan bisa dilihat dari keberhasilannya membuat para pelanggan merasa puas dengan kinerja yang di berikan oleh suatu perusahaan, maka jika perusahaan ingin dikatakan baik atau berhasil harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen atau pelanggan.

Menurut Oxford (2000) dalam buku Konsumen dan Pelayanan Prima pengarang Daryanto dan setyabudi (2014, 136) *service* didefinisikan sebagai “*a system that provides something that the public needs, organized by the government or a private company*”. Pelayanan adalah jasa atau pelayanan yang di berikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu, misalnya layanan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsumen, mencari pesanan, mengatasi keluhan-keluhan, perbaikan-perbaikan reparasi, melayani pembeli di toko untuk pramuniaga dan sebagainya. (Alma (2011:243).

Daryanto dan Setyobudi (2014:135) “Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisis”.

Menurut Moenir (2012:47) menjelaskan bahwa “Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan menurut Kotler (2009:464) menyebutkan bahwa pelayanan (*service*) dapat di

definisikan “Sebagai suatu tindakan atau kinerja yang di berikan oleh seseorang kepada orang lain”.

Dari pendapat beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) sebagai interaksi antara konsumen dengan karyawan yang di sediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang di maksud untuk memecahkan masalah seperti pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan konsumen/pelanggan.

### **2.3.2 Pengertian Kualitas**

Menurut Davis dalam Yamit (2010:8), mendefinisikan kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu “Kualitas merupakan suatu keadaan dinamis yang memiliki hubungan dengan produk, jasa, individu, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut Welch Jr dalam Kotler dan Keller (2009:143) “Kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang di nyatakan atau tersirat”.

Sedangkan menurut Goetsch dan davis (1994) dalam Tjiptono (2012:152) mengemukakan bahwa kualitas dapat dirumuskan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan.

Pendekatan yang dikemukakan Goetsch dan Davis ini menegaskan bahwa kualitas tidak hanya tertuju pada produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, proses, lingkungan. Karena produk dan jasa berkualitas di hasilkan melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, maka dapat di simpulkan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan totalitas fitur dan karakteristik produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

### **2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (dalam Hardiansyah 2011:46) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (berwujud)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiveness* (ketanggapan)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Empathy* (Empati).

Masing-masing dimensi memiliki indikator-indikator yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. *Tangibles* (berwujud) : kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Indikatornya adalah :
  - a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
  - b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
  - c. Kemudahan dalam proses pelayanan
  - d. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan
  - e. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan
  - f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan
2. *Realibility (kehandalan)* : kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Indikatornya adalah :
  - a. Kecermatan petugas dalam melayani
  - b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
  - c. Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
  - d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
  - e. Baca juga Standar Pelayanan Publik
3. *Responsivess (ketanggapan)* : kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Indikatornya adalah:
  - a. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
  - b. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat
  - c. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat
  - d. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
  - e. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
  - f. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
4. *Assurance (jaminan)* : kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. Indikatornya adalah :
  - a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
  - b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
  - c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
  - d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan
5. *Emphaty (Empati)* : sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Indikatornya adalah :
  - a. Mendahulukan kepentingan pelanggan/pemohon
  - b. Petugas melayani dengan sikap ramah
  - c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
  - d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
  - e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

Menurut Yamit (2013:10) ada lima dimensi kualitas pelayanan, sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangibles*)  
Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang di berikan oleh para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh:gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*reability*)  
Yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurat yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*)  
Yaitu mutu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*)  
Yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*empathy*)  
Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang di berikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198) yaitu terdapat lima dimensi kualitas pelayanan utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*Reliability*), bahwa pada komponen ini, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan

merespon para pelanggan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan jasa secara cepat.

3. Jaminan (*Assurance*), yakni keyakinan yang meliputi perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
4. Empati (*Emphaty*), berarti bahwa dimana perusahaan memberikan perhatian serta memahami masalah para pelanggan dan bertindak bagi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), meliputi daya tarik fasilitas fisik dari kualitas, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, kebersihan gedung, kerapian, kenyamanan ruangan, serta penampilan karyawan.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli bahwa indikator kualitas pelayanan yang dapat digunakan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan antara lain :

1. *Tangible* (penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (kinerja yang dapat digunakan dan akurat)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan)
5. *Emphaty* (komunikasi yang baik dan pemahaman pelanggan)

Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan oleh persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

## **2.11 Kepuasan Konsumen**

### **2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang rill/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Menurut Adisaputro (2010:67) menyatakan bahwa: “kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau outcome) yang dihubungkan dengan harapannya”.

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

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:181) menyatakan bahwa: “kepuasan konsumen diukur dengan beberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual”.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah pencapaian kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap hasil kinerja produk/jasa yang sudah sesuai dengan harapan-harapan konsumen tersebut.

#### 2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:140) perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk yang baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif kepada harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin. Kepuasan pelanggan yang lebih besar juga berhubungan dengan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dan resiko yang lebih rendah di pasar saham.

Adapun menurut Kotler (2009:36) indikator yang digunakan dalam menilai kepuasan konsumen adalah:

1. Kualitas yang diberikan sesuai yang dijanjikan.
2. Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Menurut Tjiptono (2014:368) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1. Kepuasan Kelanggan Keseluruhan (*overall customer satisfaction*)  
Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan  
Berbagi penelitian memilih kepuasan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya semacam proses ini terdiri atas empat langkah.
3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectations*)  
Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan pada sejumlah atribut dimensi penting.
4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)  
Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)  
Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relative untuk lama atau bahkan terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau

keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk di analisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (*customer dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering diteliti guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi (a) complain; (b) retur pengembalian produk; (c) biaya garansi; (d) *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar); (e) gethok tular negative; dan (f) *defections* (konsumen yang beralih ke pesaing).

Berdasarkan pendapat para ahli, peneliti menunggukan gabungan indikator kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller yaitu membeli lagi (*repurchase*), mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang dan merekomendasikan (*word of mounth*), kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing, menawarkan ide pokok atau jasa kepada perusahaan, kinerja yang baik memberikan kepuasan bagi konsumen. Dan menurut Fandy Tjiptono yaitu konfirmasi harapan.

### 2.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2012:318) bahwa ada empat metode yang sering digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran  
Seperti kotak saran di lokasi-lokasi strategis, kartu pos berprangko, saluran telpon bebas pulsa, *websit, email, fax, blog*, dan lain-lain.
2. *Ghost shopping (mystery shopping)*  
Yaitu salah satu bentuk riset observasi partisipatoris yang memakai jasa orang-orang yang ‘menyamar’ sebagai pelanggan perusahaan dan pesaing sembari mengamati secara riset aspek-aspek layanan kualitas produk.
3. *Lost customer analysis*  
Yakni menghubungi atau mewawancarai para pelanggan yang telah beralih pemasok dalam rangka memahami penyebabnya dan melakukan perbaikan layanan.
4. Survei kepuasan pelanggan  
Baik via pos, telpon, *email, website, blog*, maupun tatap muka langsung

Menurut Kotler dan Keller (2009:140) menyatakan bahwa ada sejumlah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan. Yaitu :

1. Survei berkala dapat melacak kepuasan pelanggan secara langsung dan juga mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembali dan kemungkinan atau kesediaan response untuk merekomendasikan suatu perusahaan suatu perusahaan dan merek kepada orang lain.

2. Mengamati tingkat keluhan pelanggan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih ke pemasok lain untuk mengetahui alasannya.
3. Memperkerjakan pembelanja misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial dan melaporkan titik kuat dan lemah yang di alaminya dalam membeli produk perusahaan maupun produk pesaing.

Kesimpulan dari pengukuran kepuasan pelanggan adalah pelanggan dilibatkan langsung dalam pengembangan produk suatu perusahaan dengan mengidentifikasi apa yang di butuhkan oleh pelanggan agar perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan.

#### **2.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Irawan (2009:37) dalam jurnal Hermawan dan Saputri terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk  
Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah dibenak konsumen.
2. Kualitas pelayanan  
Kualitas pelayanan dibidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk atau jasa sebuah perusahaan.
3. Emosional  
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
4. Harga  
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Elemen mempunyai konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka pelanggan atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi.

#### 5. Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut Ratnasari dan Aksa (2016:117) dalam menentukan kepuasan konsumen ada 5 faktor yang di perhatikan oleh perusahaan, antara lain :

##### 1. Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

##### 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.

##### 3. Emosional

Emosional yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai sosial, *self-esteem* yang membuat pelanggan lebih puas dengan merek tertentu.

##### 4. Harga

Harga yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi di tetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

##### 5. Biaya

Biaya yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/jasa ini.

Berdasarkan teori faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diatas dapat di simpulkan bahwa konsumen akan merasa puas, senang, dan bangga apabila produk, pelayanan, emosional dan harga yang mereka harapkan sesuai dengan harapan mereka.

## 2.12 Penelitian Sebelumnya

Tabel 5  
Penelitian Sebelumnya

No	Publikasi	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Ahmad Bari, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Berbelanja di Cak-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas pelayanan</li> <li>• Kepuasan pelanggan</li> </ul>	Hasil pengujian menunjukkan Pengaruh Kualitas Pelayanan terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penulis melakukan penelitian menggunakan metode pengolahan data</li> </ul>

- |  |   |  |
|--|---|--|
| Cuk Surabaya   | berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. | koefisien korelasi.<br>• Penulis melakukan penelitian dengan variabel X nya hubungan kualitas pelayanan  |
| 2. Eswika milasari dan Istiatin, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo | • Kualitas pelayanan<br>• Kepuasan konsumen       | 1. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel tangible, realibility, responsible, assurance, emphaty terhadap Kepuasan Konsumen dealer PT, Ramayana Sukoharjo<br><br>2. terdapat pengaruh secara simultan antara variabel yangible, reability, responsible, assurance, emphaty terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo.<br><br>• Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan data kualitatif. |
| 3. Putri Dwi Cita, Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Tingkat Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Awan Bengi Kartasura       | • Kualitas Pelayanan<br>• Kualitas Konsumen       | Hasil dari penelitian menunjukkan ada hubungan yang positif sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.<br><br>• Penulis melakukan penelitian pelayanan di restoran di Bogor.<br>• Penulis melakukan penelitian pada konsumen yang melakukan pembelian sekali.   |
| 4. Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada                    | • Kualitas Pelayanan<br>• Kepuasan Pelanggan      | Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh<br><br>• Penulis melakukan penelitian menggunakan metode pengolahan data koefisien  |

JNE Bandung	Cabang		signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.003 < 0.05$ . Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan peanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0.021 < 0.05$ .	korelasi.
5. Afrinda Khoirista, Edy Yulianto dan M. Kholid Mawardi (2015)	1.Independen Kualitas Pelayanan 2.Dependen Kepuasan Pelanggan		Hasil penelitian menunjukkan, berdasarkan analisis koefisien determinasi hasil R square (koefisien determinasi) sebesar 0,583 artinya bahwa 58,3% variabel kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Terdapat pengaruh signifikan secara parcial pada variabel reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil signifikasi $t(0,000) < \alpha 0,005$ . Sedangkan pengaruh hasil tangible menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t(0,000) > \alpha 0,05$ .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penulis melakukan penelitian dengan variabel X nya hubungan kualitas pelayanan</li> <li>• Penulis melakukan penelitian dengan variabel sama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen akan tetapi diperusahaan berbeda dan tempat berbeda yaitu Sunda Express.</li> <li>• Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan data kualitatif.</li> </ul>

## 2.13 Kerangka Pemikiran dan Konstelasi Penelitian

### 2.13.1 Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan suatu restoran akan menjadi salah satu faktor yang paling utama dalam membentuk kepuasan konsumen, restoran akan tetap berdiri dan terus berkembang jika senantiasa memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai harapan konsumen sehingga konsumen menjadi puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap dan servisnya tidak baik, sudah dapat dipastikan konsumen tidak merasa puas. Karena adanya kepuasan yang dirasakan konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan mengajurkan konsumen lain

agar membeli produk yang sama. Pelayanan yang berkualitas dapat diukur dengan menggunakan indikatornya menurut Yamit (2013:10) antara lain : (1) Berwujud (*tangibles*), (2) Keandalan (*reability*), (3)Ketanggapan (*responsiveness*), (4) Jaminan dan kepastian (*assurance*), (5) Empati (*empathy*).

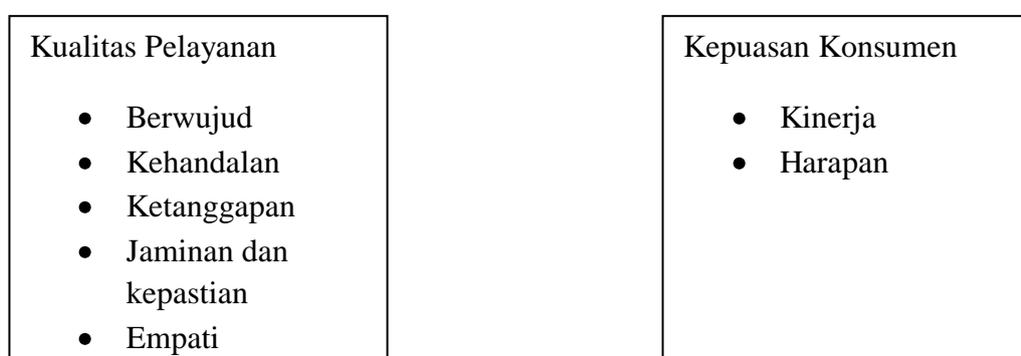
Restoran Sunda Express harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan ekspektasi konsumen, karena jika pelayanan yang dihasilkan baik, maka kemungkinan besar konsumen akan merasa puas, karena adanya kepuasan yang di rasakan konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan mengajurkan konsumen lain agar membeli produk yang sama, secara tidak langsung juga akan meningkatkan laba restoran dan dengan adanya kualitas yang baik maka pelayanan tersebut akan menjadi pilihan konsumen. Namun apabila kualitas pelayanan tidak seperti yang ada di dalam ekspektasi konsumen maka minat konsumen akan pelayanan tersebut berkurang dan berdampak ketidakpuasan konsumen.

