



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN RESTORAN WEEKEND.ERS PAJAJARAN DI
KOTA BOGOR**

SKRIPSI

Dibuat oleh :

Muhamad Legi Okana

021119292

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

Desember 2023



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN RESTORAN WEEKEND.ERS PAJAJARAN DI
KOTA BOGOR**

Skripsi

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D)



Ketua Program Studi
(Prof.Dr.Yohanes Indrayono, Ak.,MM.,CA)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN RESTORAN WEEKEND.ERS PAJAJARAN DI
KOTA BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Rabu, 27 Desember 2023

Muhamad Legi Okana
021119292

Menyetujui,

Ketua Penguji Sidang
(Dr.H. Hari Muharam, SE., MM.)



Ketua Komisi Pembimbing
(Dra.Hj.Sri Hartini,M.M.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Salmah,SE.,MM)



NOMOR :
TENTANG : **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN KEKAYAAN
INTELEKTUAL DI UNIVERSITAS PAKUAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Muhamad Legi Okana**
NPM : **021119292**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran Di Kota
Bogor**

Dengan ini saya menyatakan bahwa paten dan Hak Cipta dari Produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 27 Desember 2023



Muhamad Legi Okana
021119292

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2023 Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

**) Tahun 2023*

ABSTRAK

MUHAMAD LEGI OKANA. 021119292. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran Di Kota Bogor. Skripsi Prodi Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan ketua komisi pembimbing : SRI HARTINI dan anggota komisi pembimbing SALMAH 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran Di Kota Bogor. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023. Populasi penelitian ini adalah konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran Bogor. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 100 sampel dengan menggunakan metode penarikan sampel yakni Formula *Slovin*. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang sudah lulus uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan syarat pengujiannya yakni uji asumsi klasik dan uji hipotesis dimana ada beberapa tahap pengujian yakni uji parsial (t) dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diketahui memiliki pengaruh sebesar 16,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi sederhana, dimana variable kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 16,9% sedangkan sisanya sebesar 83,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PRAKATA

Segala Puji Syukur saya panjatkan kepada tuhan yang maha esa, yang telah melimpahkan berkat,kasih,kenikmatan dan karunia-Nya yang takterhingga sehingga saya berkesempatan menimba ilmu hingga jenjang Perguruan Tinggi. Berkat Rahmat-Nya pula memungkinkan saya untuk menyelesaikan Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran dikota Bogor**”. Sebagaimana diketahui bahwa penulisan proposal ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SM).

Walaupun dalam penulisan Skripsi ini peneliti telah mencurahkan segenap kemampuan yang dimiliki,tetapi peneliti yakin tanpa adanya saran dan bantuan maupun dorongan dari beberapa pihak maka proposal penelitian ini tidak akan mungkin dapat tersusun sebagaimana mestinya. Pada kesempatan ini,penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada Kedua Orang tua tercinta Bapak Otib Suherna dan ibu Ikeu Kartika, Serta Kakak dan Adikku Muhamad Albi Ferdiansyah dan Farda Cahya Okana yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, dukungan dan keceriaan sehingga Proposal Penelitian ini dapat terselesaikan
2. Bapak Prof. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Towaf T. Irawan S.E. M.E. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Endah Martanti Lestari, Se.,M.Si.,CMA.,CAPM.,CAP Wakil Dekan Akademik dan Kemahasiswaan
5. Ibu Enok Rusmanah, SE.,M.Acc Wakil Dekan Bidang Administrasi Keuangan dan Sumber Daya Manusia
6. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono,Ak.,MM.,CA Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Ibu Tutus Rully, SE.,M.M. Asisten Kaprodi S1 Manajemen
8. Ibu Dra.Hj. Sri Hartini, M.M Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan motivasi pada penyusunan proposal penelitian ini.
9. Ibu Salmah S.E.,M.M Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan nasehat, petunjuk dan saran pada penyusunan proposal penelitian ini.
10. Seluruh Dosen, Staff dan Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
11. Kepada Keluarga besar yang tidak bisa di sebutkan satu persatu telah memberikan doa dan dukungan

12. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuisioner
13. Teman-teman kelas I 2019 yang telah memberikan dukungan kepada penulis
14. Teman-Teman seperjuangan Sri mulyani Indarwati, Bela Mulya Oktavia, Kevin Rizky Putra, Aditya Suharman, Rabil Dwi Zulnadri, Alif Immaduddin Zaky, Alghifari Assyamsi, Muhamad Ferdiansyah, Muhamad Aldi Fatah yang telah berjuang bersama-sama membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini dan selalu memberikan semangat untuk terus maju

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyelesaian Skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Semoga kekurangan tersebut dapat menjadi pembelajaran bagi penulis

Akhir kata dengan kerendahan hati kepada Allah SWT dan kepada pembaca, penulis memohon pertolongan dan petunjuk serta berharap semoga penulisan dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Bogor, Desember 2023
Penulis

Muhamad Legi Okana

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TELAH DISIDANGKAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
LEMBAR HAK CIPTA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRAK	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Maksud Penelitian.....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Praktis	7
1.4.2 Kegunaan Akademis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran, Manajemen Pemasaran, dan Konsep Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Konsep Pemasaran	9
2.1.4 Fungsi Pemasaran	10
2.2 Pengertian Jasa.....	11
2.2.1 Karakteristik Jasa	11
2.2.2 Klasifikasi Jasa	12
2.3 Kualitas Pelayanan.....	14
2.3.1 Pengertian Kualitas	14
2.3.2 Pengertian Pelayanan.....	14
2.3.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.4 Kepuasan Konsumen.....	16
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
2.4.2 Manfaat Kepuasan Konsumen	17

2.4.3	Faktor-Faktor Tingkat Kepuasan Konsumen.....	17
2.4.4	Jenis-Jenis Konsumen	18
2.4.5	Indikator Kepuasan Konsumen.....	18
2.5	Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	20
2.5.1	Penelitian Sebelumnya	20
2.5.2	Perbedaan & Persamaan	30
2.5.3	Kerangka Pemikiran	32
2.6	Hipotesis Penelitian	33
BAB III	METODE PENELITIAN.....	34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Objek, Unit analisis, dan Lokasi penelitian.....	34
3.3	Jenis Dan Sumber Data Penelitian	34
3.4	Operasionalisasi Variabel	34
3.5	Metode Penarikan Sample	36
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7	Metode Pengolahan / Analisis Data	37
3.7.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
3.7.2	Analisis Deskriptif.....	40
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.4	Uji Normalitas	42
3.7.5	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
3.7.6	Uji T	42
3.7.7	Uji Koefisien Determinasi (R Square)	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
4.1.1	Sejarah dan perkembangan Perusahaan.....	45
4.1.2	Kegiatan Usaha	45
4.1.3	Tujuan Perusahaan	45
4.1.4	Visi dan Misi.....	45
4.1.5	Struktur Organisasi	45
4.2	Analisis Deskriptif	47
4.2.1	Profil Responden	47
4.2.2	Kualitas Pelayanan Restoran Weekend.ers Pajajaran	50
4.2.3	Kepuasan Konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran	61
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.3.1	Uji Normalitas	67
4.3.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	68
4.3.3	Uji Hipotesis (Uji t).....	68
4.3.4	Uji Determinasi (R Square)	69
4.4	Pembahasan & Interpretasi Hasil Penelitian	69
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71

