



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN CALIFORNIA FRIED CHICKEN (CFC)
BENDA SUKABUMI**

Skripsi

Dibuat Oleh:

Rismasari

021114133

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

AGUSTUS 2018

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN CALIFORNIA FRIED CHICKEN (CFC)
BENDA SUKABUMI**

Skripsi

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

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi,

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

Ketua Program Studi,

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

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN CALIFORNIA FRIED CHICKEN (CFC)
BENDA SUKABUMI**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Rabu Tanggal : 25 / Juli / 2018

Rismasari
0211 14 133

Menyetujui

Ketua Sidang,



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

Ketua Komisi Pembimbing



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

Anggota Komisi Pembimbing



(Yetty Husnul Hayati, S.E., M.M)

ABSTRAK

RISMASARI. NPM 021114133. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan California Fried Chicken Benda Sukabumi. Dibawah bimbingan Bapak HERDIYANA dan Ibu YETTY HUSNUL HAYATI. Tahun 2018.

Terjadinya modernisasi dalam masyarakat menyebabkan perubahan dalam gaya hidup masyarakat. Perubahan tersebut terlihat dari pola konsumsi masyarakat yang serba ingin cepat dan praktis, California Fried Chicken (CFC) adalah salah satu waralaba domestik yang bergerak dalam bidang makanan cepat saji. slogan CFC yang merupakan, “Bukan Cuma Ayam” benar-benar memenuhi kebutuhan selera masyarakat Indonesia yang beragam. Tidak hanya menyajikan ayam goreng gurih saja namun CFC juga menyediakan menu lainnya. Tetapi bukan hanya itu saja CFC juga dihadapkan pada persoalan yaitu persaingan antar restorasi cepat saji baik merek dalam negeri maupun merek luar negeri, salah satu cara agar CFC tetap dipilih oleh pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan konsisten. Karena jika kualitas pelayanan sejalan dengan baiknya kualitas produk yang dijanjikan maka pelanggan akan merasa terpuaskan. Semakin baik dan konsisten kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan terpuaskan.

Penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *eksplanatory survey*, dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 330 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis koefisien korelasi *rank spearman*, dan uji hipotesis koefisien korelasi.

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi *rank spearman* antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang kuat dengan nilai sebesar 0,603 dimana angka tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 artinya bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda mempunyai hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan tingkat signifikansi dapat diketahui bahwa nilai signifikansi < taraf nyata ($0,000 < 0,05$) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN CALIFORNIA FRIED CHICKEN (CFC) BENDA SUKABUMI” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tunjukan kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
2. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Yudhia Mulya, S.E., M.M. selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Bapak Herdiyana, S.E., M.M. selaku ketua komisi pembimbing penulis yang telah senantiasa memberikan banyak kontribusi dalam bimbingan serta motivasi dan pencerahan sekaligus menjadi panutan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Ibu Yetty Husnul Hayati, S.E., M.M. selaku anggota komisi pembimbing penulis yang telah memberikan banyak bimbingan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha dan Karyawan Perpustakaan di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
7. Untuk kedua Orang tua Ibu Halimah dan Bapak Uyoh Hidayatulloh yang selalu memberikan doa, motivasi dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
8. Untuk kakak-kakak saya Rahmayani, Iin dan Iwan yang telah memberikan dukungan moril maupun materil.
9. Untuk sahabat-sahabat tercinta Annida Sirly Rezeqi, S.E. Heni Meilistiani, S.E. Fahrunnisa Maharani Awaliah, S.E. dan Andriany Winandar, S.E. yang selalu menemani selama 4 tahun dan saling memberi motivasi.
10. Kelas C Manajemen 2014 teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
11. Seluruh angkatan 2014 Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu-satu, terima kasih atas segala bantuan, motivasi dan doanya.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kesalahan oleh karena itu penulis terbuka menerima saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Bogor, Agustus 2018

Rismasari

DAFTAR ISI

	Hal
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1.2.1. Identifikasi Masalah	5
1.2.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1. Maksud Penelitian.....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1. Kegunaan Teoritik	6
1.4.2. Kegunaan Praktek.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Fungsi Pemasaran	7
2.1.3. Konsep Pemasaran	9
2.2. Pengertian Jasa	12
2.2.1. Pengertian Jasa	12
2.2.2. Karakteristik Jasa	13
2.2.3. Klasifikasi Jasa	14
2.3. Kualitas Pelayanan	15
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.4. Kepuasan Pelanggan	18
2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	18
2.4.3. Indikator Mengukur Kepuasan Pelanggan	19
2.4.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	20
2.4.5. Faktor Ketidakpuasan pelanggan	21
2.5. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	22

2.5.1. Penelitian Sebelumnya	22
2.5.2. Kerangka Pemikiran	24
2.5.3. Konstelasi Penelitian	26
2.6. Hipotesis penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	27
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	27
3.4. Operasionalisasi Variabel	28
3.5. Metode Penarikan Sampel	30
3.6. Metode Pengumpulan Data	30
3.7. Metode Analisis Data.....	31
3.7.1. Uji Validitas	31
3.7.2. Uji Reliabilitas	32
3.7.3. Analisis Deskriptif	32
3.7.4. Korelasi <i>Rank Spearman</i>	33
3.7.5. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	37
4.1.1. Profil Perusahaan	37
4.1.2. Profil Responden	40
4.2. Analisis Data	45
4.2.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
4.2.2. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada CFC Benda	47
4.2.2.1. Kualitas Pelayanan pada CFC Benda.....	48
4.2.2.2. Kepuasan Pelanggan pada CFC Benda	59
4.2.3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan CFC Benda	67
4.3. Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.3.1. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan pada CFC Benda.....	68
4.3.2. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan pada CFC Benda.....	68
4.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada CFC Benda.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	71
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1 Data Pengunjung California Fried Chicken (CFC) Benda.....	2
Tabel 2 Jumlah Pelanggan Yang Menyampaikan Keluhan	4
Tabel 3 Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 4 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 5 Skala Likert	31
Tabel 6 Nilai Kriteria Interval Penilaian.....	33
Tabel 7 Kriteria Koefisien Korelasi	34
Tabel 8 Usia Responden	41
Tabel 9 Jenis Kelamin.....	42
Tabel 10 Pendidikan Terakhir	43
Tabel 11 Pekerjaan	44
Tabel 12 Mayoritas Total Data Responden	45
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	45
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	47
Tabel 16 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	47
Tabel 17 Interpretasi Hasil	48
Tabel 18 Fasilitas Yang Ada Menarik Dan Bersih	48
Tabel 19 Penampilan Karyawan Rapih	49
Tabel 20 Ruang Yang Cukup Nyaman	50
Tabel 21 Kemampuan Memberikan Solusi Atas Keluhan	50
Tabel 22 Memberikan Pelayanan Yang Baik Sejak Pertama Kali Datang	51
Tabel 23 Menyediakan Layanan Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan	52
Tabel 24 Para Karyawan Memberikan Layanan Yang Cepat	52
Tabel 25 Karyawan Selalu Sedia Membantu	53
Tabel 26 Karyawan Selalu Member Tahu Kapan Layanan Akan Diterima	54
Tabel 27 Karyawan Selalu Bersikap Sopan	54
Tabel 28 Karyawan Selalu Mampu Menjawab Pertanyaan Setiap Pelanggan ...	55
Tabel 29 Karyawan Memberikan Perhatian Individual Kepada Pelanggan	56
Tabel 30 Memperhatikan Minat Pelanggan Dengan Baik	56
Tabel 31 Hasil Rata-Rata Reponden Terhadap Kualitas Pelayanan	57
Tabel 32 Harga Produk Sesuai Dengan Kualitas Yang Diharapkan	59
Tabel 33 Harga Produk Sesuai Dengan Rasa Yang Diharapkan	60
Tabel 34 Sikap Karyawan Sesuai Dengan Yang Diharapkan	60
Tabel 35 Bersedia Berkunjung Kembali	61
Tabel 36 Produk Yang Bergengsi Tinggi	62
Tabel 37 Produk Memuaskan Dan Menarik	63
Tabel 38 Bersedia Merekomendasikan Kepada Yang Lain	64
Tabel 39 Memiliki Citra Yang Positif Di Masyarakat	64

Tabel 40	Anda Bangga Mengonsumsi Produk	65
Tabel 41	Hasil Rata-Rata Reponden Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
Tabel 42	Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman	67

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1 Proyeksi Pertumbuhan Konsumsi Makanan.....	2
Gambar 2 Data Keluhan Pelanggan	5
Gambar 3 Konstelasi Penelitian	26
Gambar 4 Kategori Rentang	33
Gambar 5 Kurva Uji Hipotesis	35
Gambar 6 Struktur Organisasi CFC Benda	39
Gambar 7 Profil Usia Responden	41
Gambar 8 Jenis Kelamin	42
Gambar 9 Pendidikan Terakhir	43
Gambar 10 Pekerjaan	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Coding
- Lampiran 3. Surat Keterangan Riset

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Terjadinya modernisasi dalam masyarakat menyebabkan perubahan dalam gaya hidup masyarakat. Perubahan tersebut terlihat dari pola konsumsi masyarakat yang serba ingin cepat dan praktis. Mobilitas masyarakat kota yang semakin meningkat menyebabkan terbatasnya waktu untuk memasak dan mengolah makanan sendiri sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih makan di luar rumah. Dan bagi masyarakat sekarang ini mengkonsumsi makanan di restoran bukan hanya untuk menghilangkan rasa lapar saja akan tetapi ada motivasi lain yaitu untuk berkumpul, beristirahat, bertemu dengan relasi bisnis dan hal tersebut menjadi bagian dari gaya hidup sebagian besar masyarakat kita. *Fast food* adalah makanan cepat saji yang disajikan secara cepat, praktis, dan waktu persiapannya membutuhkan waktu yang singkat serta rendah serat dan tinggi lemak. *Fast food* mempunyai kelebihan yaitu penyajian cepat sehingga hemat waktu dan dapat dihidangkan kapan dan dimana saja, serta penyajian yang higienis.

Industri restoran cepat saji menjadi salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat, serta terus meningkat seiring dengan tuntutan zaman. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh AC Nilsen bahwa 69% masyarakat kota di Indonesia yang mengonsumsi *fast food*, sebanyak 33% konsumen *fast food* menyatakan makan siang sebagai waktu yang tepat untuk makan di restoran *fast food*, 25% konsumen *fast food* menyatakan untuk makan malam, 9% konsumen *fast food* menyatakan sebagai makanan selingan dan 2% konsumen *fast food* memilih untuk makan pagi (Nilsen 2008). Hal tersebut akan semakin berkembang sesuai dengan meningkatnya tingkat konsumsi makanan *fast food* di Indonesia.

(<https://akusangpencerita.wordpress.com/2015/03/02/fast-food-sebagai-makanan-alternatif-masyarakat-kota/>) diakses tanggal 17 november 2017.

Berikut ini disajikan data mengenai konsumsi makanan menurut Business Monitor International :

Makanan: Konsumsi makanan diproyeksikan tumbuh stabil 9% dalam 5 tahun ke depan



- Nilai konsumsi makanan akan bertambah sejalan dengan **pertumbuhan jumlah penduduk** dan **peningkatan daya beli** masyarakat, terutama makanan praktis atau siap saji

- **Konsumsi makanan per kapita** diproyeksikan akan naik dari Rp. 2.5 juta di tahun 2010 menjadi Rp. 3.7 juta di tahun 2015

Gambar 1
Proyeksi pertumbuhan konsumsi makanan

Dari gambar 1 di atas dapat dilihat bahwa nilai konsumsi makanan akan bertambah sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk terutama makanan siap saji. Hal ini mendorong perkembangan usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik dalam bidang barang maupun jasa. Salah satu sistem pemasaran jasa yang dilakukan adalah dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik mungkin.

Tujuan perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan serta adanya penilaian yang positif dari pelanggan terhadap perusahaan akan menjadikan pelanggan tersebut tetap bertahan menjadi pelanggan yang setia. Mempertahankan seorang pelanggan adalah jauh lebih sulit dibandingkan mencari pelanggan baru. Hal ini menyebabkan restoran - restoran yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan pelanggan.

California Fried Chicken (CFC) adalah salah satu waralaba domestik yang bergerak dalam bidang makanan cepat saji yang merupakan milik pribumi seratus persen dan sekarang ini tidak ada keterkaitan bisnis sama sekali dengan pihak atau perusahaan asing manapun. Namun karena dipilih nama California Fried Chicken dimana California adalah nama salah satu negara bagian di AS, maka daging ayam siap saji yang ditawarkan CFC langsung dipersepsikan sama dengan produk siap saji lainnya dari negeri Paman Sam yang sudah lebih dahulu populer. Padahal pemilihan nama tersebut merupakan salah satu strategi CFC agar mudah diterima dalam

masyarakat terutama kalangan remaja yang sangat menyukai aneka produk dan budaya hasil westernisasi. Namun CFC tidak hanya mengandalkan nama merek yang bagus akan tetapi diikuti oleh kualitas produk makanan siap saji yang baik pula hingga setara dengan standar produk restoran internasional dan juga memiliki sertifikat halal dari LPPOM MUI.

Berikut ini disajikan data pengunjung CFC Benda dari tahun 2015 dan 2016 :

Table 1
Data pengunjung CFC Benda
Tahun 2015- 2016

No	Bulan	Pengunjung Tahun 2015	Pengunjung Tahun 2016	Fluktuasi
1	Januari	1902	1706	-9%
2	Februari	1885	1844	-2%
3	Maret	1763	1776	1%
4	April	1825	1611	-11%
5	Mei	1972	2066	5%
6	Juni	1722	1625	-5%
7	Juli	1894	2834	48%
8	Agustus	2702	1444	-47%
9	September	1642	1529	-7%
10	Oktober	1625	1763	8%
11	November	1592	1530	-4%
12	Desember	1892	1836	-3%
	Jumlah	22416	21564	-
	Rata-rata	1868	1797	-

Sumber : Data Internal CFC benda tahun, 2017

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa pengunjung CFC Benda, Sukabumi secara perbulan mengalami fluktuasi. Sedangkan jika dibandingkan secara pertahun dari tahun 2015 ke tahun 2016 Jumlah pengunjung mengalami penurunan. Hal tersebut di indikasikan karena adanya penurunan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi eskpektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas.

Menurut Tjiptono (2012:302) Situasi ketidakpuasan terjadi manakala konsumen telah menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak dapat memenuhi harapan. Ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun

produsen/penyedia jasanya (bahkan bisa pula penyalurnya), berkurangnya pembelian ulang, peralihan merek (*brand swithching*), dan berbagai macam perilaku komplain.

Berikut disajikan data jumlah pelanggan yang menyampaikan keluhan pada California Fried Chicken(CFC) Benda Sukabumi pada tahun 2017 sampai Mei 2018 dari ulasan internet :

Tabel 2
Jumlah pelanggan yang menyampaikan keluhan
Tahun 2017 – Mei 2018

No	Tahun	Jumlah Pelanggan yang Menyampaikan Keluhan
1	2017	87
2	Juni 2018	93

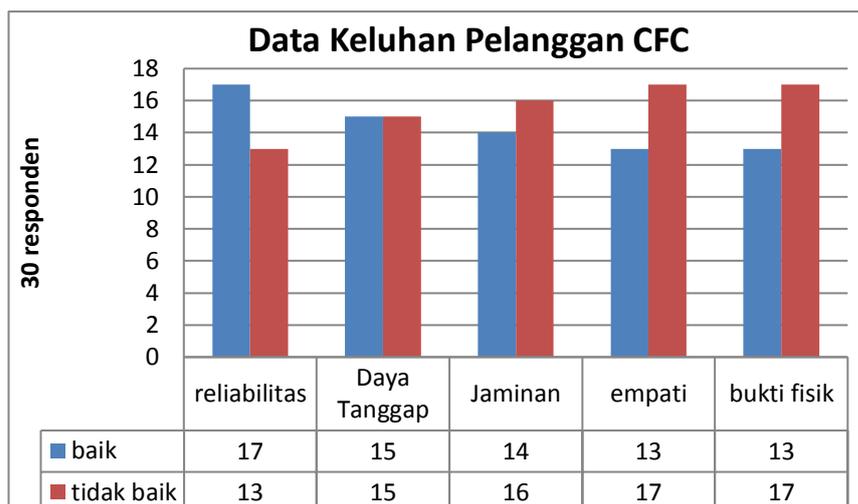
Sumber : Ulasan Internet CFC benda tahun, 2018

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah keluhan pelanggan mengalami peningkatan, dengan adanya permasalahan tersebut hal ini membuat peneliti tertarik dan melakukan survey awal untuk mendapatkan data keluhan langsung dari pelanggan yang datang ke CFC benda.

Beberapa penelitian menunjukkan faktor yang mempengaruhi dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2014) antara lain : a. Kualitas produk, b. Kualitas pelayanan atau jasa, c. Emosi, d. Harga, e. Biaya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dari perusahaan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dapat diukur dan dievaluasi dengan menggunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurances*), dan empati (*empathy*). Jika seluruh dimensi kualitas pelayanan ini bisa dipenuhi oleh restoran cepat saji, besar kemungkinan restoran tersebut akan mencapai titik kepuasan konsumen. Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, daya tanggap memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.

Untuk mendapatkan data keluhan pelanggan CFC dilakukan survei awal dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, warna biru menunjukkan respon positif dengan menjawab baik dan warna merah pada grafik menunjukkan respon yang negatif dengan jawaban tidak baik, berikut disajikan data keluhan pelanggan CFC :



Sumber : Data diolah, 2017

Gambar 2
Data Keluhan Pelanggan CFC

Berdasarkan gambar 2 di atas dapat dilihat bahwa dari 30 responden yang diminta mengisi kuesioner, dari 5 dimensi yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik, 3 dari 5 dimensi tersebut mendapat respon negatif, 1 mendapat respon positif dan 1 mendapat respon yang netral atau seimbang dari responden. Menurut (Kotler dan Keller,2001) dalam buku Tjiptono, Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa.

Berdasarkan kenyataan atau fenomena seperti yang telah diuraikan penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang masalah tersebut dengan judul : *“Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan California Fried Chicken Benda Sukabumi”*

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pihak California Fried Chicken (CFC) Benda yaitu :

1. Terdapat keluhan mengenai kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak California Fried Chicken Benda.
2. Kurangnya perhatian yang dilakukan oleh pihak California Fried Chicken Benda kepada pelanggan.
3. Kurang baiknya fasilitas yang ada di California Fried Chicken Benda.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan masalah yaitu : Bagaimana hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di California Fried Chicken (CFC)

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan data yang relevan agar dapat dijadikan sebagai sumber penelitian untuk diamati, dipelajari dan diolah sehingga mendapatkan hasil yang akurat. Selain itu penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di California Fried Chicken (CFC).