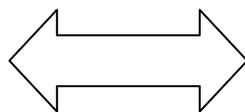
Kepuasan konsumen merupakan respon atau penilaian dari konsumen atas kinerja pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dibandingkan dengan harapan konsumen tersebut. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut Kotler kualitas yang diberikan sesuai yang dijanjikan, pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang di terima oleh konsumen. Jika pelayanan tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:181) menyatakan bahwa: “kepuasan konsumen diukur dengan beberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual”. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2009:140) yaitu setia untuk waktu yang lama, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan, tidak terlalu memperhatikan merek lain dan tidak terlalu sensitif terhadap harga.

Karena pada dasarnya kepuasan konsumen dapat memberikan berbagai manfaat diantaranya hubungan antara restoran dan konsumen menjadi harmonis, menjadikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan bagi restoran.

Penelitian yang mendukung pernyataan tersebut, yang dilakukan Putri Dwi Cita bahwa hasil penelitian ada hubungan yang positif sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

### 2.13.2 Konstelasi Penelitian





(sumber: Yamit:2013,10)

(sumber: Sangadji dan Sopiah 2012:143)

Gambar 4  
Konstelasi Penelitian  
Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

#### **2.14 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan tinjauan pustaka yang berupa landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat di sajikan hipotesis sebagai berikut:

2. Diduga kualitas pelayanan di restoran sunda exspress cukup baik.
3. Diduga kepuasan konsumen di restoran sunda exspress cukup baik.
4. Diduga terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di restoran sunda exspress.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penulis bersifat verivikatif dengan metode penelitian *explanatory survey*. Metode penelitian *explanatory survey* adalah metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Jenis penelitian verivikatif menggunakan statistik inferensial, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya tersebut dapat diberlakukan untuk populasi.

#### **3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian**

##### **3.2.1 Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah hubungan antara antara *Independent Variable* yang diwakili Kualitas Pelayanan dengan indikator berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*emphaty*) dengan *Dependent Variable* yang diwakili oleh Kepuasan Konsumen dengan indikator Kinerja dan Harapan.

##### **3.2.2 Unit Analisis**

Unit analisis yang peneliti ambil adalah respon setiap individual dari restoran. Dimana setiap individu yang di maksud disini adalah konsumen di Restoran Sunda Exspress.

##### **3.2.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilaksanakan pada restoran yang berada Kp. Kemang Gede Taman Wisata Matahari Cisarua

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif, yang merupakan data primer dan data sekunder.

##### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari respon setiap individual dari restoran yang diteliti. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung melalui kuesioner dan wawancara kepada konsumen pada Sunda Express.

##### **2. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka seperti skripsi, jurnal, buku, internet, dan literatur maupun informasi dari instansi terkait.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 6  
Operasionalisasi Variabel  
“Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express”

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	1. Berwujud ( <i>Tangible</i> ) (X1)	1. Restoran bersih dan nyaman. 2. Tersedianya tempat parkir yang baik. 3. Penampilan karyawan yang menarik.	Ordinal
	2. Kehandalan ( <i>Realibility</i> ) (X2)	1. Tindakan memberikan Layanan dengan segera. 2. Pesanan terbebas dari kesalahan 3. Kemampuan berkomunikasi dengan baik	Ordinal
	3. Ketanggapan ( <i>Rensponsivenes</i> ) (X3)	1. Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat. 2. Kecepatan pelayanan. 3. Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran	Ordinal
	4. Jaminan ( <i>Assurance</i> ) (X4)	1. Keterampilan dalam memberikan pelayanan 2. Memiliki nilai moral 3. Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai	Ordinal
	5. Empati ( <i>Emphaty</i> ) (X5)	1. Memberikan perhatian khusus kepada konsumen. 2. Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial. 3. Memahami kebutuhan konsumen secara spesifik.	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kinerja 2. Harapan	1. Tercapainya kepuasan dengan kinerja.	Ordinal
		2. Harusnya memenuhi harapan	Ordinal

### 3.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel ini menggunakan tehnik sampling nonprobabilitas (*non probability sampling*). Bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingi diteliti. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan dari Isaac dan Michael dalam Sugiyono (2013 : 126), untuk tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Rumus untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } n = \frac{x^2 \cdot N \cdot p \cdot Q}{d^2 N - 1 + x^2 \cdot p \cdot Q}$$

Keterangan :

n = Sampel

$x^2$  = Tabel Chi Square

N = Jumlah Populasi

P = Q = 0,5

d = Taraf Signifikan 0,05

Adapun data pengunjung restoran Sunda Express pada tahun terakhir yaitu tahun 2017 sebanyak 18.821 responden. Berdasarkan tabel Isaac dan Michael dengan jumlah pengunjung rata-rata perbulan sebanyak 1.568 dan dibulatkan menjadi 1.600 responden dan dengan tingkat kesalahan (error) 10% maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 234 responden.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan cara

#### 1. Data Primer

Data primer dalam penelitian diperoleh dengan cara penelitian lapangan langsung dimana penulis melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi Sunda Express. Penelitian yang dilakukan memperoleh dari sumbernya.

##### a. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung dan mendengarkan jawaban langsung yang diberikan oleh pihak terkait.

##### b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diisi dan dijawabnya (Sugiyono,2013: 199).

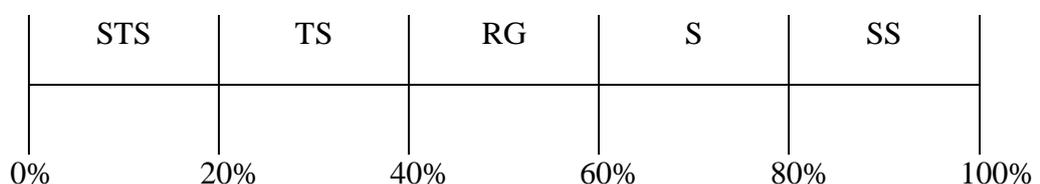
Tabel 7  
Skala Likert

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2013:168-169)

Total dari nilai jawaban setiap butir pertanyaan kemudian dibuatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total responden. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{\text{Skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor tertinggi responden}} \times 100\%$$



Keterangan :

Skala	Kriteria Penilaian
0% - 20%	Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah/Sangat Negatif
20% - 40%	Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negative
40% - 60%	Ragu-Ragu/Kadang-Kadang/Netral
60% - 80%	Setuju/Sering/Positif
80% - 100%	Setuju/Selalu/Sangat Positif

## 2. Data Sekunder

Untuk menunjang kelancaran proses penelitian, peneliti memperoleh data dari restoran berupa data pendapatan, data keluhan, data pengunjung, yang dimana disetujui oleh restoran untuk dikelola oleh peneliti.

### 3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2013:211), validitas adalah suatu yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson*. Rumus korelasi *product moment Pearson* sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N})(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N})}}$$

Keterangan :

$R_{xy}$  = Keeratan hubungan (korelasi) variable X dan Y

X = Jumlah skor pertanyaan kualitas pelayanan

Y = Jumlah skor total pertanyaan kepuasan konsumen

N = Jumlah sampel yang akan diuji

Kriteria keputusan pengujian validasi responden dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t_{hitung} > t_{table}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $t_{hitung} < t_{table}$

Berikut ini adalah hasil dari pengolahan data kuesioner setelah menggunakan *SPSS versi 23* :



## 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 9  
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel} n=30$ $\alpha = 10\%$	Keterangan	Kesimpulan
1	0,468	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,629	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,480	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,022	0,3061	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid
5	0,791	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,453	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,629	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,546	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,388	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,812	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,629	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,791	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	0,871	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	0,377	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	0,402	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber data : data primer diolah, 2018

Kesimpulan dari tabel diatas diketahui bahwa hasil validitas kualitas pelayanan menunjukkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga setiap pertanyaan dinyatakan valid atau sah dan bisa dilanjutkan untuk penelitian akan tetapi pada pertanyaan nomor 4 dinyatakan tidak valid sehingga tidak bisa dilanjutkan untuk penelitian.

## 2. Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Tabel 10  
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Pertanyaan	R hitung	R tabel n=30 $\alpha = 10\%$	Keterangan	Kesimpulan
1	0,479	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,629	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,406	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,693	0,3061	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Valid
5	0,791	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,427	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,812	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,404	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,546	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,207	0,3061	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid
11	0,373	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,441	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	0,871	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	0,481	0,3061	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	0,047	0,3061	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid

Sumber data : data primer diolah, 2018

Kesimpulan dari tabel diatas diketahui bahwa hasil validitas kepuasan konsumen menunjukkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga setiap pertanyaan dinyatakan valid atau sah dan bisa dilanjutkan untuk penelitian.

### 3.7.2 Uji Reabilitas

Menurut Arikunto (2013:221), reabilitas menunjukkan pada satupengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrumen yang tidak baik akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka beberapa kali pun diambil, tetap akan sama. Reabilitas menunjukkan pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Dalam penelitian ini untuk pengujian reabilitas, peneliti menggunakan rumus *alfa cronbach*. Rumus koefisien reabilitas *alfa cronbach* adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right\}$$

Dimana :

- ri = Nilai reliabilitas
- k = Nilai koefisien korelasi antara belahan pertama dan kedua
- si<sup>2</sup> = Mean kuadrat kesalahan
- st<sup>2</sup> = Varians total

Kriteria penilaian terhadap koefisien  $\alpha$  Cronbach sebagai berikut :

Tabel 11  
Kriteria penilaian terhadap koefisien  $\alpha$  Cronbach

No.	Nilai $\alpha$	Keterangan
1.	$\alpha < 0,6$	Kurang Reliabel
2.	$\alpha < \alpha < 0,8$	Cukup Reliabel
3.	$\alpha < 0,8$	Sangat Reliabel

Berikut ini adalah hasil dari pengolahan data kuesioner setelah menggunakan SPSS versi 23 :

#### 1. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Uji reliabilitas dapat dilihat pada kolom *cronbach's alpha*, bahwa atau case yang valid berjumlah 14. Dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,860.

Tabel 12  
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

Sumber data : *output* SPPSS 23, diolah 2018



Tabel 13  
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	14

Sumber Data : *output* SPPSS 23, diolah 2018

*Output case processing summary* menjelaskan tentang jumlah data yang valid untuk diproses dan data dikeluarkan dapat dilihat bahwa data atau case yang valid berjumlah 14 dengan presentase 100% dan yang tidak valid hanya 1 dikeluarkan (*exclude*) dan *reability statistic* menunjukkan bahwa *croncbach alpha* untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,860 yang berarti diterima maka disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel.

Tabel 14  
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Item Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0,860	0,855	Reliabel
	2	0,860	0,848	Reliabel
	3	0,860	0,855	Reliabel
	5	0,860	0,836	Reliabel
	6	0,860	0,862	Reliabel
	7	0,860	0,848	Reliabel
	8	0,860	0,865	Reliabel
	9	0,860	0,864	Reliabel
	10	0,860	0,840	Reliabel
	11	0,860	0,848	Reliabel
	12	0,860	0,836	Reliabel
	13	0,860	0,830	Reliabel
	14	0,860	0,859	Reliabel
		15	0,860	0,861

Sumber data : *output* SPPSS 23, diolah 2018

## 2. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Uji reliabilitas dapat dilihat pada kolom *cronbach's alpha*, bahwa atau case yang valid berjumlah 13. Dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0,846.

Tabel 15  
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

Sumber Data : *output* SPPSS 23, diolah 2018

Tabel 16  
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	13

Sumber data : *output* SPPSS 23, diolah 2018

*Output case processing summary* menjelaskan tentang jumlah data yang valid untuk diproses dan data dikeluarkan dapat dilihat bahwa data atau case yang valid berjumlah 13 dengan presentase 100% dan yang tidak valid sebanyak 2 dikeluarkan (*exclude*) dan *reability statistic* menunjukkan bahwa *croncbach alpha* untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0,846 yang berarti diterima maka disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel.

Tabel 17  
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Variabel	Item Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Keterangan
Kepuasan Konsumen	1	0,846	0,843	Reliabel
	2	0,846	0,838	Reliabel
	3	0,846	0,842	Reliabel
	4	0,846	0,824	Reliabel
	5	0,846	0,821	Reliabel
	6	0,846	0,844	Reliabel
	7	0,846	0,811	Reliabel
	8	0,846	0,844	Reliabel
	9	0,846	0,854	Reliabel
	11	0,846	0,845	Reliabel
	12	0,846	0,844	Reliabel
	13	0,846	0,810	Reliabel
	14	0,846	0,833	Reliabel

Sumber data : *output* SPPSS 23, diolah 2018

### 3.7.3 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variable dengan variable lain. Jadi tidak mempermasalahkan apakah suatu variable tertentu tergantung pada variable lain. Analisis koefisien korelasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson product moment* sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N})(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N})}}$$

Keterangan :

$R_{xy}$  = Keeratan hubungan (korelasi) variable X dan Y

X = Jumlah skor pertanyaan kualitas pelayanan

Y = Jumlah skor total pertanyaan kepuasan konsumen

N = Jumlah sampel yang akan diuji

Tabel 18  
Koefisien Korelasi dan Tafsirannya

Interval	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2014:192)

### 3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dimaksud untuk mengetahui besarnya kontribusi nilai kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen pada Restoran Sunda Express. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

Presentasi koefisien determinasi itu diartikan sebagai besarnya pengaruh yang diberikan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat yang disebabkan oleh variabel yang lainnya.