DAFTAR PUSTAKA	73
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pesaing Weekend.ers Pajajaran Bogor.....	2
Tabel 1.2 Data Perbandingan Harga	2
Tabel 1.3 Rekap Data Keluhan Weekenders Tahun 2023	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variable X dan Y	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Reabilitas Variabel	40
Tabel 3.4 Skala Likert.....	40
Tabel 3.5 Kategori Penilaian	41
Tabel 3.6 Interpretasi Hasil.....	41
Tabel 4.1 Jawaban Restoran Weekenders memiliki area parker yang luas	50
Tabel 4.2 Jawaban Karyawan Weekend.ers Berpenampilan Rapi	51
Tabel 4.3 Jawaban Lokasi Restoran Weekend.ers Mudah Ditemukan.....	51
Tabel 4.4 Jawaban Karyawan Restoran Weekenders Cepat menangani	52
Tabel 4.5 Jawaban Karyawan Restoran Weekenders Memberikan Pelayanan	52
Tabel 4.6 Jawaban Weekenders Memiliki Fasilitas Yang Lengkap	53
Tabel 4.7 Jawaban Karyawan Restoran Weekenders Menanggapi Keluhan	54
Tabel 4.8 Jawaban Karyawan Restoran Weekenders Cepat Memproses Pesanan.....	54
Tabel 4.9 Jawaban Karyawan Weekenders Memberikan Informasi Yang Jelas.....	55
Tabel 4.10 Jawaban Restoran Weekenders Mampu Menanamkan Kepercayaan	56
Tabel 4.11 Jawaban Restoran Weekenders Menyajikan Makanan Dengan	56
Tabel 4.12 Jawaban Karyawan Selalu Memberikan Pelayanan Yang sesuai	57
Tabel 4.13 Jawaban Konsumen Mudah Berinteraksi Dengan Karyawan.....	58
Tabel 4.14 Jawaban Karyawan Selalu Bersikap Sopan dan Sabar Kepada	58
Tabel 4.15 Jawaban Karyawan Bersedia Dalam Menerima Keluhan dan	59
Tabel 4.16 Rekapitulasi Dan Rata Rata Tanggapan Responden Variabel Kualitas ...	59
Tabel 4.17 Jawaban Pelayanan Yang Diberikan Pihak Restoran Sesuai Harapan	61
Tabel 4.18 Jawaban Fasilitas Yang Diberikan Pihak Restoran Sesuai Dengan	61
Tabel 4.19 Jawaban Mengunjungi Restoran Weekenders Setiap 1 Bulan Sekali	62
Tabel 4.20 Jawaban Mengunjungi Restoran Weekenders Hanya Jika Ada Ajakan...	63
Tabel 4.21 Jawaban Mengunjungi Restoran Weekenders Lebih Dari 1x Dalam.....	63
Tabel 4.22 Jawaban Merekomendasi Kepada Teman Atau Keluarga Untuk	64
Tabel 4.23 Jawaban Merekomendasi Restoran Weekenders Untuk Berakhir	65
Tabel 4.24 Rekapitulasi Dan Rata Rata Tanggapan Responden Kepuasan	65
Tabel 4.25 Uji Normalitas	67
Tabel 4.26 Analisis Regresi Sederhana.....	67
Tabel 4.27 Uji T.....	68
Tabel 4.28 Uji Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data 10 Provinsi Dengan Usaha Kuliner Terbanyak Tahun 2020	3
Gambar 1.2 Data Penelusuran Terkait Pesaing Restoran Weekenders	3
Gambar 1.3 Data Kunjungan Restoran Weekenders 2022	3
Gambar 1.4 Review Google Weekenders	5
Gambar 2.1 Konstelasi Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	42
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	47
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Pendapatan	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis kuliner di Indonesia secara kasat mata tumbuh menyebar dimana-mana, menunjukkan bahwa industri kuliner terlihat terus berkembang bahkan dikatakan sedang populer. bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang paling banyak dijalankan hingga saat ini. menyebut bahwa bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang tidak ada matinya (Agung, 2020). Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan bisnis pada sektor industri restoran semakin kuat dan positif, dilihat dari berkembangnya inovasi menu dan interior bangunan restoran yang unik.

Hal tersebut diperkuat oleh laporan BPS (Badan Pusat Statistik) terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya. Di sisi lainnya, berdasarkan lokasi usaha lebih dari setengah atau 53,58 persen usaha kuliner Indonesia berlokasi di mal. selain itu, usaha kuliner Indonesia juga tersebar dikawasan industri, pusat kuliner, kawasan wisata, hotel, dan lainnya (Badan Pusat Statiska,2020).



Gambar 1.1 Data 10 Provinsi dengan usaha kuliner terbanyak tahun 2020
Sumber : Data Sekunder, Badan Pusat Statistik (BPS) 2020

DKI Jakarta menduduki peringkat pertama provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak di Indonesia dengan total 5.159 usaha pada tahun 2020. Raihan ini jauh lebih tinggi dibandingkan provinsi lainnya hingga hampir 4 kali lipat dibandingkan Jawa Barat yang berada di posisi ke-2 dengan total 1.414 usaha pada tahun 2020. Sementara itu, Jawa Timur menempati posisi ke-3 dengan total 821 usaha kuliner. Diikuti Banten di posisi ke-4 dengan 539 usaha dan Riau di posisi

ke-5 dengan 475 usaha kuliner yang berada di daerahnya. Jawa Tengah, Sumatra Selatan, Lampung, Sulawesi Selatan, dan DI Yogyakarta melengkapi daftar 10 besar provinsi dengan usaha kuliner terbanyak pada tahun 2020.