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritik

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap akan mendapatkan wawasan dan menambah ilmu pengetahuan terutama mengenai mata kuliah metodologi penelitian. Hasil dari pada penelitian ini akan digunakan sebagai informasi (atau merangsang pihak lain yang bersangkutan) jika berminat mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4.2 Kegunaan Praktek

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau referensi bagi perusahaan yang diteliti pada khususnya yang dapat dijadikan suatu bahan evaluasi dari kegiatan usahanya. Dalam hal ini mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan hal ini dapat menarik minat para konsumen untuk membeli produk dari California Fried Chicken (CFC) tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

2.1.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang pasti dilakukan oleh setiap perusahaan baik dibidang jasa maupun produk dan merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pelanggan. Terdapat beberapa pengertian pemasaran menurut para ahli yaitu :

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:6) menyatakan bahwa : “Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.”

Sedangkan menurut Harman Malau (2017:1) menyatakan bahwa : “Pemasaran (*marketing*) merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalkan pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan terhadap uang yang dimiliki oleh pelanggan.”

Menurut *The American marketing Assosiation* dalam buku Kotler dan Keller (2013:27) dinyatakan bahwa : “ *Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchange offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.*”

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

2.1.2. Fungsi Pemasaran

Fungsi Pemasaran menurut Deliyanti Oentoro (2012:3) menyatakan bahwa terdapat beberapa fungsi pemasaran, diantaranya:

1. Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (*barter*) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara.

3. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik.

Sedangkan konsep pemasaran menurut Sofyan Assauri (2010:19) mengklasifikasikan fungsi-fungsi pemasaran atas tiga fungsi dasar, yaitu :

1. Fungsi Transaksi/Transfer

Fungsi transaksi/transfer meliputi : pembelian dan penjualan.

2. Fungsi Supply Fisik

Fungsi supply fisik meliputi : pengangkutan dan penggudangan, atau penyimpanan.

3. Fungsi Penunjang

Fungsi penunjang meliputi : penjagaan, standarisasi atau *grading*, *financing*. Penanggungan resiko, dan informasi pasar.

Menurut Soehardi Sigit dalam Danang Sunyoto (2012:36) dinyatakan bahwa, Fungsi-fungsi pemasaran dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pemasaran jenis pertukaran meliputi :

- a. Pembelian, yang dimaksud pembelian (*buying*) ialah proses atau kegiatan yang mendorong untuk mencari penjual. Kegiatan ini merupakan timbal balik daripada penjualan (*selling*), oelh karena itu perlu dimengerti proses atau kegiatan apa yang mengakibatkan atau mendorong untuk melakukan pembelian.
- b. Penjualan, penjualan atau *selling* adalah refleksi dari pembelian merupakan lawan daripada pembelian. Pembelian tidak akan terjadi tanpa penjualan, penjualan tidak ada tanpa pembelian.

2. Fungsi Penyediaan Fisik

Fungsi pemasaran jenis penyediaan fisik meliputi :

- a. Transportasi, dalam kegiatan dan proses pemindahan ini dipersoalkan bagaimana caranya, apakah menggunakan mobil, pesawat, truk, kereta api, kapal laut atau dibawa perseorangan dan lain sebagainya. Bagaimana cara-cara membuat dan membongkarnya, dibungkus atau tidak dibungkus dan sebagainya.
- b. Pergudangan (*storage*), Fungsi pemasaran jenis ini melakukan kegiatan penyimpanan barang sejak selesai diproduksi atau dibeli sampai saat dipakai atau dijual di masa yang akan datang.

3. Fungsi Fasilitas

Fungsi pemasaran jenis fasilitas meliputi :

a. Standarisasi

Jika barang-barang atau jasa-jasa berpindah tempat, berpindah waktu atau berpindah pemilik, umumnya diperlakukan ketentuan-ketentuan tertentu. Standarisasi meliputi penentuan standar produk, pemeriksaan produk untuk menentukan termasuk standar yang mana (*inspection*) dan menjeniskan barang kedalam kelompok-kelompok standar yang telah ditentukan (*sorting*). Pelaksanaan daripada *inspection* dan *sorting* sekaligus disebut *grading*.

b. Pembelian (*financing*)

Di dalam kegiatan pembelian, transportasi, pergudangan, standarisasi dan sebagainya, diperlukan uang atau dana untuk pembiayaan. Kegiatan dari pada penyediaan dana yang diperlukan oleh produsen, perantara, maupun konsumen sendiri, untuk kepentingan proses pemasaran disebut fungsi keuangan.

c. Penerangan Pasar (*market information*)

Penerangan pasar adalah fungsi pemasaran yang sangat luas, karena fungsi ini memberikan keterangan tentang situasi dagang pada umumnya, keterangan yang berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen pemasaran, dan kegiatan-kegiatan lainnya yang mengenai spesialisasi-spesialisasi dalam bidang perekonomian. Termasuk dalam fungsi penerangan pasar, yaitu pengumpulan data, menafsirkan dan mengambil konklusinya.

2.1.3. Konsep 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 dirujuk) 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 missal.

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 memutakhirkannya.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan 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 didasarkan 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 luas dan terintegrasi sering kali diperlukan.

Menurut Ahmad Subagyo (2010:5) menyatakan bahwa filosofi pemasaran mengalami evolusi dari orientasi internal (*inward-looking*) menuju orientasi eksternal (*outward looking*). Kendati demikian, setiap konsep memiliki keunikan dan konteks aplikasi masing-masing .

1. Konsep Produksi (*production concept*) berkeyakinan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah. Penganut konsep ini akan berfokus pada upaya menciptakan efisiensi produksi, biaya rendah, dan distribusi massal. Dengan demikian, fokus utama konsep ini adalah distribusi dan harga. Konsep ini masih banyak dijumpai di negara-negara berkembang seperti Indonesia.
2. Konsep produk (*product concept*) berpandangan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang memberikan kualitas, kinerja atau fitur inovatif terbaik. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya penciptaan produk superior dan penyempurnaan kualitas nya. Jadi fokus utamanya adalah pada aspek produk. Konsep ini sering dijumpai dalam pemasaran produk elektronik, komputer dan karya seni (seperti film, lukisan dan novel).
3. Konsep Penjualan (*selling concept*) berkeyakinan bahwa konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk dalam jumlah banyak, jika mereka tidak diyakinkan dan bahkan bila perlu dibujuk. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada usaha-usaha promosi dan penjualan yang agresif. Konsep ini banyak dijumpai pada *unsought good* (seperti asuransi dan ensiklopedia dan batu nisan, pemasaran nirlaba (seperti penggalangan dana, partai politik, dan universitas), dan situasi *overcapacity* (penawaran jauh melampaui permintaan).

4. Konsep pemasaran (*marketing concept*) berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (*customer value*) kepada pasar sasarannya secara lebih efektif dibandingkan pesaing. Nilai pelanggan adalah rasio antara apa yang diperoleh pelanggan dan apa yang ia berikan. Konsep pemasaran bertumpu pada empat pilar utama : pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terintegrasi (*integrated marketing*) dan profitabilitas. Pasar sasaran adalah pelanggan yang dipilih untuk dilayani dengan program khusus bagi mereka. Keberhasilan pemasaran sangat ditentukan pula oleh kemampuan organisasi dalam membedakan lima jenis :

- a. *State needs* (contoh : konsumen membutuhkan sepeda motor yang tidak mahal)
- b. *Real needs* (contoh : konsumen membutuhkan sepeda motor yang biaya pengoperasiannya murah)
- c. *Unstated needs* (contoh : konsumen menggarapkan layanan prima dari dealer)
- d. *Delight needs* (contoh : konsumen berharap bahwa dealer memberikan pula bonus berupa peta kota tempat pembelian sepeda motor tersebut)
- e. *Secret needs* (contoh : konsumen ingin dipandang rekannya sebagai konsumen yang “cerdas” dalam memilih produk).

2.2. Pengertian Jasa

2.2.1. Pengertian Jasa

Menurut Harman Malau (2017:59) menyatakan bahwa : “Jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba dan tidak terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain.”

Menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2008:6) : “ jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) konsumen.

Menurut Lovelock (2007:5) menyatakan bahwa : “*A service is an act or performace offered by one party to another. Although the process may be tied to aphyscal product, the performance essentially intangible and does not normally result in ownership of any of the factors of production.*”

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba dan tidak terlihat oleh mata yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

2.2.2. Karakteristik Jasa

Menurut menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016:25) menyatakan bahwa :

1. Intangibility

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda; maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (performance), atau usaha (Berry,1980)

2. Heterogenity/Variability/ Inconsistency

Jasa bersifat sangat variable karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

3. Inseparability

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

4. Perishability

Perishability berarti bahwa jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali, atau dikembalikan. (Edgett dan Parkinson,1993;Zeithaml dan Bitner, 2003)

Menurut Buchari Alma (2011:244) menyatakan bahwa :

1. Lebih bersifat tidak berujud dari pada berujud

Benda atau barang yang kita beli atau kita gunakan sehari-hari adalah sebuah objek, sebuah alat atau sebuah benda (*a good is an object, a device, a thing*), sedangkan jasa merupakan perbuatan, penampilan atau sebuah usaha (*a service is deed, a performance, and effort*).

2. Produksi dan Konsumsi berjalan serempak

Jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam rangka waktu yang sama.

3. Kurang memiliki standarisasi dan keseragaman

Implikasi dari perbedann ini ialah “*outcomes*” atau hasil jasa berdasarkan orang (people based) jasa kurang memiliki standarisasi, dibandingkan dengan outcomes dari jasa yang berdasarkan perlengkapan (alat).

Menurut Danang Sunyoto (2012:189) menyatakan bahwa karakteristik jasa dibedakan menjadi empat, yaitu :

1. Tidak berwujud (*intangibility*) karena jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.
2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*) jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya apakah sumber itu orang atau mesin,apakah sumber itu mesin atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.

3. Bervariasi (*variability*) jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung siapa yang menyajikan, kapan dan dimana penyajian tersebut dilakukan.
4. Mudah Musnah (*Perishability*) jasa tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang.

2.2.3. Klasifikasi Jasa

Menurut Buchari Alma (2011:65) menyatakan bahwa Jasa diklasifikasikan dengan tiga cara :

1. Jasa yang berstandar pada manusia atau jasa peralatan.

Kualitas jasa yang disampaikan oleh orang dapat diklasifikasikan berdasarkan tiga kecakapan kerja yaitu 1) tenaga tanpa keahlian, 2) tenaga ahli, 3) pakar yaitu tenaga kerja yang sangat ahli/professional.

2. Jasa yang diperuntukan untuk mencari keuntungan dan yang tidak mencari keuntungan.

Banyak organisasi jasa membedakan dirinya berdasarkan status tujuan.

3. Jasa yang disponsori oleh pemerintah

Cara yang ketiga untuk mengklasifikasikan jasa didasarkan apakah disponsori oleh pemerintah atau tidak.

Menurut (Lovelock,1987;Evans dan Berman,1990) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:16) dinyatakan bahwa klasifikasi jasa dapat dilakukan

berdasarkan tujuh kriteria pokok :

1. Segmen Pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa yang ditunjukkan pada konsumen akhir (misalnya taksi, asuransi jiwa, katering, jasa tabungan, dan pendidikan) dan jasa bagi konsumen organisasional (misalnya biro periklanan, jasa akuntansi dan perpajakan, dan jasa konsultasi manajemen).

2. Tingkat Keberwujudan

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan criteria ini, jasa dapat dibedakan menjadi tiga macam:

- a. Rented-Goods Services

Dalam tipe ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk tertentu berdasarkan tarif yang disepakati dalam jangka waktu yang spesifik.

- b. Owned-Good Services

Pada tipe ini, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan, atau ditingkatkan untuk kerjanya, atau dipelihara/dirawat oleh perusahaan jasa.

c. Non-Goods Services

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk fisik) ditawarkan kepada para pelanggan.

3. Keterampilan Penyedia Jasa

Berdasarkan keterampilan penyedia jasa, terdapat dua tipe pokok jasa. Pertama *professional services*, dan kedua *non-rofesional services*.

4. Tujuan Organisasi Jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa data diklasifikasikan menjadi *commercial services* atau *profit services* (misalnya jasa penerbangan, bank, penyewaan mobil, biro iklan, dan hotel) dan *non-profit services* (seperti sekolah, yayasan dana bantuan, panti asuhan, panti wreda, perpustakaan umum, dan museum).

5. Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi *regulated services* (misalnya jasa pialang, angkutan umum, media massa, dan perbankan) dan *non-regulated services* (seperti jasa makelar, katering, pondokan dan asrama, kanti sekolah, serta pengecatan rumah)

6. Tingkat Intensitas Karyawan

Berdasarkan tingkat internsitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam: *Equipment-based services* (seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon interlokal dan internasional, mesin ATM, *internet banking*, *vending machines*, dan binatu) dan *people-based services* (seperti pelatih sepak bola, satpam, konsultan hukum, konsultan manajemen, bidan, dan dokter anak)

7. Tingkat Kontak Penyedia Jasa dan Pelanggan

Berdasarkan tingkat ini, secara umum jasa dapat dikelompokkan menjadi *high-contact services* (seperti universitas, bank, dokter, piñata rambut, penasihat perkawinan, dan konsultan bisnis) dan *low-contact services* (seperti bioskop, jasa PLN, jasa telekomunikasi dan jasa layanan pos).

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2008:157) menyatakan bahwa : “Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.”

Menurut Haynes dan Du vall (1992) dalam Ariyani D Wahyu (2009:178) dinyatakan bahwa : “Kualitas pelayanan merupakan proses yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal, dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa.”

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Fandy Tjiptono (2008:26) dinyatakan bahwa : “Kualitas layanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen, baik yang tampak jelas maupun tersembunyi.

Menurut Lovelock dan Wright (2011:167) menyatakan bahwa : “*Service quality is premise that quality lies in the eyes of the be holder, equate quality with maximum satisfaction, this subjective, demand oriented perspective recognices that different customers have different wanted needs.*”

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang dan jasa yang ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan yang diinginkan yang berbeda.

2.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Parasuraman, Zeithaml, (1988) dalam Fandy Tjiptono (2012:171) dinyatakan bahwa terdapat delapan dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Realiabilitas (*Reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

3. Jaminan (*Assurance*)

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

4. Empati (*Empathy*)

Berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pada pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Menurut Lovelock dan Wright (2007:96) menyatakan bahwa, kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

2. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. Empati (*Empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Ahmad Subagyo (2010:12) menyatakan bahwa dimensi kualitas yang paling diajukan acuan adalah :

1. Reabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
3. Jaminan, mencakup pengetahuan kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.

2.4. Kepuasan Pelanggan

2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Zulian Yamit (2013:78) menyatakan bahwa : “Jika harapan pelanggan sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan, bahkan mungkin apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayannya tidak ramah, tidak tanggap dan masakannya tidak enak, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak merasa puas”.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan bahwa : “*Customer satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product’s perceived performance (or outcome) to expectation.*”

Menurut Ali Hasan (2013:90) menyatakan bahwa : “Berdasarkan perspektif *Normative standard* definisi kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara hasil aktual dengan harapan standar pelanggan (yang dibentuk dari pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya ia terima dari merek tertentu).”

Berdasarkan dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dibentuk dari pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya ia terima dari merek tertentu.

2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Rambat Lupiyoadi (2014:134) menyatakan bahwa terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan dan Jasa

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosi

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila menggunakan produk dengan merek tertentu.

4. Harga

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

5. Biaya

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

Menurut Irawan Handi (2008:37) Menyatakan bahwa ada beberapa faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kualitas Produk.

Pelanggan akan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk adalah driver kepuasan pelanggan yang multi dimensi. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada enam elemen dari kualitas produk, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency*, dan *design*.

2. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk. Bagi pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3. *Service Quality*

Service quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi dan manusia. Konsep *service quality* yang populer adalah *ServQual* yang diyakini mempunyai 5 dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

4. Biaya dan Kemudahan

Biaya dan kemudahan adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau pelayanan yang relatif mudah, nyaman dan efisien.

2.4.3 Indikator Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009:140) menyatakan bahwa, mengukur kepuasan pelanggan secara teratur salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan, berikut ada 4 mengukur kepuasan pelanggan :

1. Setia untuk waktu yang lama
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiapan Merekomendasikan
4. Tidak terlalu memperhatikan merek lain dan tidak terlalu sensitif terhadap harga

Menurut Fandy Tjiptono (2014:368) menyatakan bahwa, di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai objek pengukuran:

1. Konfirmasi harapan/Kesesuaian harapan (confirmation of expectation)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidak sesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

2. Niat beli ulang (repurchase intention)

Kepuasan planggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

3. Kesiediaan untuk merekomendasi (willingness to recommend)

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

2.4.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2012:318) menyatakan bahwa: “Secara garis besar, ada empat metode yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yakni :

1. Sistem Keluhan dan Saran, seperti kotak-kotak saran di tempat-tempat strategis, kartu pos perangko, saluran telepon bebas pulsa, *website*, *email*, *fax*, *blog*, dan lain-lain;
2. *Ghost Shopping (mystery shopping)*, yaitu salah satu bentuk riset observasi partisipatoris yang yang memakai jasa orang-orang yang ‘menyamar’ sebagai pelanggan perusahaan dan pesaing sembari mengamati secara rinci aspek-aspek layanan dan kualitas produk;
3. *Lost Customer analysis*, yakni menghubungi atau mewawancarai para pelanggan yang telah beralih pemasok dalam rangka memahaminya penyebabnya dan melakukan perbaikan layanan; serta
4. Survei Kepuasan pelanggan, baik via pos, telepon, *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 kesiediaan response untuk merekomendasikan suatu perusahaan dan merek kepada orang lain.
2. Mengamati Tingkat Keluhan Pelanggan dan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih pemasok lain untuk mengetahui alasannya.
3. Mempekerjakan pembelaja misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial dan melaporkan titik kuat dan lemah yang dialaminya dalam membeli produk perusahaan maupun produk pesaing.

2.4.5 Faktor Ketidakpuasan Pelanggan

Menurut Buchari Alma (2011:286) menyatakan bahwa, tentu banyak sebab-sebab munculnya rasa puas terhadap sesuatu antara lain :

1. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
3. Perilaku personil kurang memuaskan
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
5. *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
6. Promosi atau iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

Menurut Keaveney (1995) dalam Tjiptono (2016:240) dinyatakan bahwa di kelompokkan menjadi delapan faktor antara lain :

1. Harga, di antaranya harga mahal, kenaikan harga, penetapan harga tidak *fair*, dan *deceptive pricing*.
2. Karyawan gagal merespon kegagalan jasa, seperti respon negatif, tidak ada respon, dan respon bermasal-malasan.
3. Kompetisi, dimana pelanggan menemukan jasa yang lebih baik di tempat lain.
4. Masalah etis, diantar *cheating*, *hard sealing*, tidak aman, dan konflik kepentingan.
5. *Involuntary switching*, di antaranya karena pelanggan pindah alamat atau penyedia jasa gulung tikar.
6. Kegagalan interaksi jasa, seperti tidak perhatian, tidak sopan, tidak responsive, dan kurang kompeten.
7. Kegagalan Jasa Inti, di antaranya kesalahan jasa/layanan, kesalahan taguhan, dan *service catastrophe*.
8. Ketidaknyamanan, terutama menyangkut lokasi dan jam operasi, waktu tunggu untuk membuat janji (*appointment*), dan waktu untuk menunggu dilayani.