### 3.7.5 Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

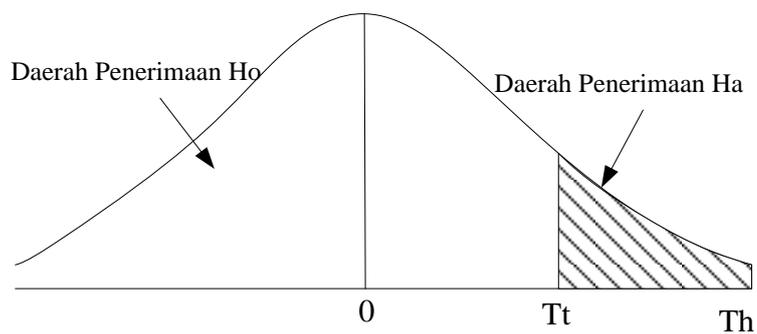
Uji hipotesis ini digunakan untuk membuktikan apa yang menjadi anggapan penulis yaitu adanya hubungan antara kedua variabel yang diteliti, maka diperlukan adanya pengujian hipotesis. Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan uji satu arah adalah sebagai berikut:

- Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$ 
  - $H_0 : r \leq 0$ , yaitu tidak ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
  - $H_a : r > 0$ , yaitu terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
- Menentukan uji t (t test) yang berguna untuk menguji tingkat signifikansi dengan rumus:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

$t = t$  hitung  
 $r =$  koefisien korelasi  
 $n =$  banyaknya responden



Gambar 5  
Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Korelasi

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 4.1.1. Sejarah Singkat Restoran Sunda Express

Restoran Sunda Express merupakan sebuah usaha kuliner yang didirikan pada tahun 1998. Lokasi Restoran Sunda Express sangat strategis dan mudah dijangkau karena berada di dalam area Taman Wisata Matahari yang beralamat di Kp. Kemang Gede Taman Wisata Matahari Cisarua Bogor. Restoran Sunda Exspress adalah restoran khas sunda di Taman Wisata Matahari puncak bogor yang menyajikan hidangan khas sunda dengan berbagai menu andalan yang di racik dan diolah secara higienis oleh para juru masak profesional dan berpengalaman.

PT. Sunda express mempunyai berbagai cabang, salah satunya cabang di Taman Wisata Matahari berdiri pada tahun 2008. Restoran Sunda Express tidak hanya menyediakan suatu hidangan makanan melainkan menyediakan fasilitas seperti karaoke dan foto 3D.

##### Visi

Menjadikan Restoran Sunda Express menjadi restoran makanan khas sunda ternama seindonesia dengan pelayanan terbaik.

##### Misi

1. Memberikan pelayanan terbaik dan mengedepankan kenimatan cita rasa khas makanan sunda.
2. Memperkerjakan SDM yang berkualitas dan mengembangkan sistem operasional melalui inovasi dan teknologi.
3. Membuka cabang disetiap kota di indonesia.
4. Terus mengalami perkembangan yang menguntungkan.

##### 4.1.2. Kegiatan Usaha

**Tabel 19**  
**Kegiatan usaha Restoran Sunda Express**

No	Kriteria Makanan	Menu
1.	Makanan Besar	<ul style="list-style-type: none"><li>• Timbel</li><li>• Nasi penyet</li><li>• Nasi goreng</li><li>• Nasi komplit</li><li>• Gurame</li></ul>
2.	Makanan ringan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gorengan</li><li>• pisang bakar</li></ul>
3.	Minuman	<ul style="list-style-type: none"><li>• jus</li><li>• kopi</li><li>• teh</li></ul>

Sumber : Restoran Sunda Express, diolah 2018

Dalam proses pelayanan di restoran sunda express ada 2 tahap yaitu sebagai berikut :

1. Tahap pertama

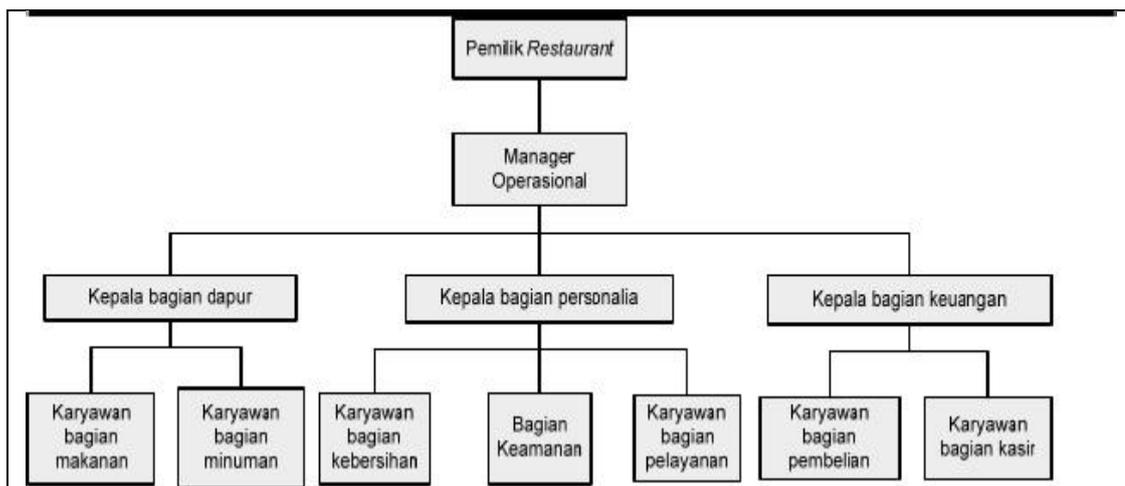
Konsumen akan diberikan pilihan menu oleh pihak restoran dan konsumen memilih menu, setelah itu konsumen membayar makanan dan minuman yang telah di pesan. Setelah transaksi pembayaran selesai pihak sunda express akan memproses makanan dan minuman yang telah di pesan oleh konsumen.

2. Tahap kedua

Konsumen akan mendatangi kasir untuk memesan menu dan sekaligus membayar, pada saat itu konsumen dapat langsung mengambil pesanan yang telah di pesan dan di bayar.

#### 4.1.3. Struktur Organisasi

Sejalan dengan perkembangan dan kemampuan yang telah di capai oleh perusahaan, maka struktur organisasi merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh perusahaan untuk dapat terselenggaranya pelaksanaan pekerjaan dengan baik. Struktur organisasi tersebut memberikan gambaran mengenai susunan dan wewenang pada masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan. Selain ini struktur organisasi juga berguna untuk pengorganisasian antar bagian serta pengawasan dalam rangka pencapaian tujuan yang di capai perusahaan. Berikut Struktur Organisasi Restoran Sunda Express.



Sumber: Restoran Sunda Express

Gambar 6

Stuktur Organisasi Restoran Sunda Express

#### 4.2. Profil Responden

Profil responden yang diteliti terbagi atas 3 (Tiga) kriteria yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Berikut hasil data profil responden yang merupakan konsumen pada Restoran Sunda Express.

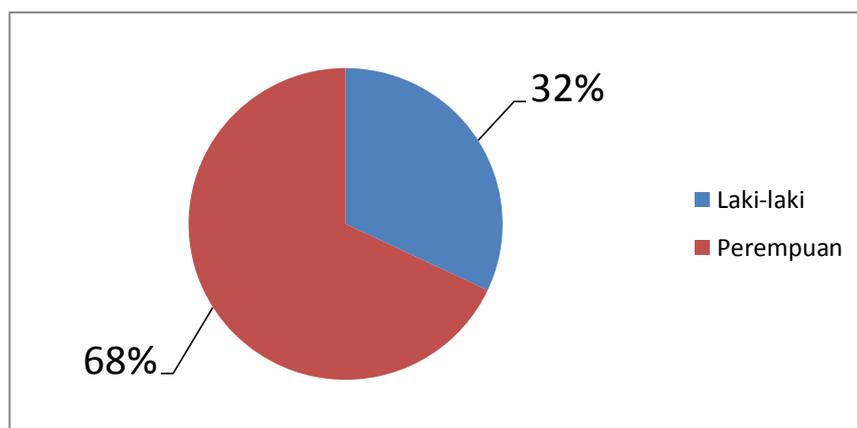
## 1. Jenis kelamin Responden

Tabel 20  
Data Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Presentase
1.	Laki-Laki	75	32%
2.	Perempuan	159	68%
	Jumlah	234	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jumlah konsumen jenis kelamin perempuan di Restoran Sunda Express dengan presentase sebesar 68%.



Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018

Gambar 7

Tingkat Presentase Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

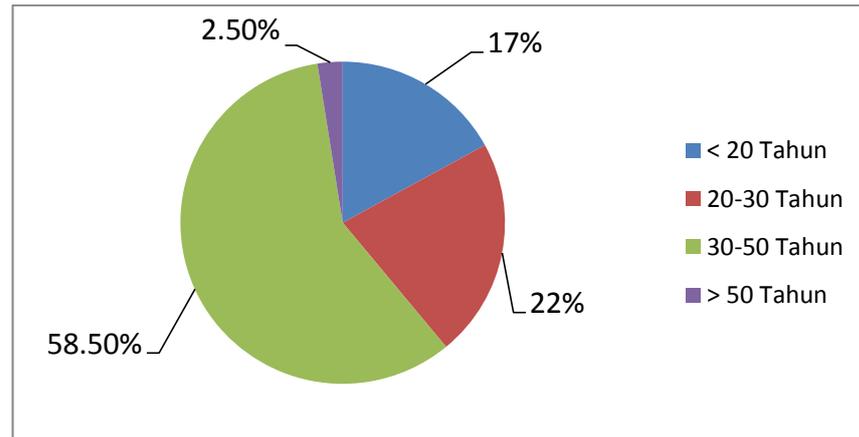
## 2. Usia Responden

Tabel 21  
Data Konsumen Berdasarkan Usia

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Presentase
1.	< 20 Tahun	39	17%
2.	20-30 Tahun	52	22%
3.	30-50 Tahun	137	58,5%
4.	> 50 Tahun	6	2,5%
	Jumlah	234	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jumlah konsumen usia 30-50 tahun di Restoran Sunda Express dengan presentase sebesar 58,50%.



Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018

Gambar 8

Tingkat Presentase Berdasarkan Usia Responden

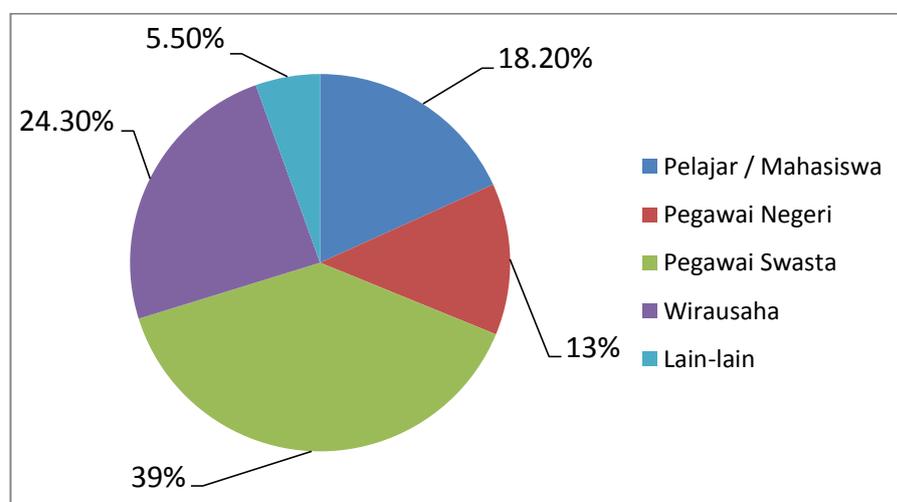
### 3. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 22  
Jenis Pekerjaan Responden

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Presentase
1.	Pelajar / Mahasiswa	43	18,2%
2.	Pegawai Negeri	30	13%
3.	Pegawai Swasta	91	39%
4.	Wirausaha	57	24,3%
5.	Lain-lain	13	5,5%
	Jumlah	234	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukan jumlah pekerjaan responden di Restoran Sunda Express adalah pegawai swasta dengan presentase sebesar 39%.



Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018

Gambar 9

Tingkat Presentase Berdasarkan Perkerjaan Responden

## 4. Mayoritas total data responden

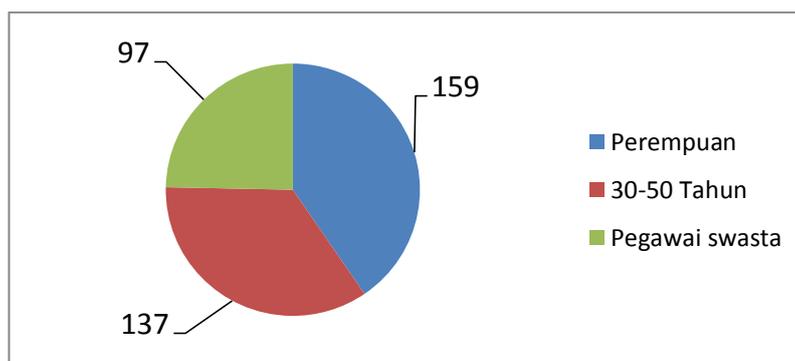
Tabel 23

## Mayoritas total data responden

No.	Kategori	Mayoritas Responden	Jumlah
1.	Jenis Kelamin	Perempuan	159
2.	Usia Responden	30-50 Tahun	137
3.	Pekerjaan	Pegawai swasta	97

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan 159 dengan usia 30-50 Tahun 137 dan pekerjaan pegawai swasta 97.



Gambar 10

## Mayoritas Data Responden

## 4.3. Pembahasan

## 4.3.1. Kualitas Pelayanan pada Restoran Sunda Express

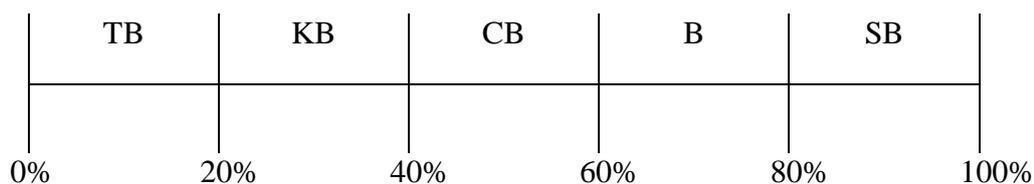
Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka perusahaan pun akan berkembang sebagai mana tujuan perusahaan yang telah di tetapkan.