Tabel 1.1 Data pesaing Weekend.ers Pajajaran bogor

No	Nama Restoran	Radius
1	Two Stories	500 m
2	Adamar Kitchen and Lounge	2 km
3	The Glass House Resto	60 m
4	Raindear Kitchen	2 km

Sumber: Data sekunder, www.google.com, 2023

Munculnya pesaing baru menuntut pihak pemilik restoran Weekend.ers harus tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola restoran Weekend.ers harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis dan melakukan terobosan-terobosan baru agar usahanya dapat bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan ketat.

Restoran Weekend.ers memiliki caranya sendiri untuk menarik konsumen dengan cara memberikan *ambiance* yang berbeda dengan interior yang *instagramable* dan mereka pun diberi fasilitas seperti *private room* yang cocok untuk kebutuhan seperti rapat kantor dan acara ulang tahun.

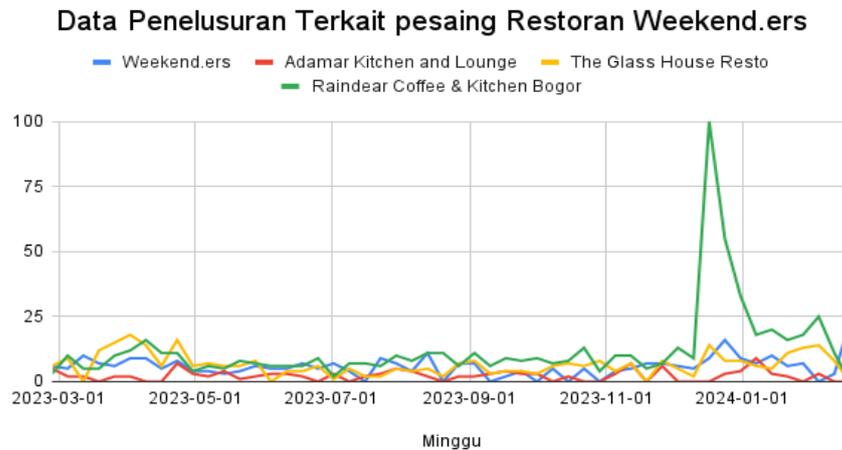
Fenomena yang terjadi ditandai dengan adanya suatu strategi persaingan yang semakin terbuka dengan jenis usaha yang sama. Pilihan terhadap suatu jasa telah menyebabkan perusahaan untuk semakin mengembangkan kemampuan daya saingnya khusus nya menyangkut kualitas pelayanan, faktor terpentingnya adalah memenuhi atau melebihi harapan-harapan para konsumen. untuk itu perusahaan harus lebih upaya meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga menciptakan kepuasan yang diharapkan oleh konsumennya. (Malayu, 2016)

Tabel 1.2
Data Perbandingan Harga Weekend.ers dan pesaing Tahun 2023

No	Nama Usaha	Nasi Goreng	Spageti	Juice
1	Weekend.ers	59.000	50.000	39.000
2	Two Stories	41.000	59.000	30.000
3	Adamar Asian Bistro	69.000	59.000	35.000
4	The Glass House Resto	48.000	60.000	30.000
5	Raindear Kitchen	49.000	60.000	35.000