2.5. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.5.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 3
Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan	Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh 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 pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0.021 < 0.05$
2	Eswika Nilasari & Istiatin (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo.	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Konsumen	Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 7,386 - 0,341 X_1 + 0,504 X_2 + 0,302 X_3 - 0,322 X_4 + 0,257 X_5 + \epsilon$. Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel reliability (kehandalan) dengan koefisien 0,504 Uji R ² (R Square) didapatkan hasil sebesar 0.944 atau 94.4 % yang berarti bahwa kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo dipengaruhi oleh variabel tangible, reliability, responsible, assurance, empathy sebesar 94,4%. Dan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo sebesar 5,6%. diharapkan Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo perlu menerapkan dan mengembangkan aspek pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang mencakup tangible (wujud fisik),

				reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), sehingga dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih baik.
3	Aprilia Fitriani (2014)	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BRISyariah KCP Rawamangun	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Nasabah	Kesimpulan dari analisis <i>Spearman</i> menunjukkan bahwa (1) variabel <i>reliability</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi 0,239. Variable <i>responsiveness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,254. Variable <i>assurance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,307. Variable <i>Empathy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,353. Variable <i>Tangible</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,424. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan Spearman $< 0,05$ (lebih kecil) sehingga hipotesis H_0 ditolak.
4	Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari observasi langsung dan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang selanjutnya di analisis menggunakan analisis linier berganda. Hasil analisis data diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.

5	Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Ayam Penyet Ria. Pengukuran dimensi kualitas menggunakan lima dimensi kualitas layanan yang terdiri atas dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disebarakan kepada 100 pelanggan restoran Ayam Penyet Ria yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi berganda untuk melihat dimensi kualitas layanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan restoran Ayam Penyet Ria. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kelima variabel kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Ayam Penyet Ria Surabaya. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ini adalah Responsiveness atau daya tanggap dan diikuti oleh variabel Assurance, Emphaty, Tangible dan Reliability.
---	--	--	--	---

2.5.2 Kerangka Pemikiran

Dalam rangka mengembangkan perusahaan dan untuk mempertahankan pelanggan jangka panjang, diperlukan pengelolaan usaha yang baik serta berusaha sebisa mungkin memberikan pelayanan yang memuaskan secara maksimal dan berkualitas kepada pelanggan. Dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang penting dari kualitas pelayanan, suatu perusahaan dikatakan berhasil apabila pelanggan merasa puas dengan hasil yang diterima dan sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas pelayanan memiliki tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:157) menyatakan bahwa : “Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Adapun kriteria dalam memberikan pelayanan yang baik dapat dilihat dari beberapa indikator yang digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan antara lain : Menurut Parasuraman dalam Parasuraman, Zeithaml (1988) dalam Tjiptono (2012:171) dinyatakan bahwa 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu: realibilitas (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), bukti fisik (tangible).

Dari kelima indikator kualitas pelayanan tersebut bila dilaksanakan dan diterapkan sebaik mungkin oleh perusahaan maka akan berdampak baik pula kepada perusahaan dan juga berdampak pada kepuasan pelanggan.

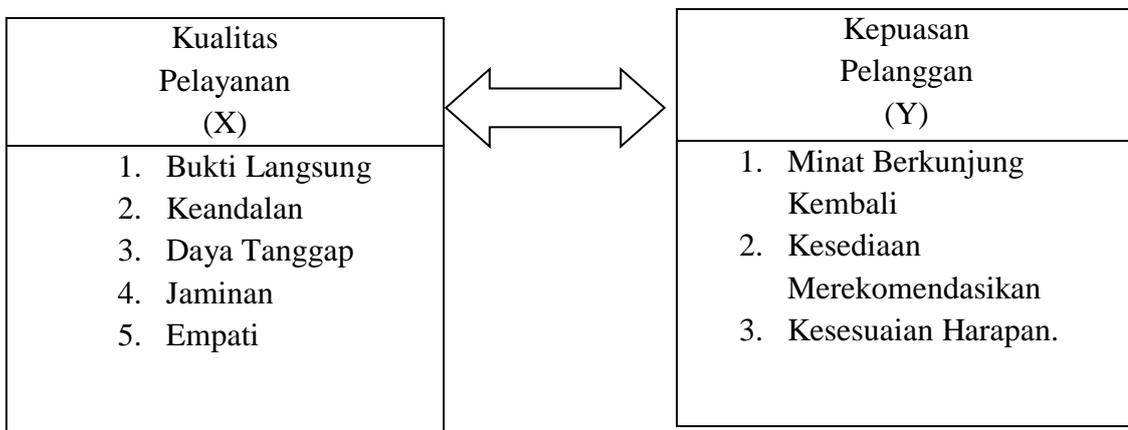
Menurut Kotler dan Keller (2009:140) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapannya. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas dan sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas. Berikut indikator menurut Kotler dan Keller (2009:140) menyatakan bahwa, mengukur kepuasan pelanggan secara teratur salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan, berikut mengukur kepuasan pelanggan : Minat Berkunjungi Kembali, Kesiediaan Merekomendasikan, dan menurut Fandy Tjiptono (2014:368) Keseuaian Harapan.

Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor untuk menciptakan kepuasan pelanggan, hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap perusahaan terutama yang berbasis pada kepuasan pelanggan karena akan menjadi bahan perbandingan bagi pelanggan lain untuk memilih restoran cepat saji yang akan dipilih.

Penelitian yang mendukung pernyataan tersebut yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti (2016), Eswika Nilasari & Istiatin (2015), Aprilia Fitriani (2013), Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015), Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio (2013) menunjukkan bahwa hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta adanya hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2.5.3. Konstelasi Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat digambarkan konstelasi penelitian digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3

Konstelasi Penelitian

2.6. Hipotesis Penelitian

Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah : Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan di California Fried Chicken (CFC) Benda.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Verifikatif dengan metode penelitian *explanatory survey* dengan tujuan penelitian untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan California Fried Chicken (CFC) Benda, dan teknik penelitian ini digunakan oleh peneliti adalah statistik deskriptif dan inferensial.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variable independen kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Realiability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), serta variable dependen kepuasan pelanggan (Y) yang terdiri dari minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan, dan kesesuaian harapan.

Unit analisis dalam penelitian ini bersifat dyads, yaitu berasal dari respon pelanggan dan pihak perusahaan, sehingga data yang didapat tersebut merupakan hasil kuisioner yang akan diberikan kepada pelanggan California Fried Chicken (CFC) Benda.

Lokasi penelitian ini bertempat di California Fried Chicken (CFC) Benda, Cicurug, Sukabumi, Jawa Barat 43359.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti pada penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif, yang merupakan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer diperoleh dari hasil melakukan survey kepuasan pelanggan, dengan cara menyebarkan kuisioner berupa pertanyaan-pertanyaan kepada para pelanggan California Fried Chicken (CFC) Benda.
2. Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa data teori pendukung. Data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti : catatan atau dokumentasi perusahaan, jumlah pengunjung, jurnal-jurnal, internet dll.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam mempermudah proses analisis maka penulis mengklasifikasikan variabel-variabel penelitian kedalam kelompok dan indikator yang dipakai dalam penelitian ini berdasarkan California Fried Chicken seperti yang terlihat dalam table berikut :

Tabel 4

Operasionalisasi Variabel

Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada California Fried Chicken (CFC) Benda

No	Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X)	Bukti Fisik (Tangible) X1	1. Fasilitas yang ada menarik dan bersih	Ordinal
			2. Penampilan karyawan rapi	
			3. Ruangan yang cukup nyaman	
		Keandalan (Reliability) X2	1. Kemampuan memberikan solusi atas keluhan pelanggan.	Ordinal
			2. memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali datang.	
			3. menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	
		Daya Tanggap (Responsiveness) X3	1. para karyawan memberikan layanan yang cepat	Ordinal
			2. karyawan selalu bersedia membantu.	
			3. karyawan selalu member tahu kapan layanan akan diterima	
		Jaminan (Assurance) X4	1. Karyawan selalu bersikap sopan.	Ordinal
			2. Karyawan mampu	

			menjawab setiap pertanyaan pelanggan.	
			3. Perilaku karyawan menumbuhkan kepercayaan pelanggan	
		Empati (Emphaty) X5	1. Karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan.	Ordinal
			2. Memperhatiakn minat pelanggan dengan baik.	
			3. Memiliki jam operasi yang nyaman bagi pelanggan.	
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian Harapan (Y1)	1. Harga produk sesuai dengan kualitas yang diharapkan	Ordinal
			2. Harga produk sesuai dengan rasa yang diharapkan	
			3. Sikap dan sikap karyawan sesuai dengan yang diharapkan	
		Minat berkunjung kembali (Y2)	1. Bersedia berkunjung kembali.	Ordinal
			2. Produk yang bergensi tinggi	
			3. Produk memuaskan dan menarik	
		Kesediaan merekomendasikan (Y3)	1. Bersedia merekomendasikan kepada yang lain	Ordinal
			2. memiliki citra yang positif di masyarakat	
			3. Anda bangga mengkonsumsi produk	

3.5. Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen CFC Benda dalam jangka waktu 2 tahun yaitu dari tahun 2015-2016 dan sampel data yang digunakan adalah responden yang sedang melakukan pembelian di CFC Benda sebanyak 330 responden, dengan menggunakan metode penarikan sampel tidak berpeluang (*nonprobability sampling*) dimana anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* menurut Sugiyono (2017:67) yaitu menentukan sampel secara kebetulan, dimana responden yang diambil adalah orang-orang yang secara kebetulan ditemui cocok dengan sumber data, dan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang diteliti yaitu dengan menggunakan metode Slovin dengan rumus :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = Margin Error

$$n = \frac{1797}{1+1797(0.05)^2}$$

$$n = 327 \sim 330$$

3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer diperoleh dengan survey. Adapun tekniknya dalam mengumpulkan data primer dengan menyebarkan kuisioner.

1. Data primer

Yaitu dengan menyebar daftar pertanyaan kepada pelanggan yang berada di California Fried Chicken Benda untuk memperoleh informasi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun cara yang dilakukan dalam pengumpulan data primer ini adalah :

a. Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap pihak-pihak atau yang berkepentingan yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan pihak yang terkait di California Fried Chicken.

b. Kuisisioner

Kuisisioner yaitu dengan menyebar daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai kualitas pelayanan dan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Oleh karena itu digunakan skala Likert seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 5
Skala Likert

Jawaban	Inisial	Skala
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber : Sugiyono, 2009:93)

2. Data Sekunder

Data Sekunder diperoleh dari studi pustaka, seperti mencari sumber-sumber lain yang bisa mendukung dalam penelitian dengan membaca buku dan mempelajari literature yang berhubungan dengan objek yang diteliti, yang bersumber dari buku, jurnal, laporan perusahaan, meminta data dari pihak perusahaan serta dengan cara mengunduh media online baik dari media massa atau website resmi sehingga mempunyai landasan teoritis dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3.7. Metode Pengolahan Data/Analisis Data

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2017 : 361) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilakukan peneliti. Jadi validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang telah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{yx} = \frac{n\sum xy - (\sum x^2)(\sum y^2)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum y^2)\}\{\sum y^2 - (\sum y)\}}}$$

Keterangan :

n = jumlah responden

r_{xy} = koefisien korelasi (r-hitung)

$\sum x$ = skor variabel kualitas pelayanan

$\sum y$ = skor variable kepuasan pelanggan

$\sum xy$ = hasil perkalian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

3.7.2. Uji Realibilitas

Menurut Sofiyan Siregar (2012 : 173) Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukur tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien Alpha Cronbach. Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai Alpha Cronbach $> 0,6$ dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_i = Realibilitas instumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum s_i^2$ = Jumlah deviasi standar butir

st^2 = Varian total

3.7.3. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010:147) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generasinya. Analisis deskriptif dilakukan untuk menghitung tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dengan rumus sebagai berikut :

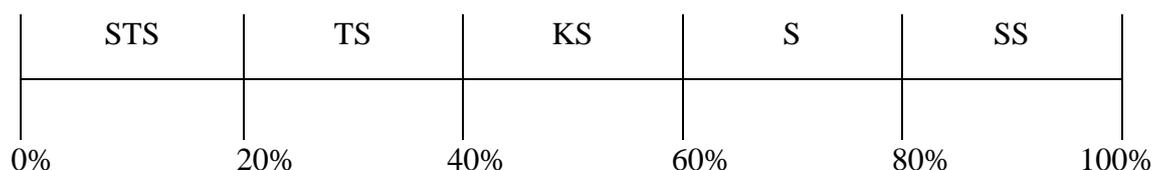
$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item}} \times 100\%$$

Tabel 6
 Nilai Kriteria Interval Penilaian

Presentase	Keterangan
0 % - 20%	Sangat Tidak Baik
21% - 40%	Tidak Baik
41% - 60%	Cukup Baik
61% - 80%	Baik
81% - 100%	Sangat Baik

(Sumber : Sugiyono, 2009:93)

Secara kontinuum dapat di gambarkan sebagai berikut :



(Sumber : Sugiyono, 2009 : 94)

Gambar 4
 Kategori Rentang

3.7.4. Korelasi Rank Spearman

Menurut Sugiyono (2012:137) Korelasi rank spearman yaitu digunakan untuk mencari atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang yang dihubungkan berbentuk ordinal dan sumber data antar variabel tidak harus sama. Metode analisa ini digunakan untuk menganalisis ada tidaknya hubungan antara variabel, jika ada hubungan maka berapa besar pengaruhnya.

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan atau derajat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, dapat diukur dengan menggunakan rumus rank spearman melalui langkah-langkah berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

r_s = Koefisien korelasi rank spearman

\sum = Notasi jumlah

D_i = Perbandingan ranking antara pasangan data

n = Banyaknya pasangan data

Nilai r terbesar adalah $+1$ dan r terkecil adalah -1 . $r = +1$ menunjukkan hubungan positif sempurna, sedangkan $r = -1$ menunjukkan hubungan negatif sempurna. r tidak mempunyai satuan atau dimensi. Tanda $+$ atau $-$ hanya menunjukkan arah hubungan. Interpretasi nilai r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7

Kriteria Koefisien Korelasi

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

(Sumber : Sugiyono, 2016:287)

3.7.5. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis, yaitu menentukan ada tidaknya hubungan kualitas pelayanan (bebas) dengan kepuasan pelanggan (terikat). Dengan memperhatikan variabel yang diuji. Dimana rumusan hipotesis statistiknya sebagai berikut :

H_0 : $\rho = 0$, berarti tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

H_a : $\rho \neq 0$, berarti ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Tolak H_0 jika $Z_h > Z_{1/2\alpha}$ dan jika $Z_h < -Z_{1/2\alpha}$

Menurut Sugiyono (2015:247) uji signifikan menggunakan rumus Z karena $n > 30$. Z hitung dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

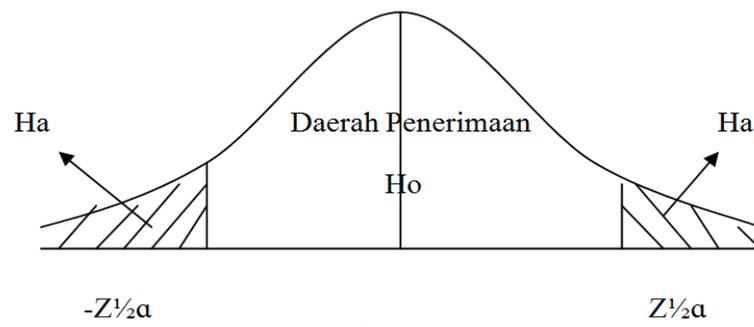
$$Z_h = \frac{rs}{\frac{1}{\sqrt{n-1}}}$$

Keterangan :

z_h = Uji Signifikan Z

r_s = Koefisien Korelasi Rank Spearman

n = Jumlah Sampel



Gambar 5

Kurva Uji Hipoesis

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan metodologi penelitian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka berikut ini hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini objek yang diteliti merupakan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada restoran CFC Benda. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah individual. Lokasi penelitian ini dilakukan pada restoran cepat saji California Fried Chicken (CFC) Benda yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner yang bertempat/berlokasi di Cicurug, Sukabumi, Jawa Barat 43359. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang diisi oleh responden dan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pihak CFC Benda tentang data jumlah pengunjung. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu rata-rata jumlah pengunjung perbulan yang datang ke CFC Benda pada tahun 2016 yaitu sebanyak 1797 orang. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Dalam penentuan sampel dari populasi digunakan rumus slovin dengan error 5%, maka jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 327 responden dan untuk memudahkan penelitian ini maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 330 responden.

4.1.1. Profil Perusahaan

A. Sejarah dan Gambaran Umum Perusahaan

PT Pioneerindo Gourmet International Tbk (d/h PT Putra Sejahtera Pioneerindo), didirikan pada tahun 1983 di Jakarta adalah salah satu perusahaan generasi pertama di Indonesia yang memperkenalkan konsep restoran cepat saji berbahan dasar ayam melalui merek dagang California Pioneer Chicken, terwaralaba Pioneer Take Out - Amerika Serikat. Perusahaan telah berhasil menarik minat publik dengan produk dan layanan berkualitas dan berhasil menjadikan sajian ayam goreng sebagai trendsetter dunia usaha makanan cepat saji di Indonesia.

California Fried Chicken (CFC) memasuki pasar dengan sangat unik. Restoran yang dikelola PT Pioneerindo Gourmet Tbk itu tidak ada keterkaitan bisnis sama sekali dengan pihak atau perusahaan asing manapun. Namun karena memilih nama CFC dimana California adalah salah satu negara bagian di Amerika Serikat, maka daging ayam siap saji yang ditawarkan CFC langsung dipersepsikan sama dengan

produk siap saji lainnya dari Negeri Paman Sam yang sudah lebih dahulu populer. Anggapan awal kebanyakan orang pun sama menyebutkan bahwa CFC adalah perusahaan waralaba dari luar negeri.

Setelah tujuh tahun menempa pengalaman dan teruji dalam penguasaan pasar, pada tahun 1989 perusahaan melepaskan diri dari usaha terwaralaba menjadi pemegang waralaba penuh yang memproduksi dan memasarkan merek produk sendiri yaitu California Fried Chicken. Basis usaha pun diperkuat dengan membentuk franchise dan juga anak-anak perusahaan yaitu Putra Asia Perdana Indah serta PT Mitra hero Pioneerindo guna mendukung penuh kinerja perusahaan dengan pola kemitraan terpadu yang dijalankan sebagai sebuah sinergi untuk memacu pertumbuhan usaha.

Sejak tahun 1988 hingga kini, eksistensinya semakin mengakar di tengah masyarakat dengan merek dagang “CFC”. Hingga saat ini CFC memiliki lebih dari 285 gerai di Indonesia. Untuk daerah Jawa Barat CFC memiliki kurang lebih memiliki 53 gerai. Salah satunya yaitu CFC cabang Benda.