Peneliti telah menguji validitas dan reliabilitas dengan jumlah responden sebanyak 234 dan pertanyaan mengenai kualitas pelayanan sebanyak 14, dengan hasil valid dan reliabel. Untuk perhitungan kuesioner Peneliti menggunakan skala likert sebagai berikut :

Tabel 24  
Skala Likert

Jawaban Responden	Skor
Sangat Baik / Sangat Puas	5
Baik / Puas	4
Cukup Baik / Cukup Puas	3
Kurang Baik / Kurang Puas	2
Tidak Baik / Tidak Puas	1

Sumber : Data diolah peneliti 2018



Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 25  
Kriteria penilaian

Skala	Kriteria Penilaian
0% - 20%	Tidak Baik / Tidak Puas
20% - 40%	Kurang Baik / Kurang Puas
40% - 60%	Cukup Baik / Cukup Puas
60% - 80%	Baik / Puas
80% - 100%	Sangat Baik / Sangat Puas

Dibawah ini adalah hasil tanggapan responden mengenai variable kualitas pelayanan pada Restoran Sundan Express Bogor yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada responden melalui tabel berikut.

Variabel X

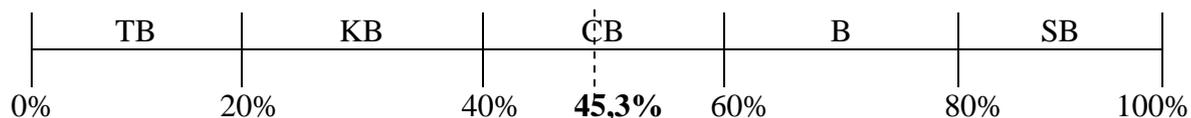
1. Berwujud

Tabel 26  
Restoran bersih dan nyaman

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	83	415	45,3
Baik	4	78	312	34
Cukup Baik	3	49	147	16
Kurang Baik	2	20	40	4,3
Tidak Baik	1	4	4	0,4
Jumlah		234	918	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Restoran bersih dan nyaman adalah 45,3% berada pada daerah Cukup Baik.



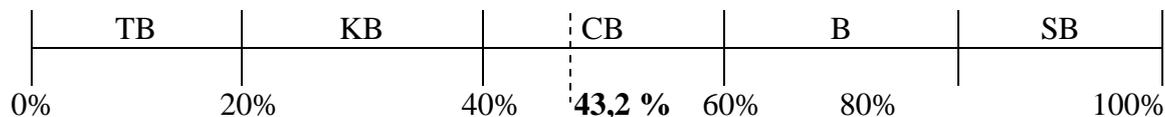
Tabel 27  
Tersedianya tempat parkir yang baik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	78	390	42
Baik	4	102	408	43,2
Cukup Baik	3	34	102	11
Kurang Baik	2	16	32	3,4
Tidak Baik	1	4	4	0,4

Jumlah	234	936	100
--------	-----	-----	-----

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Restoran Tersedianya tempat parkir yang baik adalah 43,2% berada pada daerah Cukup Baik.



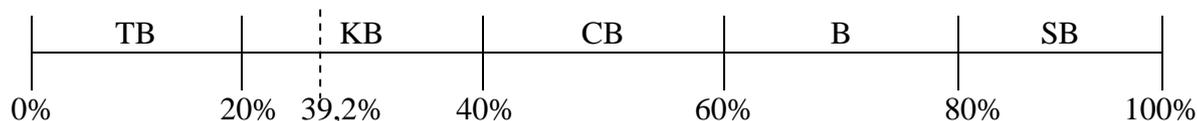
Tabel 28

Penampilan karyawan yang baik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	73	365	39,2
Baik	4	102	408	44
Cukup Baik	3	39	117	12,5
Kurang Baik	2	20	40	4,3
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		234	930	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Restoran Tersedianya tempat parkir yang baik adalah 39,2% berada pada daerah Cukup Baik.



## 2. Kehandalan

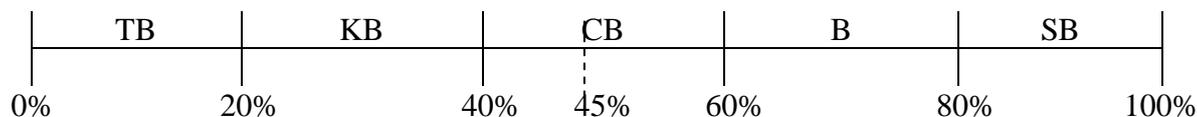
Tabel 29

Pesanan terbebas dari kesalahan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	81	405	45
Baik	4	85	340	37,6
Cukup Baik	3	25	75	8,4
Kurang Baik	2	39	78	8,6
Tidak Baik	1	4	4	0,4
Jumlah		234	902	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Pesanan terbebas dari kesalahan adalah 45% berada pada daerah Cukup Baik.

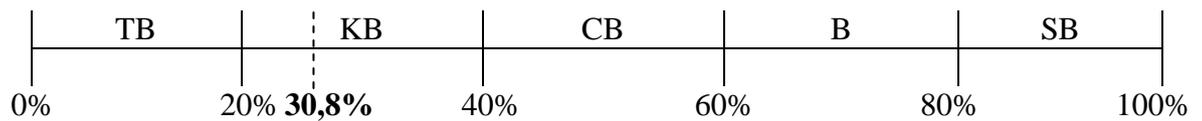


Tabel 30  
Kemampuan berkomunikasi dengan baik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	43	215	30,8
Baik	4	38	152	21,8
Cukup Baik	3	48	144	20,6
Kurang Baik	2	81	162	23,4
Tidak Baik	1	24	24	3,4
Jumlah		234	697	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Pesanan terbebas dari kesalahan adalah 30,8% berada pada daerah Cukup Baik



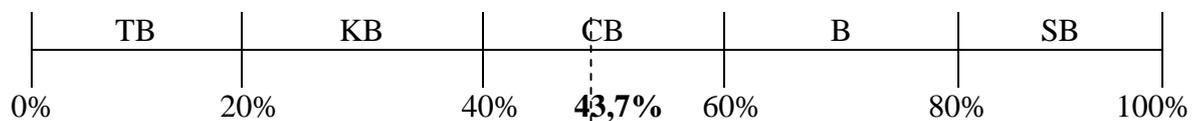
### 3. Ketanggapan

Tabel 31  
Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	79	395	43,7
Baik	4	86	340	37,6
Cukup Baik	3	37	111	12,3
Kurang Baik	2	26	52	5,7
Tidak Baik	1	6	6	0,7
Jumlah		234	904	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat adalah 43,7% berada pada daerah Cukup Baik

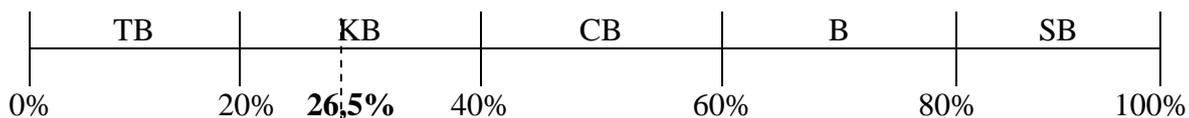


Tabel 32  
Kecepatan pelayanan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	25	125	19,5
Baik	4	45	180	28
Cukup Baik	3	44	132	20,6
Kurang Baik	2	85	170	26,5
Tidak Baik	1	35	35	5,4
Jumlah		234	642	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Kecepatan pelayanan adalah 26,5% berada pada daerah Kurang Baik

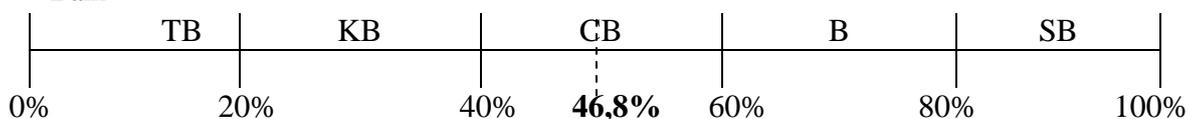


Tabel 33  
Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	85	425	46,8
Baik	4	75	300	33
Cukup Baik	3	42	126	14
Kurang Baik	2	24	48	5,3
Tidak Baik	1	8	8	0,9
Jumlah		234	907	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran adalah 46,8% berada pada daerah Cukup Baik



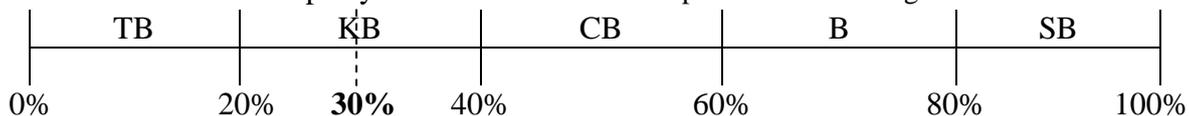
#### 4. Jaminan

Tabel 34  
Keterampilan dalam memberikan pelayanan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	40	200	30
Baik	4	25	100	15
Cukup Baik	3	57	171	25,8
Kurang Baik	2	83	166	24,9
Tidak Baik	1	29	29	4,3
Jumlah		234	666	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Keterampilan dalam memberikan pelayanan adalah 30% berada pada daerah Kurang Baik.

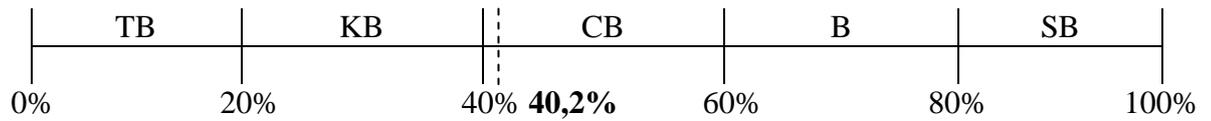


Tabel 35  
Memiliki nilai moral

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	64	320	37
Baik	4	87	348	40,2
Cukup Baik	3	37	111	12,8
Kurang Baik	2	41	82	9,5
Tidak Baik	1	5	5	0,5
Jumlah		234	866	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Memiliki nilai moral adalah 40,2% berada pada daerah Cukup Baik.



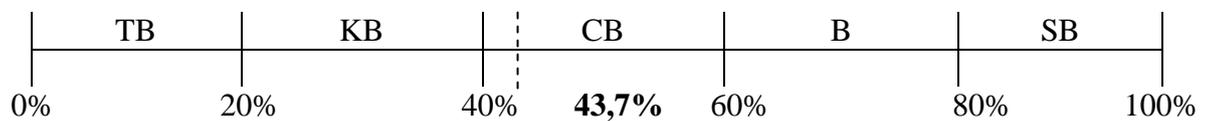
Tabel 36

Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	76	380	43,7
Baik	4	67	268	30,8
Cukup Baik	3	44	132	15,2
Kurang Baik	2	42	84	9,7
Tidak Baik	1	5	5	0,6
Jumlah		234	869	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai adalah 43,7% berada pada daerah Cukup Baik.



## 5. Empati

Tabel 37

Memberikan perhatian khusus kepada konsumen

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	33	165	24,1
Baik	4	45	180	26,3
Cukup Baik	3	59	177	25,9
Kurang Baik	2	65	130	19
Tidak Baik	1	32	32	4,7
Jumlah		234	684	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Memberikan perhatian khusus kepada konsumen adalah 26,3% berada pada daerah Cukup Baik.

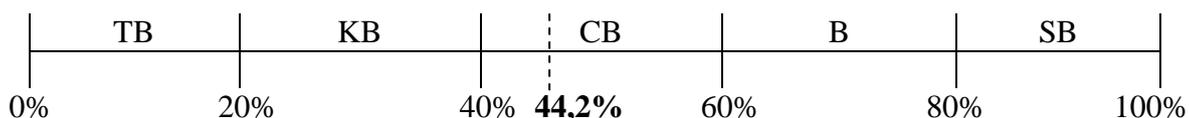


Tabel 38  
Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	71	355	39,7
Baik	4	99	396	44,2
Cukup Baik	3	29	87	9,7
Kurang Baik	2	23	46	5,1
Tidak Baik	1	12	12	1,3
Jumlah		234	896	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial adalah 44,2% berada pada daerah Cukup Baik.

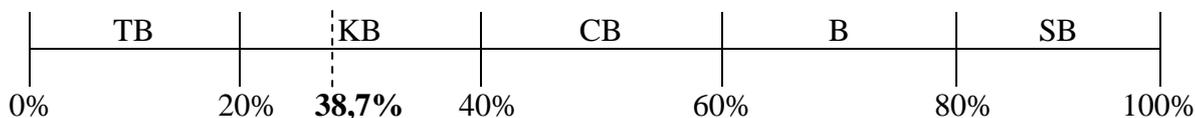


Tabel 39  
Memahami kebutuhan konsumen secara spesifik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Baik	5	44	220	27,3
Baik	4	78	312	38,7
Cuup Baik	3	62	186	23,2
Kurang Baik	2	37	74	9,2
Tidak Baik	1	13	13	1,6
Jumlah		234	805	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan, dengan pertanyaan Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial adalah 38,7% berada pada daerah Kurang Baik.