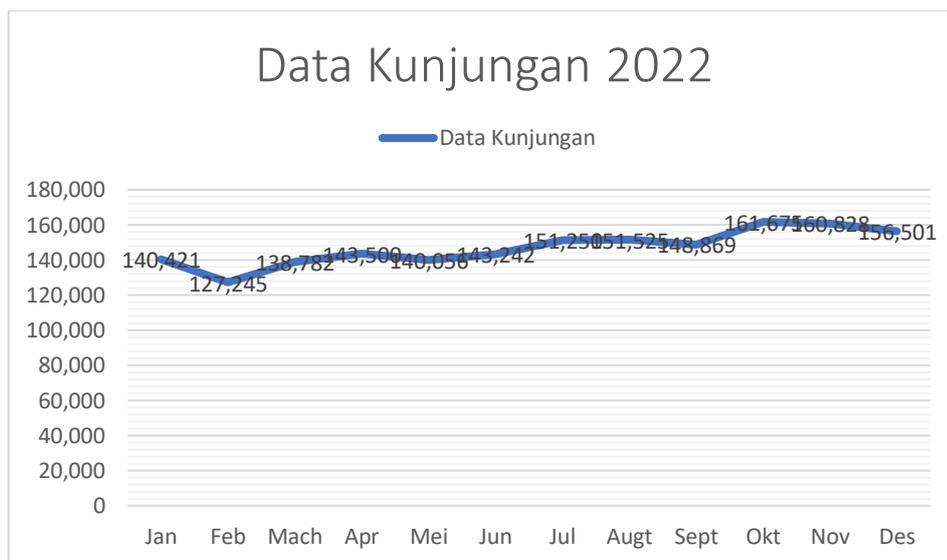
Sumber: Data Sekunder , www.google.com, 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa perbandingan harga makanan dan minuman pada restoran Weekend.ers dengan para pesaing. Data tersebut menunjukkan bahwa harga pada makanan dan minuman weekend.ers dengan para pesaing sangat bervariasi tergantung dari varian produknya. Seperti harga spageti Weekend.ers sebesar 50.000 sedangkan restoran pesaing memiliki harga lebih terjangkau dari pada restoran Two Stories dan Adamar Asian Bistro. .



Gambar 1.2 Data Penelusuran Terkait Pesaing Restoran Weekend.ers
Sumber: Data Sekunder, www.GoogleTrends.com

Dari gambar 1.2 menunjukkan bahwa penelusuran pengguna internet by aplikasi google trends restoran Weekend.ers belum menjadi restoran teratas dengan para restoran pesaing terdekatnya. Hal ini menunjukkan grafik restoran teratas pada data tersebut pada tahun 2024 awal di tempat raindear coffee and kitchen bogor



Gambar 1. 3 Data Kunjungan Restoran Weekend.ers 2022
Sumber: Data sekunder Weekend.ers, 2022

Berdasarkan Gambar 1.3 diatas dapat disimpulkan perbedaan jumlah pengunjung tiap bulannya, ada jumlah yang meningkat an ada jumlah yang menurun. Pada bulan Oktober terlihat pengunjung tertinggi sebesar 161.675 dan pengunjung terendah ada pada bulan Februari sebesar 127.245. Dilihat dari tabel tersebut pada bulan maret hingga Desember mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

Kenaikan dan penurunan pengunjung di restoran Weekend.ers Pajajaran di

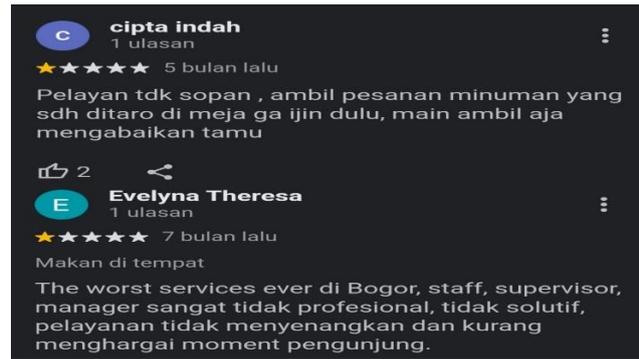
kota Bogor ini diduga karena kualitas pelayanan yang diberikan restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor kepada konsumen kurang baik, sehingga pengunjung tidak puas dengan hal tersebut. di bawah ini, terdapat data keluhan konsumen mengenai kualitas pelayanan restoran Weekend.ers Pajajaran Bogor. Berikut keluhan pelanggan yang penulis dapatkan