Berikut adalah visi dan misi CFC (California Fried Chicken) :

Visi

- Menjadi restoran cepat saji nasional nomor 1 di Indonesia.

• Misi

- Menciptakan organisasi yang dapat dipercaya dan bermanfaat bagi Stakeholders.
- Menciptakan kepuasan pelanggan dengan menyediakan jaringan outlet yang nyaman, produk berkualitas dan pelayanan yang ramah.
- Menciptakan lingkungan yang baik bagi karyawan untuk berkarya dan berkembang.

B. Kegiatan Usaha

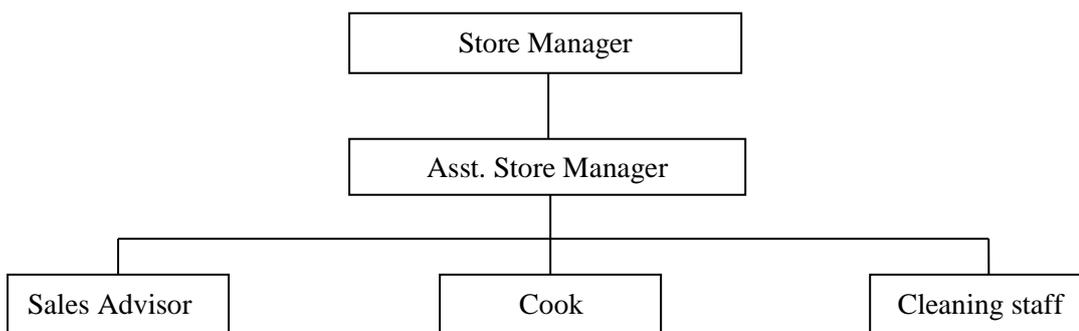
California Fried Chicken merupakan salah satu restoran cepat saji ternama yang berada dalam naungan PT. Pioneerindo Gourmet International yang terkenal akan ayam goreng yang gurih dan garing. Nama merek dagang CFC terkadang membingungkan masyarakat pada umumnya sehingga mengira CFC berasal dari perusahaan asing. Namun sebenarnya, CFC merupakan produk murni asal Indonesia yang memiliki citra rasa sebanding dengan ayam goreng asal Amerika.

Slogan CFC yang merupakan, “Bukan Cuma Ayam” benar-benar memenuhi kebutuhan selera masyarakat Indonesia yang beragam. Tidak hanya menyajikan ayam goreng gurih saja namun CFC juga menyediakan menu lainnya seperti California Burger, Nasi Chicken Pepper, Spaghetti Ayam, Bubur Ayam, Zuppa

Soup, Spaghetti Goreng, dan Nasi Goreng. Selain itu, terdapat berbagai variasi ayam goreng yaitu Chicken Strip, Chicken Kranz, dan Chicken Dramz.

CFC Benda berlokasi tepat di pinggir jalan memudahkan para pelanggan yang sedang mencari makan atau sekedar untuk berkumpul bersama teman dan keluarga. CFC Benda berjarak sekitar 3,2 km dari Cigombong, dengan akses transportasi menuju tempat dapat di tempuh kurang lebih 12 menit, dan dari arah Sukabumi Cicuruug berjarak sekitar 3,6 km dengan akses transportasi menuju tempat dapat di tempuh kurang lebih dalam waktu 15menit.

C. Struktur Organisasi dan uraian tugas.



Gambar 6

Struktur Organisasi CFC Benda

Sumber : CFC Benda

Berikut adalah uraian tugas dari struktur organisasi CFC Benda :

Store Manager :

- a. Bertanggung jawab atas beroperasinya restoran
- b. Menganalisis dan merencanakan target sales dan keuntungan
- c. Mengorganisir kegiatan marketing seperti promosi dan skema diskon
- d. Membuat laporan mingguan, bulanan termasuk staff control, dan sales.

Asst. Store Manager

- a. Menggantikan tugas-tugas store manager pada saat store manager sedang tidak di tempat.
- b. Mengawasi dan mengatur jadwal kerja *crew store (waiter/tress, cook, cashier, cleaning staff)*.
- c. Mengawasi operasional store sesuai dengan ROE dan SOP
- d. Menghandle complain dan keluhan dari *customer*.

Sales Advisor :

- a. Menyapa pelanggan dengan usasana hati yang menyenangkan.
- b. Mempertahakan stok persediaan untuk restoran
- c. Membantu pelanggan ketika mereka tidak menyadari kebutuhan.
- d. Bertanggung jawab dalam memuaskan pelanggan dengan jawaban yang tepat untuk pertanyaan mereka.
- e. Penjualan penasihat harus menjaga rak rapid an mereka bertanggung jawab untuk tampilan produk.
- f. Mempertahankan saldo kas harian restoran
- g. Bertanggung jawab untuk menerima pembayaran pelanggan
- h. Menjaga restoran tetap bersih dan rapih

Cook :

- a. Memasak
- b. Memcatat beberapa produk yang dimasak
- c. Membersihkan mesin dan alat masak
- d. Menjaga kebersihan lingkungan sekitarnya.

Cleaning Staff :

- a. Menjaga kebersihan lantai, kaca, meja, kursi, dan wastafel di dalam dan di luar ruangan.
- b. Memantau persediaan saus, sedotan, sabun tangan dan tusuk gigi diruang makanan dan serta memberikan pelayanan kepada pelanggan yang meminta bantuan.
- c. Bertanggung jawab kepada store manager

4.1.2. Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 (empat) kriteria yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan profesi. Berikut hasil data profil responden :

1. Usia Responden

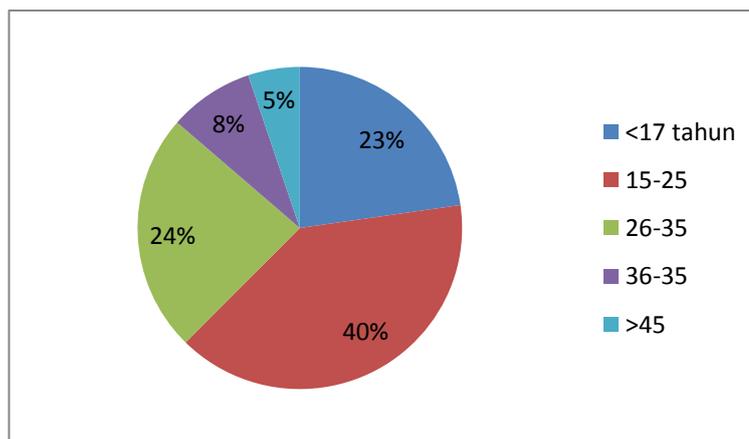
Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan usia :

Tabel 8
Usia Responden

No	Usia	Jumlahh Responden	Presentase %
1	< 15 Tahun	75	23
2	15-25 Tahun	131	40
3	26- 35 Tahun	79	24
4	36- 45 Tahun	28	8
5	> 46 Tahun	17	5
Total		330	100

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 8. Dapat diketahui bahwa sebanyak 131 (40%) responden berusia 15-25 tahun, 75 (23%) responden berusia <15 tahun, kemudian diikuti sebanyak 79 (24%) responden berusia 26-35 tahun, kemudian sebanyak 28 (8%) responden berusia 36-45 tahun, dan sebanyak 17 (5%) responden berusia >45 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 15-25 tahun yaitu sebesar 131 (40%) responden. Untuk lebih jelasnya gambaran usia responden dapat dilihat pada diagram berikut :



Sumber : Data diolah, 2018

Gambar 7
Profil Usia Responden

2. Jenis kelamin

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan Jenis Kelamin :

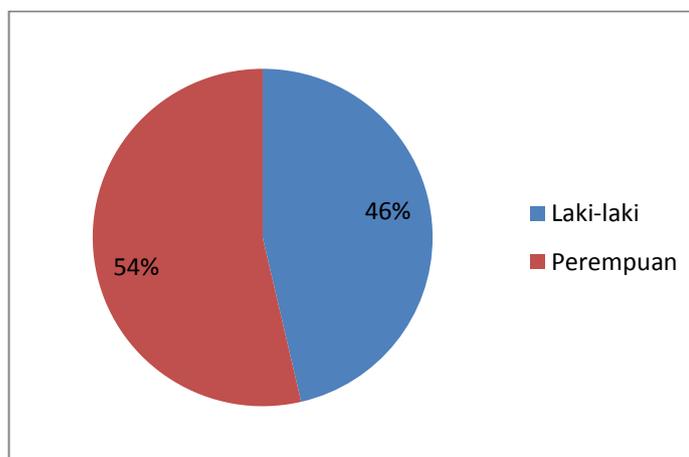
Tabel 9

Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase %
1	Laki-laki	153	46
2	Perempuan	177	54
Jumlah		330	100

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 9. Dapat diketahui bahwa sebanyak 153 (46%) responden adalah berjenis kelamin laki-laki, dan 177 (54%) responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan proporsi tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan dalam penelitian ini lebih banyak dari pada responden laki-laki. Untuk lebih jelasnya gambaran jenis kelamin responden dapat dilihat pada diagram berikut :



Sumber : Data diolah, 2018

Gambar 8

Jenis Kelamin

3. Pendidikan Terakhir

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan pendidikan terakhir :

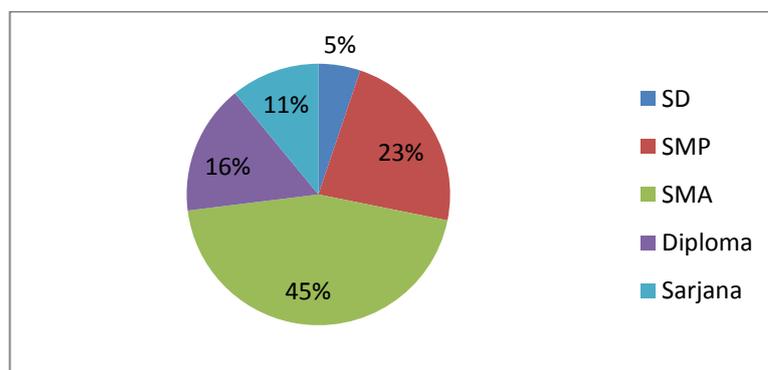
Tabel 10

Pendidikan Terakhir

NO	Pendidikan terakhir	Frekuensi	Presentase %
1	SD	17	5,1
2	SMP	76	23
3	SMA/SMK	148	44,8
4	Diploma	53	16
5	Sarjana	36	10,9
Total		330	100

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 10, dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 17 (5,1%) responden, kemudian responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 76 (23%) responden, responden dengan pendidikan SMA/SMK 148 (44,8%), responden dengan pendidikan terakhir Diploma sebanyak 53 (16%), dan responden dengan pendidikan terakhir sarjana sebanyak 36 (10,9%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK yaitu sebanyak 148 (44,8%). Untuk lebih jelasnya gambaran pendidikan terakhir dapat dilihat pada diagram berikut :



Sumber : Data diolah, 2018

Gambar 9

Pendidikan terakhir

4. Pekerjaan

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan profesi :

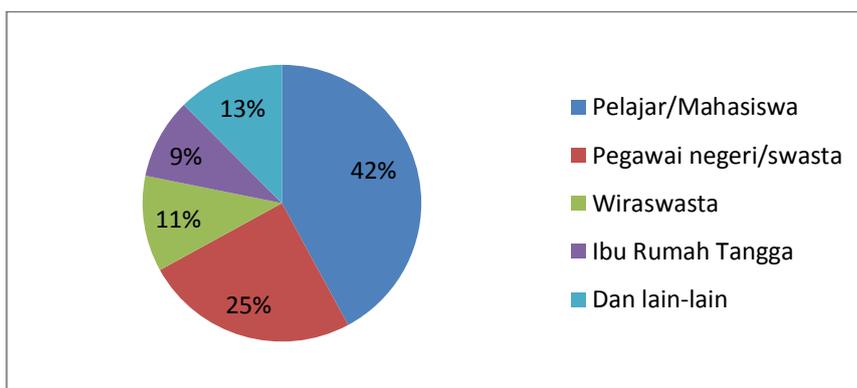
Tabel 11

Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	139	42,1
2	Pegawai negeri/swasta	82	24,8
3	Wiraswasta	37	11,2
4	Ibu Rumah Tangga	31	9,4
5	Dan lain-lain	41	12,4
Jumlah		330	100

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 11, Dapat diketahui bahwa sebanyak 145 (43,9%) responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, kemudian sebanyak 82 (24,8%) responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri/swasta, 37 (11,2%) responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, 31 (9,4 %) responden memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, dan sebanyak 41 (12,4%) responden memiliki pekerjaan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 139 (42,1%) responden. Untuk lebih jelasnya gambaran pekerjaan responden dapat dilihat pada diagram berikut :



Sumber : Data diolah, 2018

Gambar 10

Pekerjaan

5. Mayoritas total data responden

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan profil responden berdasarkan kategori :

Tabel 12

Mayoritas Total Data Responden

No	Kategori	Mayoritas Responden	Jumlah
1	Usia Responden	15 – 25 Tahun	131
2	Jenis Kelamin	Perempuan	177
3	Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	148
4	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	139

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 12, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada usia 15-25 tahun, yang cenderung lebih banyak perempuan yang membeli produk CFC yaitu sebanyak 177, dengan pendidikan terakhir mayoritas responden adalah SMA/SMK yaitu sebanyak 148 dan dari segi pekerjaan mayoritas responden yaitu pelajar/ mahasiswa sebanyak 139.

4.2. Analisis Data

4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Hasil Uji Validitas

Tabel 13

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No	Item Kualitas Pelayanan	r-tabel	Corrected Item-Total Correlation > 0.365	Kriteria
1	Item 1	0.361	0.435	valid
2	Item 2	0.361	0.496	valid
3	Item 3	0.361	0.643	valid
4	Item 4	0.361	0.643	valid
5	Item 5	0.361	0.401	valid
6	Item 6	0.361	0.392	valid
7	Item 7	0.361	0.391	valid
8	Item 8	0.361	0.386	valid
9	Item 9	0.361	0.604	valid
10	Item 10	0.361	0.458	valid
11	Item 11	0.361	0.383	valid
12	Item 12	0.361	0.304	tidak valid

13	Item 13	0.361	0.398	valid
14	Item 14	0.361	0.476	valid
15	Item 15	0.361	0.160	tidak valid

Sumber : data yang diolah, 2018

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa dari 15 item pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan, memiliki nilai kritis korelasi diatas 0.361 dan dapat dinyatakan valid yaitu sebanyak 13 item pertanyaan, dan yang tidak valid yaitu sebanyak 2 item pertanyaan.

Tabel 14

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Item Kualitas Pelayanan	r-tabel	Corrected Item-Total Correlation > 0.365	Kriteria
1	Item 1	0.361	0.578	Valid
2	Item 2	0.361	0.641	Valid
3	Item 3	0.361	0.414	Valid
4	Item 4	0.361	0.612	Valid
5	Item 5	0.361	0.509	Valid
6	Item 6	0.361	0.594	Valid
7	Item 7	0.361	0.640	Valid
8	Item 8	0.361	0.431	Valid
9	Item 9	0.361	0.549	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa dari 9 item pertanyaan untuk variabel kepuasan pelanggan, memiliki nilai kritis korelasi diatas 0.361 dan

dapat dinyatakan valid sebanyak 9 item pertanyaan dan tidak ada item pertanyaan yang tidak valid dari variabel kepuasan pelanggan.

B. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 15

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.704	15

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan uji reliabilitas kualitas pelayanan menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 15 pertanyaan dengan Cronbach's alpha sebesar 0,704, variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat reliabilitas yang baik karena nilai reliabilitas kualitas pelayanan $>0,600$. Maka pernyataan tersebut diterima.

Tabel 16

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	9

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan uji reliabilitas kualitas pelayanan menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 9 pertanyaan dengan Cronbach's alpha sebesar 0,783, variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat reliabilitas yang baik karena nilai reliabilitas kualitas pelayanan $>0,600$. Maka pernyataan tersebut diterima.

4.2.2 Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada CFC Benda

Kualias pelayanan dan kepuasan pelanggan pada CFC Benda akan dinilai dengan seberapa persen responden yang menyatakan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju, berdasarkan lima indikator dari kulitas pelayanan dan tiga indikator dari kepuasan pelanggan. Untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dilakukan analisis dengan menggunakan tingkat persetujuan berikut ini :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian tanggapan responden akan disesuaikan dengan variabel yang diteliti, dapat digambarkan dalam tabel di bawah ini :

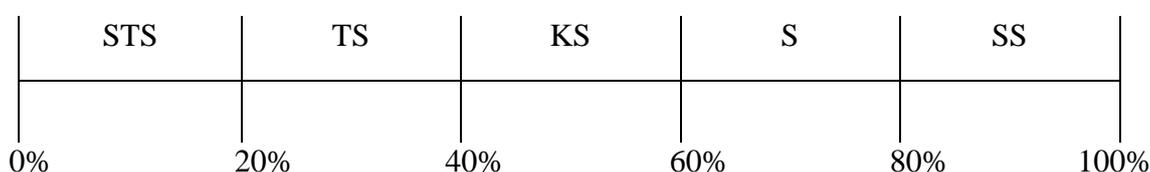
Tabel 17

Interpretasi Hasil

Interval	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
0% - 20%	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
21% - 40%	Tidak Baik	Tidak Puas
41% - 60%	Cukup Baik	Cukup Puas
61% - 80%	Baik	Puas
81% - 100%	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber : Riduan dan Akdon, 2007:17)

Adapun kategori rentang yang menjadikan tolak ukur dalam menentukannya adalah sebagai berikut :



Untuk mengukur atau mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada CFC Benda diukur dengan menggunakan indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminana, dan empati. Berikut ini hasil tanggapan responden dari penyebaran kuisisioner di CFC Benda dengan menggunakan lima indikator kualitas pelayanan :

4.2.2.1 Kualitas Pelayanan pada CFC Benda

1. Bukti Fisik

- a. Fasilitas yang ada menarik dan bersih

Tabel 18
Fasilitas yang ada menarik dan bersih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	38	11.5	190
Setuju	4	95	28.8	380
Kurang Setuju	3	91	27.6	273
Tidak Setuju	2	64	19.4	128
Sangat Tidak Setuju	1	15	4.5	15
Total		330	100	986

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 18, mengenai tanggapan “fasilitas yang ada menarik dan bersih”, dapat diketahui bahwa 28,8% responden menyatakan setuju, 11,5% menyatakan sangat setuju, 27,6% menyatakan kurang setuju, 19,4% menyatakan tidak setuju, dan 4.5% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan} &= \frac{986}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 59,8\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai fasilitas yang ada menarik dan bersih di CFC Benda sebanyak 59,8% responden menyatakan kurang setuju, artinya dalam hal fasilitas yang ada di CFC Benda kurang menarik dan tidak bersih. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda cukup baik.

b. Penampilan karyawan rapi

Tabel 19
Penampilan karyawan rapi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	107	32.4	535
Setuju	4	151	45.8	604
Kurang Setuju	3	64	19.4	192
Tidak Setuju	2	6	1.8	12
Sangat Tidak Setuju	1	2	0.6	2
Total		330	100	1345

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 19, mengenai tanggapan “penampilan karyawan rapi”, dapat diketahui bahwa 45,8% responden menyatakan setuju, 32,4% menyatakan

sangat setuju, 19,4% menyatakan tidak setuju, 1,8% menyatakan sangat tidak setuju, dan 0,6% menyatakan kurang setuju.

$$\begin{aligned}\text{Tingkat Persetujuan} &: = \frac{1345}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 81,5\%\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan penampilan karyawan yang ada CFC Benda rapih, sebanyak 81,5% responden menyatakan sangat setuju, artinya dalam hal penampilan karyawan yang ada di CFC Benda berpenampilan karyawan rapi. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

c. Ruang yang cukup nyaman

Tabel 20

Ruang yang cukup nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	70	21.2	350
Setuju	4	154	46.7	616
Kurang Setuju	3	95	28.8	285
Tidak Setuju	2	9	2.7	18
Sangat Tidak Setuju	1	2	0.6	2
Total		330	100	1271

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 20, mengenai tanggapan “ruangan yang cukup nyaman”, dapat diketahui bahwa 46,7% responden menyatakan setuju, 21,2% menyatakan sangat setuju, 28,8% menyatakan kurang setuju, 2,7% menyatakan tidak setuju, dan 0,6% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned}\text{Tingkat persetujuan} &: = \frac{1271}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 77\%\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan ruangan yang cukup nyaman berada pada daerah setuju yaitu sebesar 77% artinya mayoritas responden setuju dalam hal ruangan yang ada di CFC Benda responden merasa ruangan yang ada cukup nyaman. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

Dapat disimpulkan dari indikator bukti fisik berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden paling besar yaitu penampilan karyawan rapih dengan nilai tanggapan responden sebesar 81,5%.