Tabel 40  
Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No.	Kualitas Pelayanan	Tanggapan Responden	Rata-rata perindikator
1	Berwujud ( <i>Tangible</i> ): 1. Restoran bersih dan nyaman 2. Tersedianya tempat parkir yang baik 3. Penampilan karyawan yang menarik	45,3% 43,2% 44%	44.2%
2	Kehandalan ( <i>realibility</i> ): 1. Pesanan terbebas dari kesalahan 2. Kemampuan berkomunikasi dengan baik	45% 30,8%	37,9%
3	Ketanggapan ( <i>responsivenes</i> ): 1. Keryawan melakukan pelayanan dengan tepat 2. Kecepatan pelayanan	43,7% 26,5%	39%

No.	Kualitas Pelayanan	Tanggapan Responden	Rata-rata perindikator
	3. Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran	46,8%	
4	Jaminan ( <i>assurance</i> ): 1. Keterampilan dalam memberikan pelayanan 2. Memiliki nilai moral 3. Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai	30% 40,2% 43,7%	38%
5	Empati ( <i>emphaty</i> ): 1. Memberikan perhatian khusus kepada konsumen 2. Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial 3. Memahami kebutuhan konsumen secara spesifik	26,3% 44,2% 38,7%	36,4%
	Total	548,4%	
	Rata-rata	39,2%	

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan table hasil rata-rata tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan pada Restoran Sunda Express, dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden Kualitas pelayanan sebesar 39,2% berada pada interval (20%-40%). Artinya adalah menyatakan 39,2% berada pada interval Kurang Baik. Dimana rata-rata tersebut mengenai pernyataan berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati. Hal ini dapat ditunjukkan presentase terbesar 44,2% berada pada indikator berwujud dan presentase terkecil sebesar 36,4% berada pada indikator Empati.

#### 4.3.2. Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express

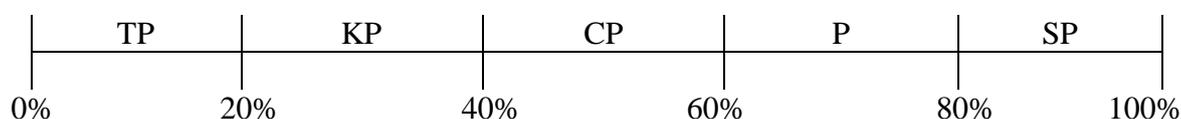
Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan.

Peneliti telah menguji validitas dan reliabilitas dengan jumlah responden sebanyak 234 dan pertanyaan mengenai kepuasan konsumen sebesar 13 , dengan hasil valid dan reliabel. Untuk perhitungan kuesioner Peneliti menggunakan skala likert sebagai berikut :

Tabel 41  
Skala Likert

Jawaban Responden	Skor
Sangat Baik / Sangat Puas	5
Baik / Puas	4
Cukup Baik / Cukup Puas	3
Kurang Baik / Kurang Puas	2
Tidak Baik / Tidak Puas	1

Sumber : Data diolah peneliti 2018



Tabel 42  
Kriteria penilaian

Skala	Kriteria Penilaian
0% - 20%	Tidak Baik / Tidak Puas
20% - 40%	Kurang Baik / Kurang Puas
40% - 60%	Cukup Baik / Cukup Puas
60% - 80%	Baik / Puas
80% - 100%	Sangat Baik / Sangat Puas

Dibawah ini adalah hasil tanggapan responden mengenai variable kepuasan konsumen pada Restoran Sunda Express yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada responden melalui tabel berikut.

#### Variabel Y

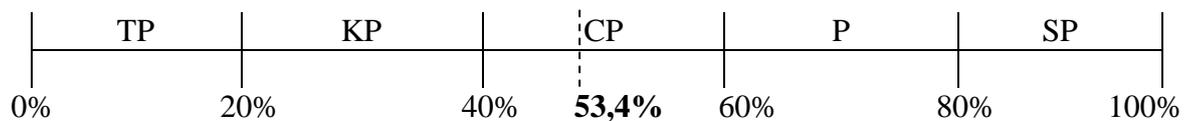
##### 1. Berwujud

Tabel 43  
Restoran bersih dan nyaman

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	44	220	27
Puas	4	110	440	53,4
Cukup Puas	3	25	75	9,1
Kurang Puas	2	31	62	7,5
Tidak Puas	1	24	24	3
Jumlah		234	821	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Restoran bersih dan nyaman adalah 53,4% berada pada daerah Cukup Puas.

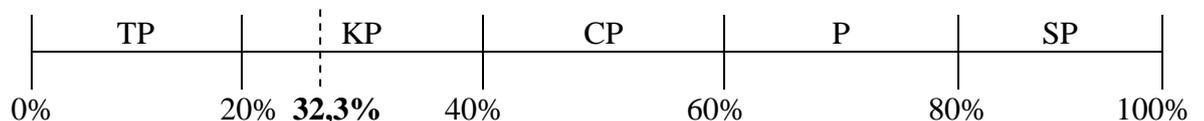


Tabel 44  
Tersedianya tempat parkir yang baik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	43	215	27,6
Puas	4	63	252	32,3
Cukup Puas	3	73	219	28,1
Kurang Puas	2	38	76	9,7
Tidak Puas	1	17	17	2,3
Jumlah		234	779	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Tersedianya tempat parkir yang baik adalah 32,3% berada pada daerah Kurang Puas.

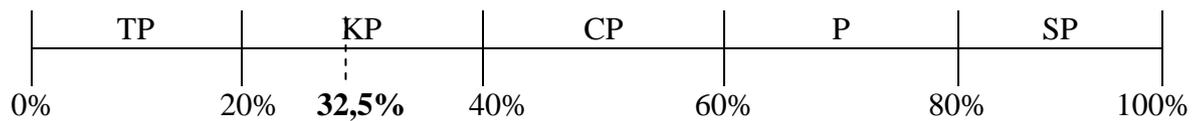


Tabel 45  
Penampilan karyawan yang baik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	38	190	26,2
Puas	4	59	236	32,5
Cukup Puas	3	53	159	21,9
Kurang Puas	2	57	114	15,7
Tidak Puas	1	27	27	3,7
Jumlah		234	726	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Penampilan karyawan yang baik adalah 32,5% berada pada daerah Kurang Puas.



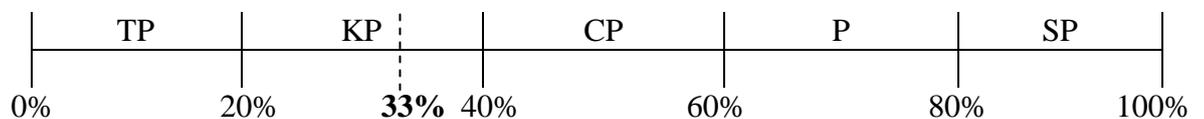
## 2. Kehandalan

Tabel 46  
Tindakan memberikan layanan dengan segera

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	51	255	33
Puas	4	60	240	31
Cukup Puas	3	51	153	19,8
Kurang Puas	2	53	106	13,8
Tidak Puas	1	19	19	2,4
Jumlah		234	773	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Tindakan memberikan layanan dengan segera adalah 33% berada pada daerah Kurang Puas.

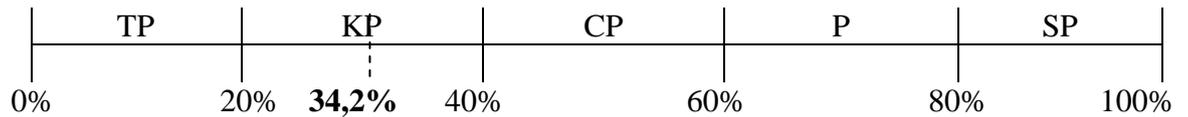


Tabel 47  
Pesanan terbebas dari kesalahan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	44	220	28,5
Puas	4	66	264	34,2
Cukup Puas	3	61	183	23,7
Kurang Puas	2	42	84	10,9
Tidak Puas	1	21	21	2,7
Jumlah		234	772	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Pesanan terbebas dari kesalahan adalah 34,2% berada pada daerah Kurang Puas.

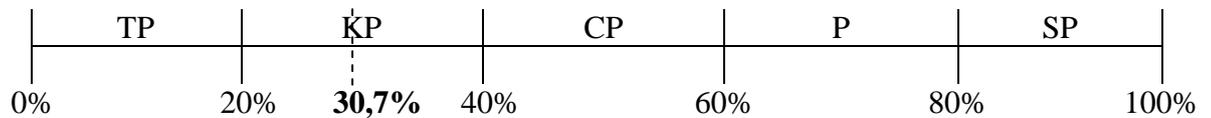


Tabel 48  
Kemampuan berkomunikasi dengan baik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	21	105	17,8
Puas	4	26	104	17,6
Cukup Puas	3	53	159	26,8
Kurang Puas	2	91	182	30,7
Tidak Puas	1	43	43	7,1
Jumlah		234	593	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Kemampuan berkomunikasi dengan baik adalah 30,7% berada pada daerah Kurang Puas.



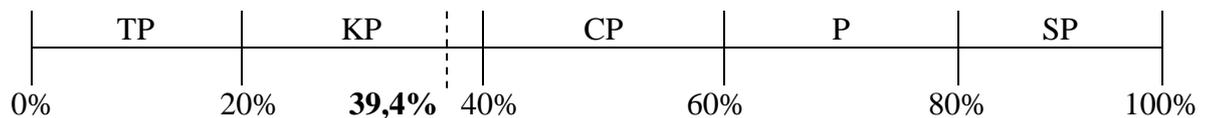
### 3. Ketanggapan

Tabel 49  
Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	28	140	19,2
Puas	4	72	288	39,4
Cukup Puas	3	58	174	23,8
Kurang Puas	2	52	104	14,3
Tidak Puas	1	24	24	3,3
Jumlah		234	730	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat adalah 39,4% berada pada daerah Kurang Puas.

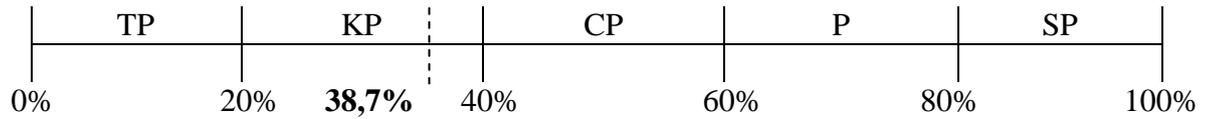


Tabel 50  
Kecepatan pelayanan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	13	65	11,6
Puas	4	16	64	11,5
Cukup Puas	3	74	222	38,7
Kurang Puas	2	91	182	31,2
Tidak Puas	1	40	40	7
Jumlah		234	573	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Kecepatan pelayanan adalah 38,7% berada pada daerah Kurang Puas.



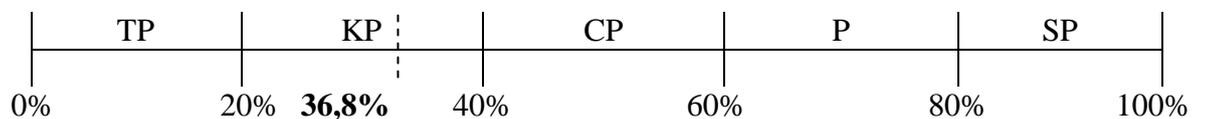
Tabel 51

## Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	33	165	23
Puas	4	66	264	36,8
Cukup Puas	3	49	147	20,5
Kurang Puas	2	55	110	15,4
Tidak Puas	1	31	31	4,3
Jumlah		234	717	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran adalah 36,8% berada pada daerah Kurang Puas.



## 4. Jaminan

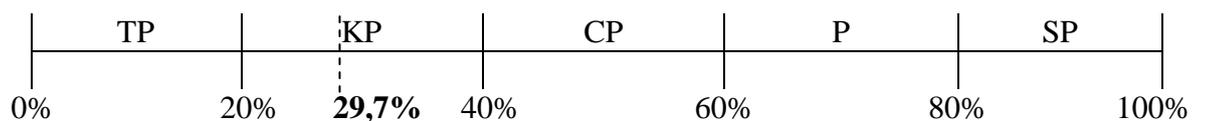
Tabel 52

## Memiliki nilai moral

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	44	220	29,7
Puas	4	54	216	29,2
Cukup Puas	3	54	162	21,9
Kurang Puas	2	60	120	16,2
Tidak Puas	1	22	22	3
Jumlah		234	740	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Memiliki nilai moral adalah 29,7% berada pada daerah Kurang Puas.



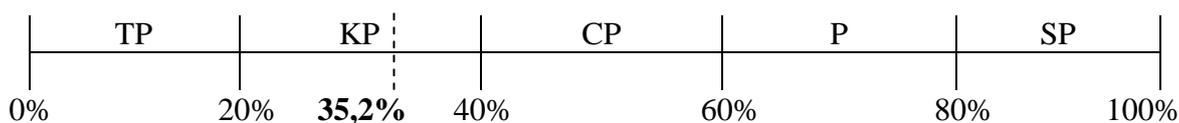
Tabel 53

Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	53	265	35,2
Puas	4	42	168	22,2
Cukup Puas	3	56	168	22,2
Kurang Puas	2	71	142	18,8
Tidak Puas	1	12	12	1,6
Jumlah		234	755	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai adalah 35,2% berada pada daerah Kurang Puas.



## 5. Empati

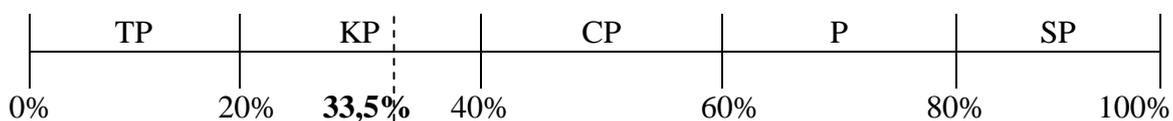
Tabel 54

Memberikan perhatian khusus kepada konsumen

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Puas	5	19	95	15,5
Puas	4	29	116	19
Cukup Puas	3	68	204	33,5
Kurang Puas	2	78	156	25,5
Tidak Puas	1	40	40	6,5
Jumlah		234	611	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Memberikan perhatian khusus kepada konsumen adalah 33,5% berada pada daerah Kurang Puas.