Tabel 1.3
Rekap Data Keluhan Weekend.ers Tahun 2023

Indikator	Keluhan	Jumlah Keluhan
<i>Reliability</i>	Pesanan terlalu lama	4
<i>Responsiveness</i>	Informasi yang diberikan kurang jelas	5
<i>Assurance</i>	Restoran tidak membuat anda nyaman	6
<i>Emphaty</i>	Pelayanan kurang baik kepada pengunjung	10
<i>Tangibles</i>	Kebersihan toilet resto weekend.ers	5
Total		30

Sumber: Data sekunder, www.google.com, 2023

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat beberapa keluhan yang diberikan konsumen kepada restoran. Keluhan yang paling banyak diberikan konsumen adalah dari pelayanan yang kurang baik yang diberikan pihak restoran kepada konsumen berjumlah 10. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan kunjungan konsumen pada tahun 2023. Perusahaan dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen harus tanggap dalam berbagai keluhan yang dirasakan oleh konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen (Hidayah, 2019). Saat ini banyak pebisnis yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Kepuasan berasal dari bahasa “satis” yang berarti cukup dan sesuatu yang memuaskan akan secara pasti memenuhi harapan, kebutuhan, atau keinginan, dan tidak menimbulkan keluhan (Priansa, 2017).



Gambar 1.4 *Review* Google weekend.ers

Sumber: Data sekunder, www.google.com, 2023

Beberapa keluhan yang diberikan konsumen kepada restoran. Keluhan yang diberikan konsumen adalah dari pelayanan yang tidak ramah yang diberikan pihak restoran kepada konsumen, Hal ini diduga menyebabkan terjadinya penurunan kunjungan konsumen.

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Konsep kualitas pelayanan terdiri dari lima indikator yaitu: Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati. (Tjiptono, 2019)

Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi. (Daryanto, 2019). Indikator untuk mengukur kepuasan konsumen ada tiga yaitu : Kesesuaian harapan , Minat berkunjung kembali, Kesiediaan merekomendasi (Indrasari, 2019)

Bisnis kuliner tidak dapat berdiri tanpa memperhatikan pelayanan yang mereka berikan. Pelayanan merupakan ujung tombak dari bisnis kuliner selain cita rasa makanan yang ditawarkan, sehingga kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai salah satu syarat kesuksesan dalam bisnis kuliner. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh untuk menambah konsumen baru atau berpotensi menghilangkan pelanggan lama. Banyaknya pelaku bisnis kuliner di kawasan Jalan Pajajaran dan fakta bahwa Weekend.ers Pajajaran Bogor merupakan restoran yang berdiri pada tahun 2020, membuat kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang mendapat perhatian khusus dari konsumen. Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran Di Kota Bogor”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Teridentifikasi banyaknya bisnis restoran di Kota Bogor memicu meningkatnya persaingan bisnis restoran
2. Terjadi penurunan kunjungan oleh pelayanan yang kurang ramah pada restoran weekend.ers Pajajaran di kota Bogor
3. Kualitas pelayanan yang masih kurang, yaitu adanya penilaian buruk dari konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan

1.2.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Weekend.ers Pajajaran di Kota Bogor?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

1. Menerapkan dasar-dasar pengetahuan dan wawasan selama mengikuti perkuliahan untuk melatih diri serta dapat menerapkannya saat berada di lapangan
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk menganalisis keterkaitan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan pada Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor
2. Untuk menganalisis kepuasan konsumen pada Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan diharapkan dapat memberikan masukan atau ide pemikiran dan pertimbangan pada perusahaan serta saran-saran yang bermanfaat bagi kepuasan konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Sebagai bahan informasi yang bermanfaat dalam penelitian. Selanjutnya juga sebagai bahan referensi serta sebagai tambahan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi manajemen pada umumnya dan secara khusus mengenai manajemen pemasaran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran, Manajemen Pemasaran, dan Konsep Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aktifitas yang dapat menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan Adapun pengertian pemasaran dapat di definisikan menurut beberapa para ahli sebagai berikut :

Menurut Laksana (2019) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016), *Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably*

Menurut Tjiptono dan Diana (2019), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Menurut Limakrisna dan Purba (2017), pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Menurut Sunyoto (2019), pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

Berdasarkan definisi diatas maka penulis berpendapat bahwa pemasaran adalah memiliki pandangan yang sangat luas bukan hanya sekedar kegiatan penjualan, pemasaran dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat membangun yang sangat baik antara produsen dengan konsumen.