2. Keandalan

a. Kemampuan memberikan solusi atas keluhan pelanggan

Tabel 21

Kemampuan memberikan solusi atas keluhan pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	52	15.8	260
Setuju	4	133	40.3	532
Kurang Setuju	3	93	28.2	279
Tidak Setuju	2	45	13.6	90
Sangat Tidak Setuju	1	7	2.1	7
Total		330	100	1168

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 21, mengenai tanggapan “kemampuan memberikan solusi atas keluhan pelanggan”, dapat diketahui bahwa 40,3% responden menyatakan setuju, 15,8% menyatakan sangat setuju, 28,2% menyatakan kurang setuju, 13,6% menyatakan tidak setuju, dan 2,1% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan} &= \frac{1168}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 70,8\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kemampuan memberikan solusi atas keluhan pelanggan yang ada di CFC Benda, sebanyak 70,8% responden setuju, artinya dalam hal kemampuan memberikan solusi atas keluhan pelanggan responden setuju bahwa karyawan memiliki kemampuan yang baik. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

b. Memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali datang

Tabel 22

Memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali datang

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	71	21.5	355
Setuju	4	113	34.2	452
Kurang Setuju	3	112	33.9	336
Tidak Setuju	2	30	9.1	60
Sangat Tidak Setuju	1	4	1.2	4
Total		330	100	1207

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 22, mengenai tanggapan “memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali datang”, dapat diketahui bahwa 34,2% responden menyatakan setuju, 33,9% menyatakan kurang setuju, 21,5% menyatakan sangat setuju, 9,1% menyatakan tidak setuju, dan 1,2% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1207}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 73,1\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali datang ke CFC Benda, sebanyak 73,1% responden setuju, artinya dalam hal pelayanan mayoritas responden setuju bahwa karyawan memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali datang. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

c. Menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan

Tabel 23

Menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	56	17	280
Setuju	4	157	47.6	628
Kurang Setuju	3	73	22.1	219
Tidak Setuju	2	41	12.4	82
Sangat Tidak Setuju	1	3	0.9	3
Total		330	100	1212

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 23, mengenai tanggapan “menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan”, dapat diketahui bahwa 47,6% responden menyatakan setuju, 22,1% menyatakan kurang setuju, 17% menyatakan sangat setuju, 12,4% menyatakan tidak setuju, dan 0,9% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1212}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 73,4\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan oleh CFC Benda, sebanyak 73,4% responden setuju, artinya dalam hal menyediakan layanan mayoritas responden setuju bahwa karyawan menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

Dapat disimpulkan dari keandalan berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden paling besar yaitu menyediakan layanan

sesuai dengan waktu yang dijanjikan dengan nilai tanggapan reponden sebesar 73,4%.

3. Daya Tanggap

- a. Para karyawan memberikan pelayanan yang cepat

Tabel 24

Para karyawan memberikan pelayanan yang cepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	68	20.6	340
Setuju	4	134	40.6	536
Kurang Setuju	3	86	26.1	258
Tidak Setuju	2	32	9.7	64
Sangat Tidak Setuju	1	10	3	10
Total		330	100	1208

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 24, mengenai tanggapan “para karyawan memberikan pelayanan yang cepat”, dapat diketahui bahwa 40,6% responden menyatakan setuju, 26,1% menyatakan kurang setuju, 20,6% menyatakan sangat setuju, 9,7% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1208}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 73,2\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan para karyawan memberikan pelayanan yang cepat di CFC Benda, sebanyak 73,2% responden setuju artinya mayoritas responden setuju bahwa para karyawan memberikan pelayanan yang cepat. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

- b. Karyawan selalu bersedia membantu

Tabel 25

Karyawan selalu bersedia membantu

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	70	21.2	350
Setuju	4	120	36.4	480
Kurang Setuju	3	82	24.8	246
Tidak Setuju	2	41	12.4	82
Sangat Tidak Setuju	1	17	5.2	17
Total		330	100	1175

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 25, mengenai tanggapan “karyawan selalu bersedia membantu”, dapat diketahui bahwa 36,4% responden menyatakan setuju, 24,8% menyatakan kurang setuju, 21,2% menyatakan sangat setuju, 12,4% menyatakan tidak setuju, dan 5,2% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1175}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 71,2\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan para karyawan selalu bersedia membantu berada pada daerah setuju yaitu sebesar 71,2% artinya mayoritas responden setuju bahwa para karyawan selalu bersedia membantu. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

c. Karyawan selalu memberitahu kapan layanan akan diterima

Tabel 26

Karyawan selalu memberitahu kapan layanan akan diterima

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	64	19.4	320
Setuju	4	132	40	528
Kurang Setuju	3	96	29.1	288
Tidak Setuju	2	34	10.3	68
Sangat Tidak Setuju	1	4	1.2	4
Total		330	100	1208

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 26, mengenai tanggapan “karyawan selalu memberitahu kapan layanan akan diterima”, dapat diketahui bahwa 40% responden menyatakan setuju, 29,1% menyatakan kurang setuju, 19,4% menyatakan sangat setuju, 10,3% menyatakan tidak setuju, dan 1,2% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1208}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 73,2\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan selalu memberitahu kapan layanan akan diterima, sebanyak 73,2% responden setuju artinya dalam hal waktu layanan yang akan diterima mayoritas responden setuju bahwa karyawan selalu memberitahu kapan layanan akan diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

Dapat disimpulkan dari indikator daya tanggap berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden yang sama besar yaitu para karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan karyawan selalu member tahu kapan layanan akan diterima dengan nilai tanggapan reponden sebesar 73,2%.

4. Jaminan

a. Karyawan selalu bersikap sopan

Tabel 27

Karyawan selalu bersikap sopan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	55	16.7	275
Setuju	4	189	57.3	756
Kurang Setuju	3	69	20.9	207
Tidak Setuju	2	14	4.2	28
Sangat Tidak Setuju	1	3	0.9	3
Total		330	100	1269

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 27, mengenai tanggapan “karyawan selalu bersikap sopan”, dapat diketahui bahwa 57,3% responden menyatakan setuju, 20,9% menyatakan kurang setuju, 16,7% menyatakan sangat setuju, 4,2% menyatakan tidak setuju, dan 0,9% menyakatan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan} &= \frac{1269}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 76,9\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan yang ada di CFC Benda selalu bersikap sopan, sebnyak 79,6% responden setuju artinya dalam hal sikap karyawan mayoritas responden setuju bahwa karyawan selalu bersikap sopan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

b. Karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan

Tabel 28

Karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	53	16.1	265
Setuju	4	149	45.2	596
Kurang Setuju	3	90	27.3	270
Tidak Setuju	2	35	10.6	70
Sangat Tidak Setuju	1	3	0.9	3
Total		330	100	1204

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 28, mengenai tanggapan “karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan”, dapat diketahui bahwa 45,2% responden menyatakan setuju, 27,3% menyatakan kurang setuju, 16,1% menyatakan sangat setuju, 10,6% menyatakan tidak setuju, dan 0,9% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1204}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 72,9\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan di CFC Benda mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan, sebanyak 72,9% setuju artinya dalam hal kemampuan menjawab pertanyaan pelanggan mayoritas responden setuju bahwa karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

Dapat disimpulkan dari indikator jaminan berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden paling besar yaitu karyawan selalu bersikap sopan dengan nilai tanggapan reponden sebesar 76,9%.

5. Empati

- a. Karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan

Tabel 29

Karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	83	25.2	415
Setuju	4	175	53	700
Kurang Setuju	3	63	19.1	189
Tidak Setuju	2	9	2.7	18
Sangat Tidak Setuju	1	0	-	0
Total		330	100	1322

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 29, mengenai tanggapan “karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan”, dapat diketahui bahwa 53% responden menyatakan setuju, 25,2% menyatakan sangat setuju, 19,1% menyatakan kurang setuju, 2,7% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1322}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 80,1\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan yang datang ke CFC Benda,

sebanyak 80,1% responden sangat setuju, artinya dalam hal memberikan perhatian individual mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda sangat baik.

b. Memperhatikan minat pelanggan dengan baik

Tabel 30
Memperhatikan minat pelanggan dengan baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	79	23.9	395
Setuju	4	169	51.2	676
Kurang Setuju	3	70	21.2	210
Tidak Setuju	2	12	3.6	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	-	0
Total		330	100	1305

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 30, mengenai tanggapan “memperhatikan minat pelanggan dengan baik”, dapat diketahui bahwa 51,2% responden menyatakan setuju, 23,9% menyatakan sangat setuju, 21,2% menyatakan kurang setuju, 3,6% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1305}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 79,1\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan CFC Benda memperhatikan minat pelanggan dengan baik, sebanyak 79,1% responden setuju artinya dalam hal memperhatikan minat pelanggan mayoritas responden setuju bahwa karyawan memperhatikan minat pelanggan dengan baik. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik.

Dapat disimpulkan dari indikator empati berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden paling besar yaitu karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan dengan nilai tanggapan responden sebesar 80,1%.

Tabel 31
Hasil rata-rata tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan

No	Kualitas Pelayanan	Tanggapan Responden	Rata-rata per-indikator	Penilaian
1	Bukti Fisik 1. Fasilitas yang ada menarik dan bersih 2. Penampilan karyawan rapih 3. Ruangang yang cukup nyaman	59,8% 81,5% 77%	72,7%	Baik
2	Keandalan 1. Kemampuan memberikan solusi atas keluhan pelanggan 2. Memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali datang 3. Menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	70,8% 73,1% 73,4%	72,4%	Baik
3	Daya Tanggap 1. Para karyawan memberikan layanan yang cepat 2. Karyawan selalu bersedia membantu 3. Karyawan selalu memberikan tahu kapan layanan akan diterima	73,2% 71,2% 73,2%	72,5%	Baik
4	Jaminan 1. Karyawan selalu bersikap sopan 2. Karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan	76,9% 72,9%	74,9%	Baik
5	Empati 1. Karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan 2. Memperhatikan minat pelanggan dengan baik.	80,1% 79,1%	79,6%	Baik
	Rata-rata	74,4 %		

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada CFC Benda, dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden kualitas pelayanan sebesar 74,4%.

Di mana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%) sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di CFC Benda baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanggapan setuju dari reponden mengenai pernyataan keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Hasil rata-rata per-indikator tanggapan responden yang paling besar adalah indikator empati sebesar 79,6%. Dan hasil rata-rata perindikator tanggapan responden yang paling kecil adalah indikator keandalan sebesar 72,4% pada ukuran kemampuan memberikan solusi atas keluhan

pelanggan, memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali datang, dan menyediakan layanan yang sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

4.2.2.2 Kepuasan Pelanggan pada CFC Benda

Untuk mengukur variabel kepuasan konsumen digunakan pendapat responden, dengan menggunakan tiga indikator kepuasan konsumen :

1. Keseuaian Harapan

- a. Harga Produk sesuai dengan kualitas yang diharapkan

Tabel 32

Harga produk sesuai dengan kualitas yang diharapkan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	106	32.1	530
Setuju	4	139	42.1	556
Kurang Setuju	3	83	25.2	249
Tidak Setuju	2	1	0.3	2
Sangat Tidak Setuju	1	1	0.3	1
Total		330	100	1338

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 32, mengenai tanggapan “Harga Produk sesuai dengan kualitas yang diharapkan”, dapat diketahui bahwa 42,1% responden menyatakan setuju, 32,1% menyatakan sangat setuju, 25,2% menyatakan kurang setuju, 0,3% menyatakan tidak setuju, dan 0,3% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1338}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 81,1\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan harga produk sesuai dengan kualitas yang diharapkan, sebanyak 81,1% responden sangat setuju artinya dalam hal harga dan kualitas mayoritas responden sangat setuju bahwa harga produk sesuai dengan kualitas yang diharapkan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda sangat puas.

b. Harga produk sesuai dengan rasa yang diharapkan

Tabel 33

Harga produk sesuai dengan rasa yang diharapkan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	84	25.5	420
Setuju	4	174	52.7	696
Kurang Setuju	3	68	20.6	204
Tidak Setuju	2	4	1.2	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	-	0
Total		330	100	1328

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 33, mengenai tanggapan “harga produk sesuai dengan rasa yang diharapkan”, dapat diketahui bahwa 52,7% responden menyatakan setuju, 25,7% menyatakan sangat setuju, 20,6% menyatakan kurang setuju, 1,2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan} &= \frac{1328}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 80,5\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan harga produk sesuai dengan rasa yang diharapkan, sebanyak 80,5% responden sangat setuju artinya dalam hal harga dan rasa mayoritas responden sangat setuju bahwa harga Produk sesuai dengan rasa yang diharapkan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda sangat puas

c. Sikap karyawan sesuai dengan yang diharapkan

Tabel 34

Sikap karyawan sesuai dengan yang diharapkan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	105	31.8	525
Setuju	4	162	49.1	648
Kurang Setuju	3	63	19.1	189
Tidak Setuju	2	0	-	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	-	0
Total		330	100	1362

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 34, mengenai tanggapan “sikap karyawan sesuai dengan yang diharapkan”, dapat diketahui bahwa 49,1% responden menyatakan setuju, 31,8% menyatakan sangat setuju, 19,7% menyatakan kurang setuju, 0% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1362}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 82,5\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan sikap karyawan sesuai dengan yang diharapkan, sebanyak 82,5% responden sangat artinya dalam hal sikap mayoritas responden sangat setuju bahwa sikap karyawan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda sangat puas.

Dapat disimpulkan dari kesesuaian harapan berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden paling besar adalah yaitu sikap karyawan sesuai dengan yang diharapkan dengan nilai tanggapan reponden sebesar 82,5%.

2. Minat Berkunjung Kembali

a. Bersedia berkunjung kembali

Tabel 35

Bersedia berkunjung kembali

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	41	12.4	205
Setuju	4	92	27.9	368
Kurang Setuju	3	119	36.1	357
Tidak Setuju	2	72	21.8	144
Sangat Tidak Setuju	1	6	1.8	6
Total		330	100	986

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 35, mengenai tanggapan “bersedia berkunjung kembali”, dapat diketahui bahwa 27,9% responden menyatakan setuju, 12,4% menyatakan sangat setuju, 36,1% menyatakan kurang setuju, 21,8% menyatakan tidak setuju, dan 1,8% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{986}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 59,7\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan bersedia berkunjung kembali, sebanyak 59,7% responden menyatakan artinya dalam hal kesediaan berkunjung kembali mayoritas responden kurang setuju bahwa bersedia berkunjung kembali. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda cukup puas.

b. Produk yang bergengsi tinggi

Tabel 36

Produk yang bergengsi tinggi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	76	23	380
Setuju	4	150	45.5	600
Kurang Setuju	3	102	30.9	306
Tidak Setuju	2	2	0.6	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	-	0
Total		330	100	1290

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 36, mengenai tanggapan “produk yang bergengsi tinggi”, dapat diketahui bahwa 45,5% responden menyatakan setuju, 23% menyatakan sangat setuju, 30,9% menyatakan kurang setuju, 0,6% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1290}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 78,2\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan produk yang bergengsi tinggi, sebanyak 78,2% responden menyatakan setuju artinya dalam hal produk mayoritas responden setuju bahwa produk CFC Benda bergengsi tinggi. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda puas.

c. Produk memuaskan dan menarik

Tabel 37

Produk memuaskan dan menarik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	98	29.7	490
Setuju	4	143	43.3	572
Kurang Setuju	3	83	25.2	249
Tidak Setuju	2	6	1.8	12
Sangat Tidak Setuju	1	0	-	0
Total		330	100	1323

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 37, mengenai tanggapan “produk memuaskan dan menarik”, dapat diketahui bahwa 43,3% responden menyatakan setuju, 29,7% menyatakan sangat setuju, 25,2% menyatakan kurang setuju, 1,8% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1323}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 80,2\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan produk memuaskan dan menarik, sebanyak 80,2% responden menyatakan sangat setuju artinya dalam hal produk mayoritas responden sangat setuju bahwa produk memuaskan dan menarik. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda sangat puas.