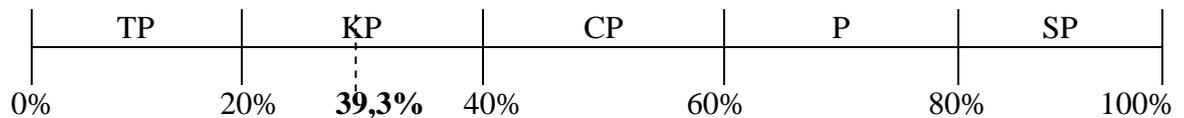
Tabel 55

Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial

Kriteria	Skor	N	Nilai	Presentasi
Sangat Setuju	5	22	110	15,2
Sangat Puas	4	71	284	39,3
Puas	3	65	195	26,9
Cukup Puas	2	59	118	16,3
Kurang Puas	1	17	17	2,3
Jumlah		234	724	100

Sumber : Data Kuesioner, diolah 2018

Dari hasil perhitungan Variabel Kepuasan Konsumen, dengan pertanyaan Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial adalah 39,3% berada pada daerah Kurang Puas.



Tabel 56  
Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

No.	Kepuasan Konsumen	Tanggapan Responden	Rata-rata perindikator
1	Berwujud ( <i>Tangible</i> ): 1. Restoran bersih dan nyaman 2. Tersedianya tempat parkir yang baik 3. Penampilan karyawan yang menarik	53,4% 32,3% 32,5%	39,4%
2	Kehandalan ( <i>realibility</i> ): 1. Tindakan memberikan layanan dengan segera 2. Pesanan terbebas dari kesalahan 3. Kemampuan berkomunikasi dengan baik	33% 34,2% 30,7%	32,6%
3	Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ): 1. Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat 2. Kecepatan pelayanan 3. Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran	39,4% 38,7% 36,8%	38,3%
4	Jaminan ( <i>assurance</i> ): 1. Memiliki nilai moral 2. Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai	29,7% 35,2%	32,4
5	Empati ( <i>emphaty</i> ): 1. Memberikan perhatian khusus kepada konsumen 2. Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial	33,5% 39,3%	36,4%
	Total	468,7%	
	Rata-rata	36%	

Sumber : Data diolah, 2018.

Berdasarkan table hasil rata-rata tanggapan responden mengenai Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express, dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden Kepuasan Konsumen sebesar 36% berada pada interval (20%-40%). Artinya adalah menyatakan 36% berada pada interval Kurang Puas. Dimana rata-rata tersebut mengenai pernyataan berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati. Hal ini dapat ditunjukkan presentase terbesar 39,4% berada pada indikator berwujud dan presentase terkecil sebesar 32,4% berada pada indikator Jaminan.

#### 4.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express

##### 1. Analisis Koefisien Korelasi

Penulis menggunakan kuesioner dengan pengujian hasil pengolahan data Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen dengan

menggunakan uji koefisien korelasi dengan responden sebanyak 234 pada Restoran Sunda Express.

Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS mengenai Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Sunda Express hasilnya sebagai berikut.

Tabel 57  
Korelasi Kualitas pelayanan dan Kepuasan Konsumen  
*Product Moment* (SPSS 23)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	0,183
	Sig. (1-tailed)		0,005
	N	234	234
Kepuasan Konsumen	Correlation Coefficient	0,183	1,000
	Sig. (1-tailed)	0,005	
	N	234	234

Sumber data : *output* SPSS 23, diolah 2018

Interpretasi hasil dari output SPSS adalah sebagai berikut.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diatas dapat diketahui positif (+) dengan besarnya *product moment* adalah  $r = 0,183$ . Artinya, terdapat hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express, dengan skala sangat rendah.

Tabel 58  
Nilai Interval Koefisien

Interval Koefisien	Presentase	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	0,183	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 (2014:192)

## 2. Analisis Koefisien Determinasi

Dari perhitungan korelasi *product moment* adalah diketahui nilai korelasi sebesar  $r = 0,183$ . Selanjutnya untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi dilakukan perhitungan sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,183^2 \times 100\% \\ &= 3,5\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah R sebesar 3,5% hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi sebesar 3,5%, sedangkan dengan 96,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

### 3. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak dan apakah terdapat hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen, maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi.

#### a. Hipotesis Statistik

Ho:  $r \leq 0$ , yaitu tidak ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.

Ha:  $r > 0$ , yaitu terdapat hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.

#### b. Menentukan $t_{hitung}$

Untuk mencari  $t_{hitung}$  menggunakan rumus sebagai berikut.

$$t = r \frac{(n-2)}{\sqrt{1-r^2}}$$

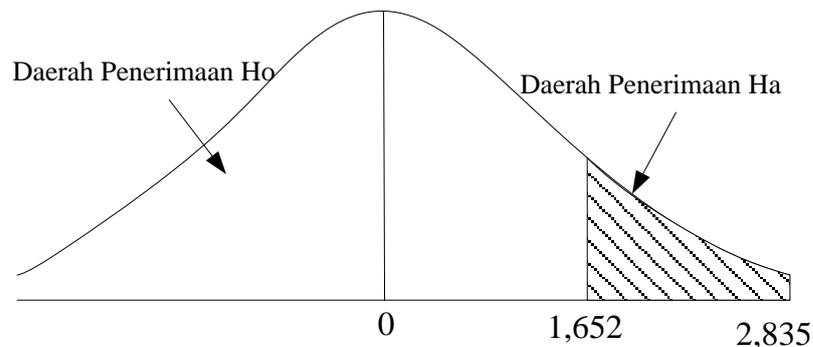
$$t_{hitung} = \frac{0,183 \sqrt{234-2}}{\sqrt{1-(0,183)^2}}$$

$$t_{hitung} = 2,835$$

#### c. Menentukan $t_{tabel}$

Nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari tabel t dengan menggunakan nilai  $\alpha = 0,10$  dan  $df = n-2$  atau  $234-2 = 232$ , maka diperoleh t tabel 1,652

#### d. Kurva



Gambar 11  
Kurva Uji Hipotesis

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan Ha diterima dan Ho ditolak.

#### e. Hasil Uji Kurva

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,835 > 1,652$ ) maka Ha diterima Ho ditolak, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis kemukakan dalam bab-bab sebelumnya mengenai hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Sunda Express, dengan skala sangat lemah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Maka dari pembahasan kualitas pelayanan Restoran Sunda Express dapat disimpulkan bahwa hasil akhir rata-rata jawaban responden atas pertanyaan pada instrument variable kualitas pelayanan (X) yaitu sebesar 39,2%, hasil tersebut menunjukkan kualitas pelayanan di restoran kurang baik.
2. Maka dari pembahasan kepuasan konsumen Restoran Sunda Express dapat disimpulkan bahwa hasil akhir rata-rata jawaban responden atas pertanyaan pada instrument variable kepuasan konsumen (Y) yaitu sebesar 36%, hasil tersebut menunjukkan kepuasan konsumen di restoran kurang puas.
3. Hasil analisis koefisien korelasi 0,183. Artinya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen berada pada skala Sangat Rendah.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Restoran Sunda Express maka penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi perkembangan restoran.

1. Penulis dalam proses penelitian menghasilkan kualitas pelayanan di Restoran Sunda Express berada pada skalakurang baik, ada beberapa faktor yang menjadi sebuah keganjalan untuk konsumen seperti pelayanan yang kurang cepat, kurang baiknya komunikasi antara karyawan dan konsumen, sebaiknya pihak restoran memperbaiki faktor tersebut agar Restoran Sunda Express lebih berkembang.
2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen di Restoran Sunda Express berada pada skala kurang puas, peneliti menemukan beberapa konsumen yang kurang puas seperti kurang cepat dalam pelayanan, komunikasi antara karyawan dan konsumen, sebaiknya perusahaan memperbaiki hal tersebut guna meningkatkan kepuasan konsumen di Restoran Sunda Express.
3. Berdasarkan teori yang penulis cantumkan dalam penelitian bahwa benar kualitas pelayanan adalah faktor penting dalam menarik konsumen, oleh karena itu dalam praktek kualitas pelayanan diperlukannya pertimbangan kebutuhan konsumen guna menciptakan kepuasan konsumen yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Alma. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta.
- Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesepuluh. Edisi Revisi. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Daryanto dan setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malam: Gava Media.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gava Media.
- Hurriyati.(2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Irawan. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketujuh. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). Alih Bahasa:Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1 dan 2. Cetakan keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Lovelock. (2010). *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Jilid 2. Erlangga:Jakarta.
- Moenir. (2012). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. PT. Rineka Putra
- Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESS Indo. Yogyakarta
- Ratnasari dan Aksa (2016). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta:Penerbit Andi
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta

Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi offset. Yogyakarta

Tjiptono dan chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. (ed 3). Yogyakarta. Andi.

Tjiptono dan Chandra. (2012). *Pemasaran Strategi*. Andi offset. Yogyakarta

Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Penerbit Andi Publisher. Yogyakarta.

Wijayanti. (2012). *Marketing Plan. PT. Elex Media Komputindo*. Jakarta.

Yamit. Z. (2010). *Manajemen Kualitas Produk&Jasa*. Ekonosia. Yogyakarta

Yamit. (2013). *Manajemen Kualitas Produk danJasa*. Edisi pertama. Penerbit Ekonosia. Yogyakarta

(<https://www.bps.go.id/>).

# **LAMPIRAN**

## KUISIONER PENELITIAN

### HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SUNDA EXPRESS

Responden yang terhormat,

Terimakasih atas partisipasi anda menjadi salah satu peserta survey dan secara sukarela mengisi kuisisioner ini. Saya Gilang Fauzi, mahasiswa dari Universitas Pakuan Bogor pada saat ini sedang mengadakan penelitian tentang “Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Sunda Express”. Saya sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuisisioner ini, kami menjamin kerahasiaan anda yang terkait dengan kuisisioner ini. Hasil survey ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan untuk tujuan komersial.

Petunjuk : berikan tanda silang ( X ) pada pilihan jawaban dibawah ini sesuai dengan pernyataan dan kesadaran anda.

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

1. No. Responden : ..... (di isi oleh peneliti)
2. Jenis Kelamin :
  - a. Perempuan
  - b. Laki – laki
3. Usia :
 

a. < 20 tahun	c. 30 – 50 tahun
b. 20 – 30 tahun	d. > 50 tahun
4. Pekerjaan :
 

a. Pelajar / Mahasiswa	d. Wirausaha
b. Pegawai Negeri	e. Lainnya.....
c. Pegawai Swasta	

#### II. PETUNJUK PENGISISAN

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Berilah tanda ( X ) pada salah satu jawaban yang menurut anda paling benar.
3. Pertanyaan / pernyataan harus dijawab semua

Keterangan :

**Kinerja:**

SB = Sangat Baik

B = Baik

CB = Cukup Baik

KP = Tidak Baik

TB = Tidak Baik

**Harapan:**

SP = Sangat Puas

P = Puas

CP = Cukup Puas

KB = Kurang Baik

TP = Tidak Puas

**A. KUALITAS PRODUK**

Berwujud ( <i>Tangible</i> )	KINERJA				
	SB	B	CB	KB	TB
1. Restoran bersih dan nyaman					
2. Tersedianya tempat parkir yang baik					
3. Penampilan karyawan yang baik					

Kehandalan ( <i>reability</i> )	KINERJA				
	SB	B	CB	KB	TB
1. Pesanan terbebas dari kesalahan					
2. kemampuan berkomunikasi dengan baik					

Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> )	KINERJA				
	SB	B	CB	KB	TB
1. Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat					
2. Kecepatan pelayanan					
3. Keluhan konsumen direpon oleh pihak restoran					

Jaminan ( <i>assurance</i> )	KINERJA				
	SB	B	CB	KB	TB
1. Keterampilan dalam memberikan pelayanan					
2. Memiliki nilai moral					
3. Memberikan kepercayaan ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai					

<b>Empati (<i>emphaty</i>)</b>	<b>KINERJA</b>				
	SB	B	CB	KB	TB
1. Mmemberikan perhatian khusus kepada konsumen					
2. Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial					
3. Memahami kebutuhan konsumen secara spesifik					

## **B. KEPUASAN KONSUMEN**

<b>Berwujud (<i>Tangible</i>)</b>	<b>HARAPAN</b>				
	SP	P	CP	KP	TP
1. Restoran bersih dan nyaman					
2. Tersedianya tempat parkir yang baik					
3. Penampilan karyawan yang baik					

<b>Kehandalan (<i>realibility</i>)</b>	<b>HARAPAN</b>				
	SP	P	CP	KP	TP
1. Tindakan memberikan layanan dengan segera					
2. Pesanan terbebas dari kesalahan					
3. Kemampuan berkomunikasi dengan baik					

<b>Ketanggapan (<i>responsivenes</i>)</b>	<b>HARAPAN</b>				
	SP	P	CP	KP	TP
1. Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat					
2. Kecepatan pelayanan					
3. Keluhan konsumen direspon oleh pihak restoran					

<b>Jaminan (<i>assurance</i>)</b>	<b>HARAPAN</b>				
	SP	P	CP	KP	TP
1. Memiliki nilai moral					
2. Memberikan kepercayaan berupa ganti rugi apabila pesanan tidak sesuai					

<b>Empati (<i>emphaty</i>)</b>	<b>HARAPAN</b>				
	SP	P	CP	KP	TP
1. Memberikan perhatian khusus kepada konsumen					
2. Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial					

## SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Qonita Zahra Syahida

Jabatan : Marketing

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Gilang Fauzi

Universitas : Pakuan Bogor

Fakultas : Ekonomi / Manajemen

NPM : 021114144

Yang bersangkutan telah melakukan riset penelitian sejak bulan November 2017- Februari 2018 pada Restoran Sunda Express yang berlokasi di Kp. Kemang Gede Taman Wisata Matahari Cisarua Bogor.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sesuai dengan keperluan yang bersangkutan. Atas kerjasama yang baik, saya ucapkan terimakasih.

Bogor, 31 Mei 2018

  
Qonita Zahra Syahida

Tabel Issak dan Michael

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

RESPONDEN	PERTANYAAN DAN PERNYATAAN																												
	1	2	3	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	26	27	28	29		
1	3	5	5	2	1	5	2	3	2	5	2	2	3	4	4	5	3	5	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	
2	5	4	5	3	3	4	1	2	2	4	3	3	5	5	3	4	3	4	3	2	4	3	1	3	3	3	3	3	
3	4	5	4	2	4	5	3	3	2	5	2	3	3	5	4	5	4	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	
4	5	4	5	5	3	4	2	2	2	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	2	4	2	2	3	2	5	4	4	
5	3	4	4	4	5	4	2	1	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	
6	4	5	4	4	5	5	3	2	2	5	4	3	5	5	4	5	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	3	2	
7	5	4	5	1	3	4	2	3	2	4	1	1	5	3	3	4	3	1	1	2	1	2	2	2	3	1	2	2	
8	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	5	4	2	4	4	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	
9	5	5	5	4	3	5	1	3	4	5	4	3	5	3	3	5	5	4	4	4	4	3	1	2	3	2	3	3	
10	5	4	5	3	2	4	2	4	3	4	3	3	5	5	4	4	5	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	
11	4	4	4	2	3	4	3	2	2	4	2	2	5	3	3	4	1	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	
12	5	5	5	4	3	5	2	5	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	2	2	3	2	3	3	3	
13	4	5	4	2	3	5	4	2	2	5	2	2	4	3	3	5	3	2	2	3	2	3	4	2	3	2	2	2	
14	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	5	3	1	3	2	2	
15	4	3	4	2	3	3	1	2	2	3	2	2	4	5	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	
16	4	5	3	2	2	5	2	3	2	5	2	2	3	3	5	5	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	
17	5	4	5	3	2	4	1	2	1	4	3	3	5	3	3	4	4	1	3	2	1	1	1	2	3	3	3	3	
18	4	5	4	4	3	5	3	4	4	5	4	1	4	4	4	5	4	4	4	1	4	1	5	3	2	1	2	2	
19	5	5	5	4	3	5	3	3	4	5	4	3	5	4	4	5	3	3	4	2	4	2	4	3	3	3	3	3	
20	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	2	2	4	3	4	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
21	5	5	5	3	2	5	3	2	3	5	3	3	5	4	4	5	5	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
22	5	5	5	2	2	5	4	5	2	5	2	2	4	3	4	5	3	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	1	
23	4	4	4	3	3	4	1	3	4	4	3	3	5	5	3	4	4	4	3	1	4	2	1	2	3	3	2	2	
24	4	4	4	3	4	4	1	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	
25	5	5	5	5	3	5	2	5	2	5	5	1	5	5	4	5	3	2	5	3	2	2	2	3	3	3	3	2	
26	4	5	4	2	4	5	3	3	3	5	2	3	5	4	4	5	5	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	
27	4	3	4	2	3	3	2	1	2	3	2	2	4	4	3	3	5	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	

28	5	5	5	4	5	5	5	2	2	5	4	2	5	5	4	5	5	5	4	3	5	3	5	3	4	2	3	
29	4	3	4	2	3	3	3	4	2	3	2	2	3	5	3	3	3	2	2	1	2	1	3	2	3	2	2	
30	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	4	5	4	5	5	2	5	3	5	2	5	2	5	
31	5	5	3	4	5	4	3	2	4	4	5	3	2	5	5	4	4	4	4	2	4	3	2	4	5	1	4	
32	4	3	5	4	4	4	2	5	5	3	3	5	5	4	4	4	3	3	2	4	5	5	3	5	4	3	4	
33	4	3	5	4	2	3	2	2	1	2	4	2	5	5	5	4	2	5	4	4	4	3	3	2	4	2	5	
34	5	4	4	4	2	5	2	4	2	5	3	3	5	4	5	5	5	2	3	5	4	2	3	2	2	1	4	
35	3	4	4	5	1	4	4	4	2	5	3	3	4	4	5	5	3	1	5	5	5	5	4	4	5	3	4	
36	3	5	5	5	2	4	1	4	2	5	2	1	5	4	4	4	4	5	4	4	5	2	5	2	4	2	4	
37	5	2	3	4	2	5	5	4	3	4	4	1	1	4	5	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	2	4	
38	5	1	4	1	3	4	5	5	1	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	2	3	
39	5	5	4	4	4	4	3	4	2	4	5	2	5	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	1	4	
40	4	5	4	5	2	3	5	5	2	5	5	2	4	3	3	4	5	3	3	4	3	3	5	4	4	2	4	
41	4	5	3	4	4	5	2	5	2	5	4	3	5	4	4	4	4	3	5	5	4	3	5	3	5	3	4	
42	4	4	3	5	2	4	3	4	5	4	5	4	5	3	2	3	2	3	3	3	4	3	5	5	5	2	5	
43	3	2	3	4	1	4	3	5	1	2	5	5	1	1	4	5	5	5	2	1	4	4	3	5	4	3	2	
44	4	3	4	5	2	5	2	4	2	2	2	2	2	2	4	5	4	3	4	2	5	5	4	3	5	2	2	
45	3	4	4	5	2	5	1	5	2	4	5	3	4	5	2	3	4	5	5	2	4	2	3	2	3	3	4	
46	2	4	4	3	3	5	4	3	5	4	3	2	3	4	3	3	4	5	5	2	5	2	5	4	3	2	4	
47	3	4	4	4	2	5	2	3	2	4	3	4	5	4	2	3	3	4	4	2	4	5	3	5	4	1	4	
48	2	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	4	5	1	5	5	4	3	4	
49	4	5	5	4	3	4	5	5	1	3	4	2	1	2	3	4	4	5	5	1	3	3	2	4	5	2	3	
50	5	4	4	2	1	3	2	4	5	4	3	3	5	4	3	4	3	2	3	2	5	2	5	5	4	2	2	
51	5	4	3	3	4	5	4	5	2	5	3	1	2	4	3	2	5	4	5	1	3	2	2	4	5	3	4	
52	2	2	4	3	2	5	2	4	3	2	3	3	5	5	4	3	2	5	5	5	4	1	3	4	5	2	5	
53	3	4	4	4	3	5	1	5	4	3	3	3	4	5	5	4	3	4	3	2	5	2	4	2	1	2	3	
54	5	5	5	2	3	4	2	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	2	3	4	1	5	
55	2	4	4	5	5	2	3	4	5	4	3	4	4	5	4	3	2	3	4	5	2	3	4	5	5	2	3	
56	5	4	4	4	4	3	3	3	1	2	2	5	5	4	4	3	5	4	3	2	5	2	5	5	5	5	3	4

57	5	5	5	2	4	4	2	5	4	3	4	2	3	2	1	2	3	4	5	5	5	2	4	5	5	3	4
58	5	5	4	2	2	5	5	4	3	2	3	2	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	4	3
59	5	2	3	4	3	2	3	5	3	4	4	1	2	3	4	4	4	2	1	2	3	4	5	5	2	3	4
60	5	5	2	4	2	4	3	2	5	5	5	4	4	2	1	1	2	4	5	4	4	3	2	5	4	3	4
61	3	4	5	4	2	4	5	4	5	3	2	2	1	4	4	3	2	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4
62	3	3	4	5	1	5	2	3	4	3	4	3	5	4	5	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	2	5
63	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	1	4	4	5	1	3
64	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	3	2	3	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	3	5
65	5	4	5	5	4	3	4	5	2	2	3	1	4	5	5	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	3	4
66	5	5	4	2	2	2	2	3	1	3	4	4	4	3	2	3	4	3	5	4	3	2	1	2	3	3	3
67	5	3	2	4	5	3	2	5	3	5	2	1	4	5	4	3	4	5	3	5	3	5	3	5	5	2	4
68	3	3	3	5	2	1	4	5	5	2	5	2	4	4	4	3	3	3	2	1	1	4	3	3	2	1	3
69	4	5	4	2	2	5	5	4	3	2	3	2	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	2	3
70	5	2	3	3	5	2	3	5	5	4	4	2	2	3	4	4	4	2	1	2	3	4	5	5	2	3	4
71	5	5	2	4	2	4	3	2	5	5	5	4	4	2	1	1	2	4	5	4	4	3	2	5	4	3	4
72	3	4	5	4	2	3	5	3	5	3	2	4	1	4	4	3	2	4	4	5	5	3	4	3	4	2	4
73	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	3	1	5	5	5	2	4	4	5	3	4
74	3	5	5	5	5	4	3	4	1	4	2	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	2	5	2	4	2	4
75	5	2	3	4	1	5	5	4	3	4	4	1	1	4	5	4	4	2	3	4	4	1	3	4	4	3	4
76	5	1	4	1	3	4	5	5	2	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	3	4	2	4	4	5	5	3
77	5	5	4	4	4	4	3	4	2	4	5	5	1	2	4	4	4	4	3	1	4	3	4	5	5	3	4
78	3	5	5	2	5	5	2	3	2	5	2	2	3	4	4	5	3	5	2	1	2	1	2	2	2	2	2
79	4	4	4	3	3	4	1	2	1	4	3	3	5	4	3	4	3	4	3	2	4	3	1	3	3	2	3
80	4	5	4	2	4	5	3	3	3	5	2	3	3	5	4	5	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3
81	5	4	5	5	3	4	2	2	4	4	5	1	4	3	3	4	4	4	5	2	4	2	2	3	2	5	4
82	3	4	4	4	5	4	2	1	3	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	2	3	1	2	2	2	3	5
83	5	5	4	4	5	5	3	2	2	5	4	3	5	5	4	5	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2
84	5	4	5	1	3	4	2	3	1	4	1	1	5	3	3	4	3	1	1	2	1	1	2	2	3	1	2
85	4	4	4	2	2	4	2	2	2	3	2	2	5	4	2	4	4	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3

86	4	5	5	4	3	5	1	3	4	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	2	4	3	1	2	3	2	3
87	5	4	5	3	5	4	2	4	3	4	3	3	5	5	4	4	5	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3
88	5	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	5	5	4	4	3	5	4	3	2	5	2	5	5	5	2	4
89	5	5	5	2	4	4	2	5	2	3	4	2	3	2	1	2	3	4	5	5	5	2	4	5	5	3	4
90	5	5	4	2	5	5	2	4	3	2	3	5	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	1	3
91	5	2	3	4	5	2	2	5	3	4	4	2	2	3	4	4	4	2	1	2	3	2	5	5	2	3	4
92	5	5	2	4	5	4	3	2	5	5	5	4	4	2	1	1	2	4	5	3	4	3	2	5	4	3	4
93	3	4	5	4	5	4	2	4	5	3	2	1	1	4	4	3	2	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4
94	3	3	4	5	5	5	2	3	2	3	4	3	5	4	5	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	5
95	3	4	5	4	5	5	1	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	2	4	4	5	4	3
96	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	3	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5
97	5	4	5	5	4	3	4	5	2	2	3	1	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
98	5	5	4	2	2	2	2	3	2	3	4	4	4	3	2	3	4	3	5	3	3	2	1	2	3	4	3
99	5	3	2	4	5	3	2	5	3	5	2	2	4	5	4	3	4	5	3	5	3	2	3	5	5	5	4
100	3	3	3	5	2	1	4	5	5	2	5	4	4	4	4	3	3	3	2	1	1	4	3	3	2	5	3
101	4	5	4	2	5	5	1	4	3	2	3	3	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	4	3
102	3	4	4	2	2	3	3	3	4	2	2	5	5	4	4	3	5	4	3	2	5	1	5	5	5	4	4
103	5	5	5	2	4	4	2	5	4	3	4	5	3	2	1	2	3	4	5	5	5	2	4	5	5	3	4
104	4	5	4	2	5	5	2	4	3	2	3	5	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	4	3
105	5	2	3	4	2	2	3	5	3	4	4	5	2	3	4	4	4	2	1	2	3	4	5	5	2	3	4
106	4	5	2	4	5	4	3	2	2	5	5	4	4	2	1	1	2	4	5	3	4	3	2	5	4	3	4
107	3	4	5	4	2	4	2	4	5	3	2	2	1	4	4	3	2	3	4	2	5	3	4	3	4	4	4
108	2	3	4	5	5	5	2	3	1	3	4	3	5	4	5	2	3	4	3	1	3	3	4	4	3	4	5
109	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	1	4	3	4	5	5	4	4	2	4	2	4	4	5	4	3
110	3	4	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	3	5	4	3	4	5	4	1	4	3	4	4	5	4	5
111	5	4	5	5	4	3	4	5	2	2	3	1	4	5	5	4	5	4	5	2	4	3	5	4	4	5	4
112	5	5	4	2	2	2	2	3	2	3	4	3	4	3	2	3	4	3	5	1	3	2	1	2	3	4	3
113	5	3	2	4	5	3	4	5	1	5	2	2	4	5	4	3	4	5	3	5	3	3	3	5	5	5	4
114	3	3	3	5	2	1	4	5	5	2	5	4	4	4	4	3	3	3	2	1	1	4	5	3	2	5	3