Dapat disimpulkan dari indikator minat berkunjung kembali berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden paling besar adalah yaitu produk memuaskan dan menarik dengan nilai tanggapan responden sebesar 80,2%.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

a. Bersedia merekomendasikan kepada yang lain

Tabel 38

Bersedia merekomendasikan kepada yang lain

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	61	18.5	305
Setuju	4	165	50	660
Kurang Setuju	3	96	29.1	288
Tidak Setuju	2	7	2.1	14
Sangat Tidak Setuju	1	1	0.3	1
Total		330	100	1268

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 38, mengenai tanggapan “bersedia merekomendasikan kepada yang lain”, dapat diketahui bahwa 50% responden menyatakan setuju, 29,1% menyatakan kurang setuju, 18,5% menyatakan sangat setuju, 2,1% menyatakan tidak setuju, dan 0,3% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan} &= \frac{1268}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 76,8\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan bersedia merekomendasikan kepada yang lain, sebanyak 76,8% responden menyatakan setuju artinya dalam hal merekomendasikan mayoritas responden setuju bahwa bersedia merekomendasikan kepada yang lain. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda puas

b. Memiliki citra yang positif di masyarakat

Tabel 39

Memiliki citra yang positif di masyarakat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	83	25.2	415
Setuju	4	166	50.3	664
Kurang Setuju	3	72	21.8	216
Tidak Setuju	2	8	2.4	16
Sangat Tidak Setuju	1	1	0.3	1
Total		330	100	1312

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 39, mengenai tanggapan “memiliki citra yang positif di masyarakat”, dapat diketahui bahwa 50,3% responden menyatakan setuju, 25,2% menyatakan sangat setuju, 21,8% menyatakan kurang setuju, 2,4% menyatakan tidak setuju, dan 0,3% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1312}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 79,5\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan memiliki citra yang positif di masyarakat, sebanyak 79,5% responden menyatakan setuju artinya dalam hal citra yang positif mayoritas responden setuju bahwa CFC benda memiliki citra yang positif di masyarakat. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda puas.

b. Anda bangga mengkonsumsi produk

Tabel 40

Anda bangga mengkonsumsi produk

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Setuju	5	83	25.2	415
Setuju	4	167	50.6	668
Kurang Setuju	3	71	21.5	213
Tidak Setuju	2	9	2.7	18
Sangat Tidak Setuju	1	0	-	0
Total		330	100	1314

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 40, mengenai tanggapan “anda bangga mengkonsumsi produk”, dapat diketahui bahwa 50,6% responden menyatakan setuju, 25,2% menyatakan sangat setuju, 21,5% menyatakan kurang setuju, 2,7% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Persetujuan:} &= \frac{1314}{5 \times 330} \times 100\% \\ &= 79,6\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pernyataan anda bangga mengkonsumsi produk, sebanyak 79,6% responden menyatakan setuju artinya dalam hal merasa bangga terhadap produk CFC mayoritas responden setuju bahwa anda bangga mengkonsumsi produk CFC. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada di CFC Benda puas

Dapat disimpulkan dari indikator minat bersedia merekomendasikan kepada yang lain berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden paling besar adalah yaitu bangga mengkonsumsi produk CFC dengan nilai tanggapan reponden sebesar 79,6%.

Tabel 41

Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Kepuasan Pelanggan	Tanggapan Responden	Rata-rata per-indikator	Penilaian
1	Kesesuaian Harapan 1. Harga produk sesuai dengan kualitas yang diharapkan 2. Harga produk sesuai dengan produk yang ditawarkan 3. Sikap karyawan sesuai dengan yang diharapkan	81,5% 80,5% 82,5%	81,5%	Sangat Puas
2	Minat Berkunjung Kembali 1. Bersedia berkunjung kembali 2. Produk yang bergengsi tinggi 3. Produk memuaskan dan menarik	59,7% 78,2% 80,2%	72,7%	Puas
3	Kesediaan Merekomendasikan 1. Bersedia merekomendasikan kepada yang lain 2. Memiliki citra yang positif di masyarakat 3. Anda bangga mengkomsi produk	76,8% 79,5% 79,6%	78,6%	Puas
	Rata-rata	77,6%		

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan pada CFC Benda, dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden Kepuasan Pelanggan sebesar 77,6%.

Di mana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%) sehingga dapat disimpulkan dari segi kepuasan pelanggan bahwa pelanggan CFC Benda merasa puas. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanggapan setuju dari reponden mengenai pernyataan kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Hasil rata-rata per-indikator tanggapan responden yang paling besar adalah indikator kesesuaian harapan sebesar 81,5%. Dan hasil rata-rata perindikator tanggapan responden yang paling kecil adalah indikator minat

berkunjung kembali sebesar 72,7% pada ukuran bersedia berkunjung kembali, produk yang bergengsi tinggi, produk memuaskan dan menarik.

4.2.3 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan California Fried Chicken (CFC) Benda

Untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda digunakan analisis korelasi *Rank Spearman*, adapun hasilnya setelah diolah dengan SPSS 23 sebagai berikut :

Tabel 42

Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman

Correlations			kualitas pelayanan	kepuasan pelanggan
Spearman's rho	kualitas pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.603**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	330	330
	kepuasan pelanggan	Correlation Coefficient	.603**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	330	330

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : output SPSS 23, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan dari output SPSS 23 diatas dapat diketahui korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,603. Karena nilai koefisien berada pada rentang 0,60 – 0,799 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan kuat dan positif hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh CFC Benda maka akan semakin puas pula kepuasan pelanggan di CFC Benda.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan tingkat signifikansi dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan < dari taraf nyata (0,000 < 0,05) artinya tolak H_0 dan Terima H_a , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

4.3 Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menggunakan SPSS 23 yang telah dilakukan, maka berikut ini pembahasan mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada California Fried Chicken (CFC) Benda.

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan pada CFC Benda

Menurut Fandy Tjiptono (2012) kualitas pelayanan meliputi, keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*). Berdasarkan hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada CFC Benda, dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden kualitas pelayanan sebesar 74,4%. Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan CFC Benda adalah baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanggapan setuju dari reponden mengenai pernyataan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Berdasarkan kelima indikator kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata per indikator tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah indikator empati sebesar 79,6%. Dan nilai rata-rata perindikator tanggapan responden yang paling kecil adalah indikator keandalan sebesar 72,4% .

4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan pada CFC Benda

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan pelanggan meliputi : setia untuk waktu yang lama, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. Berdasarkan hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan pada CFC Benda, dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden kepuasan pelanggan sebesar 77,6%. Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa CFC Benda sesuai dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanggapan setuju dari reponden mengenai pernyataan kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Berdasarkan ketiga indikator kepuasan pelanggan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata per indikator tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah kesesuaian harapan yaitu sebesar 81,5%. dan nilai rata-rata per indikator tanggapan responden yang paling kecil adalah indikator minat berkunjung kembali yaitu sebesar 72,7%.

4.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada CFC Benda

Menurut Fandy Tjiptono (2012) kualitas pelayanan dipengaruhi oleh keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*). Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi *rank spearman* dapat diketahui bahwa korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan pada CFC Benda memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,603 dengan kriteria nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,60 – 0,799 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah kuat. Dan dari hasil uji hipotesis dengan menggunakan tingkat signifikan dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan $<$ dari taraf nyata ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda. Dengan demikian hasil penelitian ada kesesuaian dengan teori.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda. Hal ini sesuai dengan penelitian Aprilia Fitriani (2014) menjelaskan bahwa dari analisis *Spearman* menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi 0,239. Variable *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,254. Variable *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,307. Variable *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,353. Variable *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,424. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan tingkat signifikan $< 0,05$ (lebih kecil) sehingga hipotesis H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda terbukti.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata tanggapan responden kualitas pelayanan sebesar 74,4%, dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% – 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada CFC Benda baik, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju responden mengenai pernyataan keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kemudian hasil rata-rata tanggapan responden kepuasan pelanggan memiliki rata-rata tanggapan responden yaitu sebesar 77,6% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen setuju merasa puas melakukan pembelian di CFC Benda. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai pernyataan kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Setelah dibuktikan sebelumnya secara deskriptif tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lalu dijelaskan dengan inferensial bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian menggunakan koefisien korelasi *rank spearman* sebesar 0,603, dengan kriteria nilai koefisien berada pada rentang 0,60 – 0,799 artinya kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang kuat, dan berdasarkan hasil uji hipotesis koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CFC Benda, Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis dengan menggunakan tingkat signifikansi bahwa nilai signifikan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan < dari taraf nyata (0,000 < 0,05)

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan. Adapun sarannya sebagai berikut :

1. CFC Benda perlu lebih memperbaiki fasilitas yang ada dan menjaga kebersihan restoran agar pelanggan merasa puas dan tidak beralih pada restoran sejenis.
2. Pada indikator bersedia berkunjung kembali terdapat pernyataan dengan hasil kurang puas dari responden, karena kualitas pelayanan dengan

kepuasan pelanggan pada CFC Benda mempunyai hubungan yang kuat, CFC Benda harus bisa mempertahankan kualitas pelayanan baik agar para pelanggan bersedia berkunjung kembali dan kepuasan pelanggan terpuaskan sehingga diharapkan bisa meningkatkan penjualan produk CFC Benda dengan cara lebih memperhatikan setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan yang datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Subagyo (2007), *Marketing in business study UMK & LKM*, Jakarta, Penerbit Mitra Wacana Medika.
- Ahmad Subagyo (2010), *Marketing in business study UMK & LKM*, Jakarta, Penerbit Mitra Wacana Medika.
- Ali Hasan (2013), *Marketing*, Jakarta., Penerbit PT Buku Kita
- Ariani D Wahyu (2009), *Manajemen Operasi Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Graha Ilmu.
- Buchari Alma (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Buchari Alma (2013), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Basu Swasta dan Hani Handoko (2008), *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta, Penerbit BPFE.
- Danang Sunyoto (2012), *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, CAPS.
- Deliyanti Oentoro (2012), *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit LaksBang Pressindo.
- Fandy Tjiptono (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta, C.V Andi Offset
- Fandy Tjiptono (2012) *Service Manajemen*, Yogyakarta, C.V Andi Offset.
- Fandy Tjiptono (2014) *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta, C.V Andi Offset.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016), *Service, Quality, and Satisfaction*, Edisi 4, Yogyakarta, C.V Andi Offset.
- Harman Malau (2017), *Manajemen pemasaran*, Bandung, Penerbit C.V Alfabeta.
- Irawan , Handi, (2008), *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Penerbit Elex
- Kotler, Philip and Gary Armstrong (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta, Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Penerjemah Bob Sabram, Penerbit Erlangga.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Keller (2013), *Marketing Management*, Edisi 14, London, Pearson Education.
- Lovelock Christopher and Lauren K Wright (2007), *Manajemen pemasaran Jasa*, Penerbit PT. Indeks
- Lovelock, Christopher and Jochen Wright (2011). *Service Marketing*. Edisi 14, United State of Amerika, Pearson Education, Inc.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2008), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Jakarta, Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi (2014), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3, Jakarta, Salemba Empat.
- Riduwan dan Akdon (2007), *Rumus dan Data dalam analisis statistika*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Siregar, Sofyan (2012), *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, Depok, Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Sofyan Assauri (2010), *Manajemen Pemasaran*, Solo, Penerbit Raja Grafindo.
- Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Penerbit Alfabeta, cv.
- Sugiyono (2014), *Statistika untuk Penelitian*, Bandung, Penerbit Alfabeta, cv.
- Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Penerbit Alfabeta, cv.
- Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung, Penerbit Alfabeta, cv.
- Sugiyono (2017), *Statistika untuk Penelitian*, Bandung, Penerbit Alfabeta, cv.
- Zulian Yamit (2013), *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Ekonisia
- Januar Efendu Panjaitan dan Ai Lili Yulianti (2016), *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung*, DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016, Hal.265-289.
- Eswika Nilasari & Istiatin (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo*, Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015 ISSN : 1693-0827.

Aprilia Fitriani (2014), *Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI Syariah KCP Rawamangun*. UIN, Januari 2014

Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2318-2332 ISSN: 2302-8912.

Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio (2013), *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 1-7.

Website :

<https://akusangpencerita.wordpress.com/2015/03/02/fast-food-sebagai-makanan-alternatif-masyarakat-kota/>

<https://www.google.com/search?q=ulasan+cfc+benda+cicurug&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab#lrd=0x2e69cc91504b2dc7:0xe44413f8ab0e4abf.1,,>

<http://www.cfcindonesia.com/en/tentang-cfc/profil-perusahaan>

<https://www.money.id/food/cfc-restoran-ayam-cepat-saji-pertama-dan-milik-indonesia-1604191.html>

Respon den	BUTIR PERTANYAAN																							TO TA L
	BUKTI FISIK			KEANDALA N			DAYA TANGGAP			JAMINA N		EMPATI		TOTA L	KESESUI AN HARAPAN			MINAT BERKUNJUN G KEMBALI			KESEDIAAN MEREKOM ENDASI			
	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q10	Q11	Q12	Q13		Q 1	Q 2	Q 3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
1	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	44	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
2	2	4	3	4	4	4	4	3	2	5	4	3	3	45	5	5	5	3	5	3	3	3	2	34
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	49	3	4	4	4	4	5	5	4	2	35
4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	48	5	4	4	5	5	4	4	3	3	37
5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	53	5	5	5	3	5	4	5	5	4	41
6	5	4	3	5	5	3	3	5	3	3	3	3	4	49	5	5	5	4	5	4	4	4	5	41
7	2	3	3	3	4	3	5	3	3	5	5	4	5	48	5	3	4	4	4	5	3	5	3	36
8	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	54	5	5	4	4	5	5	4	5	4	41
9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	48	5	4	5	5	3	5	4	3	2	36
11	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	2	5	46	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
12	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	4	43	3	3	3	4	3	5	3	4	3	31
13	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	58	5	4	5	4	4	5	4	5	4	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	51	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
15	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	46	4	4	5	4	4	4	3	4	4	36
16	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	49	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	48	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	40	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
19	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	54	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36
20	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	50	5	5	4	3	5	5	4	5	4	40
21	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	54	5	5	4	5	4	5	4	5	4	41

22	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	56	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
23	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	54	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
24	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	52	4	5	5	5	4	4	5	4	4	40
25	4	5	3	5	4	4	4	3	3	5	5	4	5	54	4	3	5	4	4	4	5	4	3	36
26	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	54	5	4	4	4	3	3	4	4	4	35
27	5	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	4	49	4	4	4	4	3	4	4	5	4	36
28	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	53	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40
29	4	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	4	4	50	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
30	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	53	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
31	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	48	5	5	4	4	4	4	3	4	5	38
32	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	53	4	5	5	5	4	4	5	5	5	42
33	4	4	2	4	3	3	3	2	2	3	2	4	4	40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
34	4	5	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	4	45	4	4	4	3	4	5	4	4	3	35
35	1	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	50	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
36	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	5	3	5	50	5	5	4	4	5	4	5	5	4	41
37	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5	4	51	4	5	4	3	5	4	5	5	5	40
38	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	2	2	36	4	3	3	3	3	4	3	3	4	30
39	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	42	4	5	4	5	5	4	4	5	4	40
40	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	53	4	5	4	4	5	5	5	4	5	41
41	4	4	4	3	3	1	2	3	3	3	4	4	4	42	4	4	3	4	4	4	5	5	5	38
42	3	4	5	2	3	4	3	2	4	4	3	3	5	45	4	4	3	3	4	4	5	3	4	34
43	4	4	4	1	2	2	2	4	2	4	3	4	4	40	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
44	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	3	5	4	44	4	5	4	4	3	3	3	4	4	34
45	5	5	4	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	42	5	5	3	3	4	4	4	5	5	38
46	4	4	4	1	2	3	4	3	5	4	4	4	4	46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	5	5	44	4	5	5	5	4	5	4	4	3	39

74	3	4	3	2	2	3	1	1	2	1	1	3	5	31	3	3	4	4	5	4	4	5	4	36
75	4	4	4	2	2	4	4	3	3	1	1	4	4	40	4	4	4	4	4	5	4	5	3	37
76	2	4	3	2	2	2	3	3	1	2	5	4	4	37	4	3	5	4	4	4	4	4	4	36
77	2	5	5	5	4	4	4	2	2	4	4	3	5	49	5	4	5	4	4	4	4	5	3	38
78	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	3	3	4	43	4	3	5	5	4	3	4	5	4	37
79	2	3	4	3	4	4	2	2	2	3	3	3	5	40	3	5	3	5	4	3	4	5	3	35
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	5	3	4	5	5	5	3	5	4	39
81	4	4	4	3	2	5	1	1	4	3	4	4	5	44	3	4	5	5	5	5	3	5	3	38
82	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2	4	5	39	4	3	4	5	5	5	5	5	4	40
83	2	4	4	2	4	3	2	2	4	2	3	5	4	41	5	4	3	3	5	5	5	5	5	40
84	4	4	4	2	2	2	4	4	2	5	4	5	4	46	4	4	3	3	3	5	5	5	5	37
85	3	4	4	2	2	2	4	4	3	3	4	2	4	41	4	4	4	3	4	4	5	5	5	38
86	2	4	3	2	4	4	2	3	3	2	4	4	4	41	4	5	5	3	5	3	3	5	4	37
87	4	3	4	2	2	4	4	5	4	1	4	4	4	45	5	5	5	4	3	5	4	5	4	40
88	4	3	5	4	1	4	2	4	5	4	4	5	4	49	5	3	4	4	4	2	5	5	4	36
89	3	2	3	4	2	2	4	4	2	2	4	4	3	39	3	4	4	4	4	2	5	5	4	35
90	4	3	2	5	2	2	4	1	2	4	1	3	3	36	3	4	4	2	5	3	5	5	3	34
91	2	3	2	5	5	2	1	4	4	3	2	3	4	40	3	5	3	2	4	4	4	4	3	32
92	3	3	2	4	4	2	2	4	5	2	3	4	3	41	4	5	3	4	5	5	4	4	4	38
93	2	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	2	2	50	5	3	5	4	4	5	3	4	5	38
94	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	46	4	5	5	4	3	4	3	4	5	37
95	2	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	54	5	5	4	5	5	5	5	4	5	43
96	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	49	4	4	4	3	4	4	4	5	5	37
97	1	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	53	5	4	5	4	5	4	4	4	5	40
98	1	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	49	3	5	4	5	5	4	3	4	5	38
99	2	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	48	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39

100	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	52	5	5	5	5	4	3	5	5	4	41
101	2	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	49	5	5	5	3	4	4	5	4	4	39
102	1	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	47	4	4	3	4	5	5	4	5	4	38
103	4	5	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	50	4	4	5	5	3	5	5	4	3	38
104	2	3	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	49	4	5	4	4	5	5	5	5	3	40
105	3	5	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	51	5	4	5	4	5	3	5	5	4	40
106	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	56	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41
107	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	49	3	4	4	4	4	5	5	3	4	36
108	1	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	49	4	4	4	4	4	5	4	3	5	37
109	2	5	5	3	5	3	5	5	3	5	4	3	5	53	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
110	3	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	54	5	3	5	4	5	5	3	5	3	38
111	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	3	56	5	4	4	3	5	4	5	4	3	37
112	1	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	44	5	4	5	3	4	4	3	5	4	37
113	4	4	4	1	2	4	4	4	3	2	3	2	3	40	4	5	4	3	3	3	4	5	5	36
114	2	4	4	2	4	4	3	2	3	3	3	4	3	41	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
115	3	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
116	4	3	3	2	2	4	4	4	4	3	2	2	4	41	5	3	4	3	3	5	5	4	5	37
117	3	4	2	3	2	3	3	3	4	2	2	3	5	39	3	5	5	4	4	5	5	4	3	38
118	3	4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	4	4	43	5	5	4	5	3	5	5	3	4	39
119	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	46	4	5	4	3	4	3	4	5	4	36
120	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	52	5	4	4	4	5	5	3	4	5	39
121	1	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	5	44	5	4	4	4	3	5	3	4	5	37
122	3	5	3	4	3	2	5	4	3	4	2	4	4	46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
123	3	3	4	4	4	3	4	4	2	5	3	3	4	46	3	5	4	5	5	3	4	5	3	37
124	3	5	4	3	4	2	4	2	3	5	3	2	3	43	5	5	5	4	5	3	3	3	3	36
125	2	5	4	4	3	3	3	5	3	5	3	4	5	49	4	5	5	5	5	3	4	4	5	40