115	4	5	4	2	5	5	5	4	3	2	3	1	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	4	3
116	4	3	4	5	5	4	1	4	5	4	4	4	4	3	1	3	2	2	3	4	2	1	4	4	5	1	1
117	4	4	4	3	5	4	2	4	2	4	4	2	5	3	2	3	2	3	5	4	2	1	3	4	3	1	1
118	5	5	5	4	3	5	1	4	3	4	4	2	5	4	3	3	1	1	4	3	2	1	2	3	2	1	2
119	5	4	3	5	2	5	1	4	2	4	5	3	5	4	4	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2
120	3	4	3	5	4	5	4	5	2	1	5	4	4	4	4	1	1	3	4	2	3	2	2	2	2	3	3
121	4	5	2	5	5	5	4	4	2	2	3	2	3	3	5	3	2	4	3	2	1	3	1	1	1	2	2
122	1	3	4	5	5	2	5	4	2	4	4	4	4	3	1	2	2	2	3	4	2	3	4	4	5	1	2
123	4	4	4	3	5	4	4	4	2	4	4	2	5	3	2	3	2	3	5	4	2	2	3	4	3	1	2
124	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	2	1	1	4	3	2	2	2	3	2	1	2
125	5	4	3	5	2	5	2	4	1	4	5	3	5	4	4	2	1	2	3	4	3	2	1	2	2	2	2
126	3	4	3	5	4	5	3	5	1	1	5	3	4	4	4	1	1	3	4	4	3	1	2	2	2	3	3
127	4	5	2	5	5	4	3	4	5	2	3	2	3	3	5	3	2	4	3	2	1	4	1	1	1	2	2
128	4	2	4	5	5	4	3	4	3	3	5	2	4	2	1	3	4	3	4	2	2	1	3	5	2	2	2
129	2	5	4	4	4	4	2	4	3	2	4	1	2	3	2	1	3	2	2	4	5	2	1	2	2	4	4
130	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	2	3	4	4	1	2	2	3	4	3	3	1	2	2	4
131	4	4	2	4	4	4	2	1	5	5	5	1	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	1	2	2	3
132	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	4	1	1	3	2	3	3	4	5	4	4	4
133	2	2	4	5	2	4	4	4	5	2	2	4	5	3	4	2	2	2	3	3	4	1	3	3	2	1	3
134	3	4	3	4	2	2	5	5	5	2	1	2	4	4	5	3	2	2	1	2	4	5	4	1	3	4	5
135	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	2	3	4	4	1	2	2	3	4	3	3	1	2	2	4
136	4	4	5	4	1	4	2	4	5	5	5	5	4	4	2	2	3	2	2	2	2	2	4	1	2	2	3
137	2	4	4	4	4	5	2	5	3	5	5	3	5	5	4	4	1	1	3	2	3	3	4	5	4	3	4
138	5	5	4	5	3	4	2	4	5	2	2	4	5	3	4	2	2	2	3	2	4	1	3	3	2	1	3
139	3	4	4	4	2	5	1	5	3	4	5	2	4	4	5	3	2	2	1	2	4	5	4	1	3	4	5
140	4	5	2	4	2	4	3	2	5	5	5	2	4	2	1	1	2	4	5	3	4	3	2	5	4	3	4
141	3	4	5	4	2	4	5	4	5	3	2	3	1	4	4	3	2	3	4	2	5	3	5	3	4	4	4
142	2	3	4	5	5	5	2	3	4	3	4	3	5	4	5	2	3	4	3	1	3	3	4	4	3	4	5
143	5	4	5	4	5	5	1	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3

144	3	4	4	5	3	3	1	3	3	4	3	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5
145	5	4	5	5	4	3	3	5	2	2	3	2	4	5	5	4	5	4	5	2	4	5	5	4	4	5	4
146	4	5	4	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	3	5	1	3	2	1	2	3	4	3
147	5	3	2	4	5	3	1	5	4	5	2	2	4	5	4	3	4	5	3	2	3	3	3	5	5	5	4
148	3	3	3	5	2	1	2	5	4	2	5	4	3	4	4	3	3	3	2	1	1	3	5	3	2	5	3
149	5	5	4	5	4	4	2	5	3	4	4	2	1	3	4	3	4	5	3	2	3	3	2	1	1	3	2
150	4	4	4	5	1	5	1	3	2	5	5	5	2	1	5	5	1	5	5	2	4	2	2	3	2	1	2
151	3	4	4	4	1	4	1	5	5	4	5	4	2	1	5	5	3	5	2	2	1	1	5	3	2	2	2
152	4	4	5	3	2	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	2	1	3	4	2	4	2	3	2	4
153	2	4	5	5	2	5	5	5	4	4	5	2	4	4	5	5	2	1	3	2	3	2	1	1	3	4	3
154	5	3	3	5	4	4	4	4	5	5	2	2	3	3	4	4	2	2	1	3	1	2	3	5	3	2	1
155	3	4	2	5	2	2	1	1	5	3	5	5	4	3	2	2	5	5	4	1	3	4	2	3	3	1	2
156	4	5	4	5	5	5	1	3	2	5	5	5	2	1	5	5	1	5	5	1	4	2	2	3	2	1	2
157	3	4	4	4	1	4	2	5	5	4	5	1	2	1	5	5	3	5	2	2	1	2	5	3	2	2	2
158	4	4	5	3	2	4	4	5	5	5	4	1	3	4	4	3	3	2	1	3	4	3	4	2	3	3	4
159	2	5	5	5	2	5	5	5	4	4	5	2	4	4	5	5	2	1	3	2	3	2	1	1	3	2	3
160	5	3	3	5	3	3	4	4	5	4	2	1	3	3	4	4	2	2	1	3	1	3	3	5	3	2	1
161	3	4	2	5	2	2	1	1	5	3	5	5	4	3	2	2	5	5	4	3	3	2	2	3	4	1	2
162	5	5	5	4	1	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	2	2	1	3	2	2	1
163	3	4	5	4	2	3	2	3	3	3	5	4	4	4	5	2	2	1	3	2	2	1	3	5	3	5	4
164	4	4	5	4	2	2	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	3	2	2	1	3	3	4	2	3	5
165	4	5	5	5	3	4	2	5	1	3	5	3	4	2	1	1	2	3	3	1	1	2	2	4	5	2	2
166	4	2	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	2	2	2	2	5	5	2	4	1	1	2	3	3	2
167	4	3	5	5	1	4	3	5	2	4	5	4	2	2	2	2	2	4	5	1	2	2	3	2	1	1	1
168	4	4	3	3	5	5	4	4	2	4	5	4	4	2	2	3	4	5	4	2	4	1	3	2	3	1	2
169	1	1	4	3	4	4	1	4	5	4	3	3	4	2	2	2	1	3	2	3	4	1	2	4	4	3	5
170	4	4	5	3	1	3	2	5	1	5	4	4	2	1	5	5	5	4	4	1	4	2	4	2	4	3	4
171	2	3	4	5	4	4	2	2	3	5	4	4	5	2	1	1	3	4	4	5	2	1	2	1	1	1	1
172	4	4	3	5	2	5	2	4	1	4	5	3	5	4	4	2	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2

173	3	4	3	5	3	5	3	5	1	1	5	2	4	4	4	1	1	3	4	2	3	2	2	2	2	3	3
174	4	5	2	5	2	5	3	4	3	2	3	2	3	3	5	3	2	4	3	2	1	3	1	1	1	2	2
175	1	3	4	5	2	2	2	5	5	4	4	4	4	3	1	2	2	2	3	2	2	4	4	4	5	1	2
176	4	4	4	3	2	4	3	5	4	4	4	5	5	3	2	3	2	3	5	1	2	2	3	4	3	1	2
177	5	5	5	4	4	5	4	4	2	4	4	1	5	4	3	2	1	1	4	3	2	2	2	3	2	1	2
178	5	4	3	5	2	5	2	5	2	4	5	3	5	4	4	2	1	2	3	1	3	2	1	2	2	2	2
179	4	4	3	5	1	5	2	5	1	1	5	4	4	4	4	1	1	3	4	2	3	2	2	2	2	3	3
180	4	5	2	5	2	4	2	4	5	2	3	2	3	3	5	3	2	4	3	2	1	4	1	1	1	2	2
181	4	2	4	5	1	4	4	4	3	3	5	5	4	2	1	3	4	3	3	2	2	1	3	5	2	2	2
182	2	5	4	4	3	3	2	4	3	2	4	5	2	3	2	1	3	2	2	4	5	2	2	2	2	4	4
183	4	5	5	4	4	3	4	5	2	5	4	4	2	3	4	4	1	2	2	3	4	3	3	1	2	2	4
184	4	4	2	5	3	4	2	4	3	5	5	5	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	1	2	2	3
185	2	4	4	4	4	5	1	5	2	5	4	3	5	5	4	4	1	1	3	2	3	3	4	5	4	3	4
186	2	2	4	5	2	4	4	4	2	2	2	2	5	3	4	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	1	3
187	5	4	3	4	2	2	2	5	1	2	1	2	4	4	5	3	2	2	1	2	4	1	4	1	3	2	3
188	4	4	4	4	2	5	3	5	2	5	2	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	2	4	2	4	3	2
189	4	4	5	5	4	4	4	5	2	5	4	2	4	4	1	4	4	4	2	2	2	1	1	2	2	2	1
190	5	4	3	4	1	2	2	3	3	4	5	5	4	1	1	3	4	1	1	1	2	1	2	2	3	2	1
191	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	5	2	4	1	3	4	4	5	1	1	3	2	1	1	2	2	2
192	5	4	4	4	3	5	2	5	2	5	4	3	5	5	4	4	1	1	3	2	3	3	4	5	4	3	4
193	2	2	4	5	5	4	4	4	2	2	2	4	5	3	4	2	1	2	3	3	4	1	3	3	2	1	3
194	5	4	3	4	2	2	2	5	1	2	1	2	4	4	5	3	2	2	1	2	4	2	4	1	3	3	3
195	5	3	4	4	1	5	3	5	3	5	2	4	5	4	4	5	5	5	4	2	4	2	4	2	4	3	2
196	4	5	5	5	1	4	4	4	1	5	4	2	4	4	1	4	5	4	2	2	2	1	1	2	2	2	1
197	5	5	3	4	1	2	2	3	3	4	5	5	5	1	1	3	4	1	1	1	2	1	2	2	3	1	1
198	4	4	4	2	3	4	1	4	3	4	5	4	4	1	3	4	4	5	1	1	3	2	1	1	2	2	2
199	3	4	2	5	2	2	1	1	3	3	5	5	4	3	2	2	5	5	4	1	3	4	2	3	3	1	2
200	4	5	4	5	2	5	1	3	2	5	5	5	2	1	5	5	1	5	5	2	4	2	2	3	2	1	2
201	3	4	4	4	1	4	3	5	2	4	5	1	2	1	5	5	3	5	2	2	1	3	5	3	2	2	2

202	4	4	5	3	2	4	4	5	2	5	4	2	3	4	4	3	3	2	1	3	4	3	4	2	3	4	4	
203	2	5	5	5	2	5	5	5	2	4	5	2	4	4	5	5	2	1	3	2	3	2	1	1	3	4	3	
204	5	3	3	5	3	3	4	4	2	4	2	1	3	3	4	4	2	2	1	3	1	3	3	5	3	2	1	
205	4	4	2	5	2	2	1	1	1	3	5	5	4	3	2	2	5	5	4	3	3	2	2	3	4	1	2	
206	5	5	5	4	3	2	2	5	2	5	4	1	4	4	4	4	3	3	2	1	2	2	1	3	2	2	1	
207	3	4	5	4	2	3	1	3	3	3	5	4	4	4	5	2	2	1	3	2	2	1	3	5	3	5	4	
208	4	4	5	4	2	2	2	3	2	4	5	3	3	4	4	4	4	3	2	2	1	3	3	4	2	3	5	
209	4	5	5	5	3	4	2	5	2	3	5	3	4	2	1	1	2	3	3	1	1	2	2	4	5	2	2	
210	5	2	4	4	2	4	4	5	2	4	5	5	5	2	2	2	2	5	5	3	4	1	1	2	3	3	2	
211	4	3	5	5	4	4	3	5	3	4	5	2	2	2	2	2	2	4	5	2	2	2	3	2	1	1	1	
212	4	4	3	3	1	5	3	5	3	4	5	2	4	2	2	3	4	5	4	2	4	1	3	2	3	1	2	
213	1	1	4	3	2	4	4	4	2	4	3	3	4	2	2	2	1	3	2	3	4	1	2	4	4	5	5	
214	4	4	5	3	2	3	2	5	1	5	4	1	2	1	5	5	5	4	4	1	4	5	4	2	4	4	4	
215	2	3	4	5	2	4	1	2	2	5	4	2	5	2	1	1	3	4	4	2	2	1	2	1	1	1	1	
216	4	4	3	4	2	5	1	4	2	4	5	3	5	4	4	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	
217	5	5	3	5	3	5	2	5	1	1	5	1	4	4	4	1	1	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	
218	3	3	3	5	2	1	4	5	2	2	5	4	4	4	4	3	3	3	2	1	1	4	3	3	2	5	3	
219	4	5	4	2	1	5	2	4	1	2	3	3	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	2	3	
220	3	4	4	2	2	3	3	3	2	2	2	5	5	4	4	3	5	4	3	2	5	1	5	5	5	2	4	
221	5	5	5	2	3	4	2	5	1	3	4	1	3	2	1	2	3	4	5	3	5	2	4	5	5	3	4	
222	4	5	4	2	2	5	2	4	3	2	3	3	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	2	3	
223	5	2	3	4	2	2	2	5	1	4	4	5	2	3	4	4	4	2	1	2	3	2	5	5	2	3	4	
224	4	5	2	4	3	4	3	2	2	5	5	2	4	2	1	1	2	4	5	3	4	3	2	5	4	3	4	
225	3	4	5	4	2	4	5	4	2	3	2	3	1	4	4	3	2	3	4	2	5	2	4	3	4	1	4	
226	2	3	4	5	2	5	2	3	2	3	4	3	5	4	5	2	3	4	3	2	3	3	4	4	3	5	5	
227	3	4	5	4	2	5	2	5	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	2	4	5	4	4	5	3	3	
228	5	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	1	3	5	4	3	4	5	4	1	4	3	4	4	5	2	5	
229	5	4	5	5	1	3	4	5	2	2	3	1	4	5	5	4	5	4	5	2	4	5	5	4	4	5	4	
230	5	5	4	2	2	2	2	3	1	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	5	1	3	2	1	2	3	3	3

231	5	3	5	4	3	3	1	5	3	5	2	2	4	5	4	3	4	5	3	1	3	2	3	5	5	2	4
232	3	3	3	5	2	1	2	5	2	2	5	2	4	4	4	3	3	3	2	1	1	3	5	3	2	5	3
233	4	5	4	2	1	5	5	4	3	2	3	5	4	2	4	3	2	5	4	3	2	3	4	4	5	2	3
234	4	3	4	5	2	4	2	4	2	4	5	4	4	3	1	3	2	2	3	4	2	1	4	4	5	1	1