126	2	4	2	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
127	1	4	5	3	5	3	4	3	5	4	3	3	3	46	3	4	4	4	4	4	5	5	4	37
128	1	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	48	4	5	4	5	4	5	5	4	4	40
129	4	4	5	4	5	3	3	5	4	4	3	4	3	51	5	5	5	5	3	5	4	5	4	41
130	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	49	4	4	5	4	5	5	4	4	3	38
131	2	4	3	3	4	3	5	4	5	4	3	4	4	48	4	5	4	4	3	4	3	4	5	36
132	3	2	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	49	3	5	4	4	3	5	3	4	5	36
133	3	3	4	3	3	3	5	5	3	4	4	4	3	47	4	5	3	4	5	4	3	4	4	36
134	2	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	46	5	5	5	3	5	5	3	4	4	39
135	2	2	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	46	4	4	5	4	4	4	3	5	4	37
136	1	2	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3	46	5	4	5	5	4	3	4	4	5	39
137	3	4	3	3	3	5	4	4	3	4	5	3	5	49	3	5	4	3	4	3	4	4	3	33
138	2	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	51	4	4	5	4	4	5	3	4	5	38
139	3	5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	47	4	3	3	5	4	4	5	5	4	37
140	4	3	5	5	5	4	3	4	5	3	4	4	4	53	3	5	5	4	4	3	4	3	3	34
141	2	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	51	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39
142	3	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	50	5	5	4	3	4	5	4	3	4	37
143	3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	3	3	3	49	4	4	3	4	5	3	5	5	3	36
144	2	4	4	2	2	2	3	3	4	3	3	5	4	41	3	4	5	3	5	5	4	4	5	38
145	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	52	4	4	5	3	4	5	5	4	4	38
146	3	4	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	49	5	5	4	3	5	3	3	5	3	36
147	3	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	53	4	3	5	3	4	3	5	5	5	37
148	5	3	3	3	4	5	4	3	4	3	3	4	4	48	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
149	3	5	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	50	5	4	4	5	4	4	5	5	4	40
150	2	3	4	4	5	5	4	4	3	5	4	3	3	49	4	3	5	4	4	5	5	5	4	39
151	3	4	5	4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	53	5	4	4	4	3	4	5	3	4	36

152	4	5	5	4	5	4	4	3	2	4	2	4	2	48	4	3	4	5	5	4	4	4	5	38
153	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	47	5	5	4	4	3	4	5	4	4	38
154	5	4	5	4	5	3	3	5	4	3	3	4	4	52	4	4	3	5	4	5	3	5	4	37
155	3	4	5	3	5	3	4	5	3	5	4	5	4	53	5	4	4	4	5	5	3	4	5	39
156	2	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	3	49	3	4	4	5	3	5	4	5	5	38
157	4	5	4	4	5	3	5	3	4	5	5	4	4	55	4	4	3	4	4	5	3	4	5	36
158	2	5	3	3	5	4	5	3	4	5	5	3	5	52	4	5	4	4	4	3	4	5	3	36
159	2	4	4	3	4	4	5	3	4	5	5	4	5	52	4	3	5	5	5	3	3	3	3	34
160	2	3	4	3	5	5	4	3	5	4	4	5	5	52	3	4	3	4	5	4	4	3	4	34
161	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	2	4	54	5	4	5	3	5	5	3	4	4	38
162	3	4	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	4	47	4	5	4	5	5	5	4	4	5	41
163	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	3	3	4	46	3	4	5	3	3	5	4	3	4	34
164	4	4	4	4	5	3	3	3	5	4	3	5	5	52	3	4	4	3	5	5	3	4	5	36
165	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	57	5	4	5	3	4	3	5	4	3	36
166	2	5	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5	3	53	4	4	3	3	3	5	4	5	4	35
167	3	5	4	3	5	4	3	3	5	4	5	4	4	52	3	5	5	4	3	4	5	4	4	37
168	5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	5	52	2	4	4	4	4	5	3	4	5	35
169	4	5	5	4	5	3	3	4	5	4	3	4	4	53	5	5	5	3	3	5	4	5	5	40
170	4	4	5	5	5	5	3	4	3	3	5	4	3	53	5	4	4	5	4	5	4	3	5	39
171	5	4	5	3	5	4	3	4	3	3	5	3	4	51	4	4	5	4	4	5	5	4	3	38
172	2	3	5	4	4	3	4	5	4	4	2	3	3	46	3	5	4	5	3	5	4	3	4	36
173	3	3	4	3	4	4	3	3	5	3	4	4	4	47	5	4	5	5	4	3	5	3	3	37
174	2	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	49	5	5	5	4	4	3	4	5	3	38
175	5	5	5	4	3	3	4	5	5	3	3	3	3	51	3	5	4	5	3	5	5	4	5	39
176	1	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	55	5	5	4	4	3	5	4	5	4	39
177	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	56	3	3	4	3	3	4	3	4	4	31

178	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	51	4	5	5	4	3	5	3	5	5	39
179	3	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	53	3	4	5	4	3	5	5	3	4	36
180	3	5	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	51	4	4	4	3	4	5	4	3	5	36
181	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	53	3	3	4	3	4	5	5	3	4	34
182	2	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	51	3	3	3	5	4	3	4	4	3	32
183	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	3	4	52	4	3	4	3	3	5	4	4	5	35
184	1	4	3	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	43	3	5	4	3	4	5	4	5	4	37
185	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	58	5	5	5	4	3	5	5	3	5	40
186	3	5	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	4	56	4	4	4	5	5	5	3	3	4	37
187	2	3	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	49	5	4	3	4	3	3	4	4	3	33
188	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	48	3	4	4	3	3	3	4	3	3	30
189	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	49	5	4	3	4	4	3	4	3	3	33
190	3	5	3	4	4	3	5	5	5	4	4	3	3	51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
191	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
192	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	56	5	4	4	3	4	4	4	4	4	36
193	4	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	55	5	5	4	4	4	3	4	3	3	35
194	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	4	54	5	5	3	3	4	4	4	2	3	33
195	3	4	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	51	5	5	4	4	4	5	3	3	4	37
196	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	50	4	4	4	5	5	4	3	4	4	37
197	2	4	3	4	4	5	4	3	2	3	3	3	5	45	4	4	4	4	4	4	3	3	5	35
198	3	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	55	3	4	3	5	3	4	5	4	5	36
199	3	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	52	5	4	5	5	4	3	3	5	4	38
200	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	54	5	5	5	4	4	5	4	4	5	41
201	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	4	4	51	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
202	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	53	5	5	5	4	5	4	4	4	4	40
203	2	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	49	5	4	5	4	4	4	5	5	5	41

204	5	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	48	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40
205	4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	46	4	5	4	3	4	4	3	4	4	35
206	1	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	42	5	4	5	4	4	5	3	5	5	40
207	2	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	51	5	4	5	4	4	5	3	5	5	40
208	5	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	47	5	4	3	5	5	5	3	3	4	37
209	3	5	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	49	4	5	5	5	5	4	4	5	4	41
210	2	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	45	4	3	4	4	4	5	5	4	3	36
211	3	5	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	4	48	4	4	5	3	3	4	3	4	4	34
212	3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	4	47	5	3	5	4	3	3	4	5	3	35
213	3	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	48	4	4	3	3	3	3	4	3	4	31
214	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	3	2	40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
215	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	50	3	4	5	5	3	4	3	4	4	35
216	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
217	5	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	50	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
218	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	46	4	3	5	4	4	4	3	3	4	34
219	3	3	3	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	50	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41
220	5	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	48	4	3	4	3	3	3	5	4	3	32
221	3	3	4	4	4	3	5	5	3	4	3	3	4	48	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
222	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	47	3	3	4	4	3	4	3	3	3	30
223	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	47	4	3	5	4	4	3	3	3	3	32
224	3	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	49	3	3	5	3	4	3	4	5	5	35
225	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	48	3	4	5	4	3	4	3	4	5	35
226	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	47	5	5	5	3	3	4	3	4	4	36
227	3	3	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	48	3	4	4	3	5	4	4	5	5	37
228	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	44	3	3	5	4	3	4	5	5	4	36
229	3	3	3	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	47	5	5	4	4	5	5	4	5	4	41

230	3	3	4	3	4	4	3	5	5	3	3	4	3	47	4	4	5	4	5	4	3	4	5	38
231	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	59	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42
232	3	3	1	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	40	3	4	4	4	5	5	5	2	4	36
233	2	3	4	3	1	4	2	2	4	4	2	3	3	37	5	4	3	4	3	3	4	3	3	32
234	1	2	1	2	1	4	1	1	4	3	2	5	3	30	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34
235	3	1	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	44	5	5	5	5	4	5	5	3	4	41
236	3	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	55	5	5	4	4	5	4	4	3	4	38
237	3	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	52	4	5	4	3	4	4	3	4	4	35
238	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	54	3	4	4	3	5	4	4	5	4	36
239	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	4	4	51	5	5	4	4	5	5	4	4	3	39
240	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	53	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39
241	2	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	49	5	4	4	3	4	4	5	4	2	35
242	5	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	50	4	4	4	3	4	4	5	4	4	36
243	4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	46	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
244	1	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	42	5	5	4	5	5	5	4	5	4	42
245	2	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	51	5	4	4	3	4	3	3	4	3	33
246	5	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	47	5	3	5	3	4	5	5	4	4	38
247	3	5	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	49	5	4	5	3	4	5	5	3	5	39
248	2	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	45	4	4	5	3	4	5	5	4	5	39
249	3	5	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	4	48	5	5	4	3	5	4	4	5	5	40
250	3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	4	47	5	4	5	4	3	5	4	2	4	36
251	3	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	48	3	3	5	5	5	5	4	4	5	39
252	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	3	2	40	5	3	4	4	4	4	3	3	4	34
253	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	50	5	3	3	3	5	4	3	5	5	36
254	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	51	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
255	5	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	50	3	5	4	5	5	4	5	5	3	39

256	5	5	4	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	42	5	4	3	3	5	4	5	4	4	37
257	4	4	4	1	2	3	4	3	5	4	4	4	4	46	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
258	4	4	3	3	2	2	2	1	3	4	3	5	5	41	4	4	5	3	4	3	3	4	5	35
259	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	48	3	3	4	3	4	4	3	4	4	32
260	5	5	4	3	3	1	1	1	4	4	3	5	5	44	5	4	4	3	3	3	4	3	3	32
261	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	49	4	4	3	4	3	4	4	5	4	35
262	5	4	5	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	47	5	3	5	4	4	4	3	2	5	35
263	4	5	5	3	4	5	1	1	2	5	5	4	4	48	5	3	4	4	4	5	3	5	3	36
264	3	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	4	3	40	5	5	4	4	3	5	4	5	4	39
265	4	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	4	3	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
266	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	44	4	5	4	5	3	4	5	3	4	37
267	3	4	4	3	3	2	2	2	5	4	3	4	4	43	4	4	5	5	4	3	4	4	4	37
268	4	4	4	2	3	4	3	2	1	4	4	4	3	42	3	3	4	5	3	3	4	4	5	34
269	4	4	4	2	3	3	2	1	4	4	3	4	3	41	5	4	5	4	4	5	4	5	4	40
270	4	4	3	3	3	2	2	5	4	3	2	3	3	41	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
271	3	4	3	3	3	5	3	2	2	3	2	4	3	40	4	4	5	4	4	4	3	4	4	36
272	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	2	40	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33
273	3	3	4	3	4	4	5	2	2	4	4	4	4	46	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
274	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	5	2	43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
275	3	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	45	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36
276	3	5	4	3	3	4	4	4	4	2	5	3	3	47	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
277	4	4	4	4	3	2	4	1	4	4	4	4	4	46	5	5	4	4	4	5	4	5	4	40
278	5	4	5	2	5	4	4	4	4	5	2	3	4	51	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
279	4	4	5	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	45	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
280	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	3	49	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
281	3	4	3	1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	35	4	3	5	4	4	4	5	4	3	36

282	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	49	5	4	4	4	3	3	4	4	4	35
283	2	4	3	3	3	2	3	4	3	5	4	4	3	43	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	36
284	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	36
285	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	39
286	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	42
287	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	46	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
288	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	58	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	42
289	3	1	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	43	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	34
290	3	5	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	50	4	4	4	3	4	5	2	4	3	33	
291	3	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	52	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	40
292	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	54	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	36
293	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	4	4	51	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	38
294	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	53	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	37
295	2	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	49	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	32
296	5	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	50	3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	35
297	4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	46	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	32
298	1	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	42	3	4	3	3	3	4	3	3	4	30	
299	2	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	51	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	35
300	5	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	47	3	5	3	3	3	4	4	4	4	5	34
301	3	5	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	49	3	5	5	3	3	4	4	3	3	3	33
302	2	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	45	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	33
303	3	5	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	4	48	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	34
304	3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	4	47	3	3	5	5	3	4	3	3	4	3	33
305	3	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	48	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	35
306	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	3	2	40	4	3	5	5	3	5	4	3	2	3	34
307	3	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	49	4	3	5	4	3	4	3	4	5	3	35

308	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	51	5	5	4	4	3	4	5	4	4	38
309	5	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	50	3	4	3	3	4	3	4	4	3	31
310	5	5	4	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	42	5	5	5	5	3	3	3	4	3	36
311	4	4	4	1	2	3	4	3	5	4	4	4	4	46	3	4	5	5	4	3	4	4	5	37
312	4	4	3	3	2	2	2	1	3	4	3	5	5	41	5	5	4	4	2	2	5	3	2	32
313	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	48	4	4	4	5	2	3	4	3	2	31
314	5	5	4	3	3	2	1	3	4	4	3	5	5	47	4	3	5	4	3	5	4	4	4	36
315	5	5	4	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	49	5	3	6	4	4	5	3	4	3	37
316	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	49	5	2	4	3	5	4	4	4	3	34
317	5	4	5	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	47	5	4	5	3	4	4	3	5	4	37
318	4	5	5	3	4	5	1	1	2	5	5	4	4	48	4	5	4	3	3	3	4	5	5	36
319	3	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	4	3	40	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
320	4	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	4	3	41	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
321	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	50	5	3	4	3	3	5	5	4	5	37
322	3	4	4	3	3	2	2	2	5	4	3	4	4	43	3	5	5	4	4	3	3	4	3	34
323	4	4	4	2	3	4	3	2	1	4	4	4	3	42	4	4	4	5	3	5	3	3	4	35
324	4	4	4	2	3	3	2	1	4	4	3	4	3	41	4	5	4	3	4	3	3	5	3	34
325	4	4	3	3	3	2	2	5	4	3	2	3	3	41	5	4	4	4	3	5	3	4	5	37
326	3	4	3	3	3	5	3	2	2	3	2	4	3	40	5	4	4	4	3	5	3	4	5	37
327	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
328	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	48	5	5	4	5	3	4	4	4	4	38
329	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	5	2	43	5	5	5	5	4	4	3	3	3	37
330	3	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	45	4	5	5	3	5	5	4	4	3	38

Responden	BUTIR PERTANYAAN																							TOTAL
	BUKTI FISIK			KEANDALAN			DAYA TANGGAP			JAMINAN		EMPATI		TOTAL	KESESUAIAN HARAPAN			MINAT BERKUNJUNG KEMBALI			KESEDIAAN MEREKOMENDASI			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13		Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	
1	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	44	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
2	2	4	3	4	4	4	4	3	2	5	4	3	3	45	5	5	5	3	5	3	3	3	2	34
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	49	3	4	4	4	4	5	5	4	2	35
4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	48	5	4	4	5	5	4	4	3	3	37
5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	53	5	5	5	3	5	4	5	5	4	41
6	5	4	3	5	5	3	3	5	3	3	3	3	4	49	5	5	5	4	5	4	4	4	5	41
7	2	3	3	3	4	3	5	3	3	5	5	4	5	48	5	3	4	4	4	5	3	5	3	36
8	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	54	5	5	4	4	5	5	4	5	4	41
9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	48	5	4	5	5	3	5	4	3	2	36
11	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	2	5	46	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
12	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	4	43	3	3	3	4	3	5	3	4	3	31
13	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	58	5	4	5	4	4	5	4	5	4	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	51	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
15	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	46	4	4	5	4	4	4	3	4	4	36
16	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	49	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	48	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	40	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
19	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	54	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36
20	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	50	5	5	4	3	5	5	4	5	4	40
21	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	54	5	5	4	5	4	5	4	5	4	41

22	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	56	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
23	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	54	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
24	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	52	4	5	5	5	4	4	5	4	4	40
25	4	5	3	5	4	4	4	3	3	5	5	4	5	54	4	3	5	4	4	4	5	4	3	36
26	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	54	5	4	4	4	3	3	4	4	4	35
27	5	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	4	49	4	4	4	4	3	4	4	5	4	36
28	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	53	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40
29	4	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	4	4	50	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
30	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	53	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
31	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	48	5	5	4	4	4	4	3	4	5	38
32	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	53	4	5	5	5	4	4	5	5	5	42
33	4	4	2	4	3	3	3	2	2	3	2	4	4	40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
34	4	5	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	4	45	4	4	4	3	4	5	4	4	3	35
35	1	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	50	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
36	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	5	3	5	50	5	5	4	4	5	4	5	5	4	41
37	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5	4	51	4	5	4	3	5	4	5	5	5	40
38	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	2	2	36	4	3	3	3	3	4	3	3	4	30
39	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	42	4	5	4	5	5	4	4	5	4	40
40	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	53	4	5	4	4	5	5	5	4	5	41
41	4	4	4	3	3	1	2	3	3	3	4	4	4	42	4	4	3	4	4	4	5	5	5	38
42	3	4	5	2	3	4	3	2	4	4	3	3	5	45	4	4	3	3	4	4	5	3	4	34
43	4	4	4	1	2	2	2	4	2	4	3	4	4	40	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
44	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	3	5	4	44	4	5	4	4	3	3	3	4	4	34
45	5	5	4	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	42	5	5	3	3	4	4	4	5	5	38
46	4	4	4	1	2	3	4	3	5	4	4	4	4	46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	5	5	44	4	5	5	5	4	5	4	4	3	39

74	3	4	3	2	2	3	1	1	2	1	1	3	5	31	3	3	4	4	5	4	4	5	4	36
75	4	4	4	2	2	4	4	3	3	1	1	4	4	40	4	4	4	4	4	5	4	5	3	37
76	2	4	3	2	2	2	3	3	1	2	5	4	4	37	4	3	5	4	4	4	4	4	4	36
77	2	5	5	5	4	4	4	2	2	4	4	3	5	49	5	4	5	4	4	4	4	5	3	38
78	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	3	3	4	43	4	3	5	5	4	3	4	5	4	37
79	2	3	4	3	4	4	2	2	2	3	3	3	5	40	3	5	3	5	4	3	4	5	3	35
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	5	3	4	5	5	5	3	5	4	39
81	4	4	4	3	2	5	1	1	4	3	4	4	5	44	3	4	5	5	5	5	3	5	3	38
82	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2	4	5	39	4	3	4	5	5	5	5	5	4	40
83	2	4	4	2	4	3	2	2	4	2	3	5	4	41	5	4	3	3	5	5	5	5	5	40
84	4	4	4	2	2	2	4	4	2	5	4	5	4	46	4	4	3	3	3	5	5	5	5	37
85	3	4	4	2	2	2	4	4	3	3	4	2	4	41	4	4	4	3	4	4	5	5	5	38
86	2	4	3	2	4	4	2	3	3	2	4	4	4	41	4	5	5	3	5	3	3	5	4	37
87	4	3	4	2	2	4	4	5	4	1	4	4	4	45	5	5	5	4	3	5	4	5	4	40
88	4	3	5	4	1	4	2	4	5	4	4	5	4	49	5	3	4	4	4	2	5	5	4	36
89	3	2	3	4	2	2	4	4	2	2	4	4	3	39	3	4	4	4	4	2	5	5	4	35
90	4	3	2	5	2	2	4	1	2	4	1	3	3	36	3	4	4	2	5	3	5	5	3	34
91	2	3	2	5	5	2	1	4	4	3	2	3	4	40	3	5	3	2	4	4	4	4	3	32
92	3	3	2	4	4	2	2	4	5	2	3	4	3	41	4	5	3	4	5	5	4	4	4	38
93	2	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	2	2	50	5	3	5	4	4	5	3	4	5	38
94	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	46	4	5	5	4	3	4	3	4	5	37
95	2	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	54	5	5	4	5	5	5	5	4	5	43
96	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	49	4	4	4	3	4	4	4	5	5	37
97	1	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	53	5	4	5	4	5	4	4	4	5	40
98	1	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	49	3	5	4	5	5	4	3	4	5	38
99	2	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	48	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39

100	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	52	5	5	5	5	4	3	5	5	4	41
101	2	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	49	5	5	5	3	4	4	5	4	4	39
102	1	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	47	4	4	3	4	5	5	4	5	4	38
103	4	5	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	50	4	4	5	5	3	5	5	4	3	38
104	2	3	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	49	4	5	4	4	5	5	5	5	3	40
105	3	5	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	51	5	4	5	4	5	3	5	5	4	40
106	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	56	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41
107	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	49	3	4	4	4	4	5	5	3	4	36
108	1	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	49	4	4	4	4	4	5	4	3	5	37
109	2	5	5	3	5	3	5	5	3	5	4	3	5	53	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
110	3	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	54	5	3	5	4	5	5	3	5	3	38
111	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	3	56	5	4	4	3	5	4	5	4	3	37
112	1	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	44	5	4	5	3	4	4	3	5	4	37
113	4	4	4	1	2	4	4	4	3	2	3	2	3	40	4	5	4	3	3	3	4	5	5	36
114	2	4	4	2	4	4	3	2	3	3	3	4	3	41	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
115	3	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
116	4	3	3	2	2	4	4	4	4	3	2	2	4	41	5	3	4	3	3	5	5	4	5	37
117	3	4	2	3	2	3	3	3	4	2	2	3	5	39	3	5	5	4	4	5	5	4	3	38
118	3	4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	4	4	43	5	5	4	5	3	5	5	3	4	39
119	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	46	4	5	4	3	4	3	4	5	4	36
120	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	52	5	4	4	4	5	5	3	4	5	39
121	1	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	5	44	5	4	4	4	3	5	3	4	5	37
122	3	5	3	4	3	2	5	4	3	4	2	4	4	46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
123	3	3	4	4	4	3	4	4	2	5	3	3	4	46	3	5	4	5	5	3	4	5	3	37
124	3	5	4	3	4	2	4	2	3	5	3	2	3	43	5	5	5	4	5	3	3	3	3	36
125	2	5	4	4	3	3	3	5	3	5	3	4	5	49	4	5	5	5	5	3	4	4	5	40

126	2	4	2	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	50	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
127	1	4	5	3	5	3	4	3	5	4	3	3	3	46	3	4	4	4	4	4	5	5	4	37
128	1	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	48	4	5	4	5	4	5	5	4	4	40
129	4	4	5	4	5	3	3	5	4	4	3	4	3	51	5	5	5	5	3	5	4	5	4	41
130	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	49	4	4	5	4	5	5	4	4	3	38
131	2	4	3	3	4	3	5	4	5	4	3	4	4	48	4	5	4	4	3	4	3	4	5	36
132	3	2	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	49	3	5	4	4	3	5	3	4	5	36
133	3	3	4	3	3	3	5	5	3	4	4	4	3	47	4	5	3	4	5	4	3	4	4	36
134	2	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	46	5	5	5	3	5	5	3	4	4	39
135	2	2	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	46	4	4	5	4	4	4	3	5	4	37
136	1	2	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3	46	5	4	5	5	4	3	4	4	5	39
137	3	4	3	3	3	5	4	4	3	4	5	3	5	49	3	5	4	3	4	3	4	4	3	33
138	2	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	51	4	4	5	4	4	5	3	4	5	38
139	3	5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	47	4	3	3	5	4	4	5	5	4	37
140	4	3	5	5	5	4	3	4	5	3	4	4	4	53	3	5	5	4	4	3	4	3	3	34
141	2	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	51	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39
142	3	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	50	5	5	4	3	4	5	4	3	4	37
143	3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	3	3	3	49	4	4	3	4	5	3	5	5	3	36
144	2	4	4	2	2	2	3	3	4	3	3	5	4	41	3	4	5	3	5	5	4	4	5	38
145	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	52	4	4	5	3	4	5	5	4	4	38
146	3	4	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	49	5	5	4	3	5	3	3	5	3	36
147	3	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	53	4	3	5	3	4	3	5	5	5	37
148	5	3	3	3	4	5	4	3	4	3	3	4	4	48	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
149	3	5	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	50	5	4	4	5	4	4	5	5	4	40
150	2	3	4	4	5	5	4	4	3	5	4	3	3	49	4	3	5	4	4	5	5	5	4	39
151	3	4	5	4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	53	5	4	4	4	3	4	5	3	4	36

152	4	5	5	4	5	4	4	3	2	4	2	4	2	48	4	3	4	5	5	4	4	4	5	38
153	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	47	5	5	4	4	3	4	5	4	4	38
154	5	4	5	4	5	3	3	5	4	3	3	4	4	52	4	4	3	5	4	5	3	5	4	37
155	3	4	5	3	5	3	4	5	3	5	4	5	4	53	5	4	4	4	5	5	3	4	5	39
156	2	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	3	49	3	4	4	5	3	5	4	5	5	38
157	4	5	4	4	5	3	5	3	4	5	5	4	4	55	4	4	3	4	4	5	3	4	5	36
158	2	5	3	3	5	4	5	3	4	5	5	3	5	52	4	5	4	4	4	3	4	5	3	36
159	2	4	4	3	4	4	5	3	4	5	5	4	5	52	4	3	5	5	5	3	3	3	3	34
160	2	3	4	3	5	5	4	3	5	4	4	5	5	52	3	4	3	4	5	4	4	3	4	34
161	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	2	4	54	5	4	5	3	5	5	3	4	4	38
162	3	4	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	4	47	4	5	4	5	5	5	4	4	5	41
163	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	3	3	4	46	3	4	5	3	3	5	4	3	4	34
164	4	4	4	4	5	3	3	3	5	4	3	5	5	52	3	4	4	3	5	5	3	4	5	36
165	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	57	5	4	5	3	4	3	5	4	3	36
166	2	5	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5	3	53	4	4	3	3	3	5	4	5	4	35
167	3	5	4	3	5	4	3	3	5	4	5	4	4	52	3	5	5	4	3	4	5	4	4	37
168	5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	5	52	2	4	4	4	4	5	3	4	5	35
169	4	5	5	4	5	3	3	4	5	4	3	4	4	53	5	5	5	3	3	5	4	5	5	40
170	4	4	5	5	5	5	3	4	3	3	5	4	3	53	5	4	4	5	4	5	4	3	5	39
171	5	4	5	3	5	4	3	4	3	3	5	3	4	51	4	4	5	4	4	5	5	4	3	38
172	2	3	5	4	4	3	4	5	4	4	2	3	3	46	3	5	4	5	3	5	4	3	4	36
173	3	3	4	3	4	4	3	3	5	3	4	4	4	47	5	4	5	5	4	3	5	3	3	37
174	2	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	49	5	5	5	4	4	3	4	5	3	38
175	5	5	5	4	3	3	4	5	5	3	3	3	3	51	3	5	4	5	3	5	5	4	5	39
176	1	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	55	5	5	4	4	3	5	4	5	4	39
177	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	56	3	3	4	3	3	4	3	4	4	31

178	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	51	4	5	5	4	3	5	3	5	5	39
179	3	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	53	3	4	5	4	3	5	5	3	4	36
180	3	5	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	51	4	4	4	3	4	5	4	3	5	36
181	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	53	3	3	4	3	4	5	5	3	4	34
182	2	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	51	3	3	3	5	4	3	4	4	3	32
183	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	3	4	52	4	3	4	3	3	5	4	4	5	35
184	1	4	3	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	43	3	5	4	3	4	5	4	5	4	37
185	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	58	5	5	5	4	3	5	5	3	5	40
186	3	5	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	4	56	4	4	4	5	5	5	3	3	4	37
187	2	3	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	49	5	4	3	4	3	3	4	4	3	33
188	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	48	3	4	4	3	3	3	4	3	3	30
189	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	49	5	4	3	4	4	3	4	3	3	33
190	3	5	3	4	4	3	5	5	5	4	4	3	3	51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
191	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
192	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	56	5	4	4	3	4	4	4	4	4	36
193	4	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	55	5	5	4	4	4	3	4	3	3	35
194	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	4	54	5	5	3	3	4	4	4	2	3	33
195	3	4	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	51	5	5	4	4	4	5	3	3	4	37
196	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	50	4	4	4	5	5	4	3	4	4	37
197	2	4	3	4	4	5	4	3	2	3	3	3	5	45	4	4	4	4	4	4	3	3	5	35
198	3	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	55	3	4	3	5	3	4	5	4	5	36
199	3	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	52	5	4	5	5	4	3	3	5	4	38
200	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	54	5	5	5	4	4	5	4	4	5	41
201	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	4	4	51	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
202	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	53	5	5	5	4	5	4	4	4	4	40
203	2	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	49	5	4	5	4	4	4	5	5	5	41

204	5	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	48	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40
205	4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	46	4	5	4	3	4	4	3	4	4	35
206	1	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	42	5	4	5	4	4	5	3	5	5	40
207	2	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	51	5	4	5	4	4	5	3	5	5	40
208	5	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	47	5	4	3	5	5	5	3	3	4	37
209	3	5	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	49	4	5	5	5	5	4	4	5	4	41
210	2	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	45	4	3	4	4	4	5	5	4	3	36
211	3	5	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	4	48	4	4	5	3	3	4	3	4	4	34
212	3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	4	47	5	3	5	4	3	3	4	5	3	35
213	3	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	48	4	4	3	3	3	3	4	3	4	31
214	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	3	2	40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
215	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	50	3	4	5	5	3	4	3	4	4	35
216	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
217	5	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	50	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
218	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	46	4	3	5	4	4	4	3	3	4	34
219	3	3	3	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	50	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41
220	5	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	48	4	3	4	3	3	3	5	4	3	32
221	3	3	4	4	4	3	5	5	3	4	3	3	4	48	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
222	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	47	3	3	4	4	3	4	3	3	3	30
223	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	47	4	3	5	4	4	3	3	3	3	32
224	3	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	49	3	3	5	3	4	3	4	5	5	35
225	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	48	3	4	5	4	3	4	3	4	5	35
226	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	47	5	5	5	3	3	4	3	4	4	36
227	3	3	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	48	3	4	4	3	5	4	4	5	5	37
228	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	44	3	3	5	4	3	4	5	5	4	36
229	3	3	3	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	47	5	5	4	4	5	5	4	5	4	41

230	3	3	4	3	4	4	3	5	5	3	3	4	3	47	4	4	5	4	5	4	3	4	5	38
231	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	59	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42
232	3	3	1	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	40	3	4	4	4	5	5	5	2	4	36
233	2	3	4	3	1	4	2	2	4	4	2	3	3	37	5	4	3	4	3	3	4	3	3	32
234	1	2	1	2	1	4	1	1	4	3	2	5	3	30	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34
235	3	1	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	44	5	5	5	5	4	5	5	3	4	41
236	3	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	55	5	5	4	4	5	4	4	3	4	38
237	3	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	52	4	5	4	3	4	4	3	4	4	35
238	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	54	3	4	4	3	5	4	4	5	4	36
239	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	4	4	51	5	5	4	4	5	5	4	4	3	39
240	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	53	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39
241	2	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	49	5	4	4	3	4	4	5	4	2	35
242	5	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	50	4	4	4	3	4	4	5	4	4	36
243	4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	46	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
244	1	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	42	5	5	4	5	5	5	4	5	4	42
245	2	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	51	5	4	4	3	4	3	3	4	3	33
246	5	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	47	5	3	5	3	4	5	5	4	4	38
247	3	5	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	49	5	4	5	3	4	5	5	3	5	39
248	2	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	45	4	4	5	3	4	5	5	4	5	39
249	3	5	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	4	48	5	5	4	3	5	4	4	5	5	40
250	3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	4	47	5	4	5	4	3	5	4	2	4	36
251	3	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	48	3	3	5	5	5	5	4	4	5	39
252	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	3	2	40	5	3	4	4	4	4	3	3	4	34
253	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	50	5	3	3	3	5	4	3	5	5	36
254	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	51	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
255	5	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	50	3	5	4	5	5	4	5	5	3	39

256	5	5	4	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	42	5	4	3	3	5	4	5	4	4	37
257	4	4	4	1	2	3	4	3	5	4	4	4	4	46	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
258	4	4	3	3	2	2	2	1	3	4	3	5	5	41	4	4	5	3	4	3	3	4	5	35
259	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	48	3	3	4	3	4	4	3	4	4	32
260	5	5	4	3	3	1	1	1	4	4	3	5	5	44	5	4	4	3	3	3	4	3	3	32
261	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	49	4	4	3	4	3	4	4	5	4	35
262	5	4	5	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	47	5	3	5	4	4	4	3	2	5	35
263	4	5	5	3	4	5	1	1	2	5	5	4	4	48	5	3	4	4	4	5	3	5	3	36
264	3	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	4	3	40	5	5	4	4	3	5	4	5	4	39
265	4	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	4	3	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
266	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	44	4	5	4	5	3	4	5	3	4	37
267	3	4	4	3	3	2	2	2	5	4	3	4	4	43	4	4	5	5	4	3	4	4	4	37
268	4	4	4	2	3	4	3	2	1	4	4	4	3	42	3	3	4	5	3	3	4	4	5	34
269	4	4	4	2	3	3	2	1	4	4	3	4	3	41	5	4	5	4	4	5	4	5	4	40
270	4	4	3	3	3	2	2	5	4	3	2	3	3	41	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
271	3	4	3	3	3	5	3	2	2	3	2	4	3	40	4	4	5	4	4	4	3	4	4	36
272	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	2	40	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33
273	3	3	4	3	4	4	5	2	2	4	4	4	4	46	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
274	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	5	2	43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
275	3	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	45	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36
276	3	5	4	3	3	4	4	4	4	2	5	3	3	47	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
277	4	4	4	4	3	2	4	1	4	4	4	4	4	46	5	5	4	4	4	5	4	5	4	40
278	5	4	5	2	5	4	4	4	4	5	2	3	4	51	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
279	4	4	5	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	45	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
280	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	3	49	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
281	3	4	3	1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	35	4	3	5	4	4	4	5	4	3	36

282	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	49	5	4	4	4	3	3	4	4	4	35
283	2	4	3	3	3	2	3	4	3	5	4	4	3	43	4	4	4	4	3	4	4	5	4	36
284	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36
285	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	5	4	5	4	5	4	4	4	4	39
286	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
287	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	46	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
288	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	58	4	5	5	5	4	4	5	5	5	42
289	3	1	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	43	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
290	3	5	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	50	4	4	4	3	4	5	2	4	3	33
291	3	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	52	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
292	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	54	3	4	4	4	5	4	4	4	4	36
293	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	4	4	51	4	5	4	3	5	4	5	4	4	38
294	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	53	5	5	5	5	4	3	3	3	4	37
295	2	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	49	4	4	3	4	4	4	3	3	3	32
296	5	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	50	3	5	5	4	3	3	4	4	4	35
297	4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	46	5	4	4	3	3	3	3	3	4	32
298	1	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	42	3	4	3	3	3	4	3	3	4	30
299	2	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	51	5	4	3	3	4	4	4	4	4	35
300	5	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	47	3	5	3	3	3	4	4	4	5	34
301	3	5	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	49	3	5	5	3	3	4	4	3	3	33
302	2	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	45	3	3	3	3	5	4	4	4	4	33
303	3	5	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	4	48	3	5	5	4	4	3	3	3	4	34
304	3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	4	47	3	3	5	5	3	4	3	3	4	33
305	3	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	48	4	4	5	5	3	4	4	3	3	35
306	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	3	2	40	4	3	5	5	3	5	4	3	2	34
307	3	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	49	4	3	5	4	3	4	3	4	5	35

308	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	51	5	5	4	4	3	4	5	4	4	38
309	5	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	50	3	4	3	3	4	3	4	4	3	31
310	5	5	4	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	42	5	5	5	5	3	3	3	4	3	36
311	4	4	4	1	2	3	4	3	5	4	4	4	4	46	3	4	5	5	4	3	4	4	5	37
312	4	4	3	3	2	2	2	1	3	4	3	5	5	41	5	5	4	4	2	2	5	3	2	32
313	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	48	4	4	4	5	2	3	4	3	2	31
314	5	5	4	3	3	2	1	3	4	4	3	5	5	47	4	3	5	4	3	5	4	4	4	36
315	5	5	4	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	49	5	3	6	4	4	5	3	4	3	37
316	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	49	5	2	4	3	5	4	4	4	3	34
317	5	4	5	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	47	5	4	5	3	4	4	3	5	4	37
318	4	5	5	3	4	5	1	1	2	5	5	4	4	48	4	5	4	3	3	3	4	5	5	36
319	3	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	4	3	40	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
320	4	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	4	3	41	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
321	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	50	5	3	4	3	3	5	5	4	5	37
322	3	4	4	3	3	2	2	2	5	4	3	4	4	43	3	5	5	4	4	3	3	4	3	34
323	4	4	4	2	3	4	3	2	1	4	4	4	3	42	4	4	4	5	3	5	3	3	4	35
324	4	4	4	2	3	3	2	1	4	4	3	4	3	41	4	5	4	3	4	3	3	5	3	34
325	4	4	3	3	3	2	2	5	4	3	2	3	3	41	5	4	4	4	3	5	3	4	5	37
326	3	4	3	3	3	5	3	2	2	3	2	4	3	40	5	4	4	4	3	5	3	4	5	37
327	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
328	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	48	5	5	4	5	3	4	4	4	4	38
329	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	5	2	43	5	5	5	5	4	4	3	3	3	37
330	3	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	45	4	5	5	3	5	5	4	4	3	38