2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang direncanakan jangka panjang oleh perusahaan untuk menargetkan konsumennya. Perencanaannya membutuhkan strategi dan keahlian untuk menjalankan rencana tersebut. Peran manajemen pemasaran adalah untuk menyiapkan produk yang lebih inovatif, dengan memilih pangsa pasar yang sudah direncanakan perusahaan dan mempromosikan kepada konsumen yang potensial.

Menurut Kotler dan Keller (2017), manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

Menurut Tjiptono (2016), manajemen pemasaran secara keseluruhan yaitu cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran.

Menurut Assauri (2018), manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Berdasarkan definisi di atas maka penulis berpendapat bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu yang dapat memberikan kemudahan baik produsen maupun konsumen dalam mendapatkan, memperoleh, dan mengkomunikasikan suatu kebutuhan dan keinginan dalam melakukan pertukaran atau dalam mencapai suatu tujuan.

2.1.3 Konsep Pemasaran

Menurut Assauri (2017) bahwa konsep dari pemasaran yaitu suatu falsafah manajemen dalam bidang marketing yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan dari konsumen serta didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk dapat memberikan kepuasan sebagai kunci keberhasilan dari organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut William J. (2017) menyatakan bahwa konsep pemasaran adalah mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial

Kotler & Armstrong dalam Priansa (2017) menyatakan bahwa terdapat lima konsep pemasaran yang sering dijadikan rujukan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya, yaitu;

1. Produksi konsep produksi adalah konsep bisnis tertua dimana konsumen akan lebih menyukai produk yang tersedia serta luas dengan harga yang terjangkau.
2. Produk konsumen akan menyukai produk yang menawarkan fitur mutu yang terbaik. konsep ini menunjukkan bahwa konsumen sangat berpengaruh dalam

penciptaan produk.

3. Penjualan para konsumen dan perusahaan bisnis jika tidak teratur melakukan penjualan maka, konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli.
4. Pemasaran konsep ini menegaskan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi adalah perusahaan harus lebih efektif dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai konsumen kepada pasar yang dipilih.
5. Pemasaran berorientasi masyarakat konsep ini masyarakat menegaskan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien.

Beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud konsep pemasaran ialah serangkaian rencana yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendistribusikan barang-barang atau kebutuhan dan keinginan para konsumen yang didukung oleh kegiatan pemasaran yang terpadu untuk mendapatkan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi

2.1.4 Fungsi Pemasaran

Adapun fungsi pemasaran yang dikemukakan oleh Sudaryono (2016) sebagai berikut:

1. Fungsi pertukaran dengan fungsi pertukaran, pembeli dapat membeli produk yang mereka inginkan dari produsen, dengan menukarkan uang dengan suatu produk maupun menukar produk dengan produk (barter) dan pembeli bisa memakai produk sendiri atau untuk dijual kembali. pertukaran merupakan salah satu cara mendapatkan suatu produk.
2. Fungsi distribusi fisik distribusi fisik suatu produk dapat dilakukan dengan cara menyimpan produk, mengangkut produk dari produsen ke konsumen yang membutuhkan dengan cara mengangkut melalui darat, air maupun udara. Tujuan penyimpanan produk adalah agar produk tersebut terjaga kualitasnya dan menjaga pasokan agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.
3. Fungsi perantara untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan risiko, pembiayaan, pencarain informasi serta standarisasi dan klasifikasi produk.

Menurut Kasmir (2017) menyatakan bahwa fungsi pemasaran meliputi:

1. Pemasaran sebagai fungsi yang sama yaitu pemasaran sama besarnya dengan fungsi keuangan, produksi, kepegawaian dan sumber daya manusia yang dengan kata lain masing-masing fungsi memiliki kesamaan satu dengan yang

lainnya

2. Pemasaran sebagai fungsi yang lebih penting yaitu bahwa fungsi pemasaran memiliki peran yang paling besar dari fungsi keuangan, produksi, kepegawaian, dan sumber daya manusia
3. Pemasaran sebagai fungsi utama yaitu pemasaran dipusatkan sebagai sentra dari kegiatan fungsi lainnya atau dengan kata lain fungsi pemasaran sebagai inti dari kegiatan perusahaan
4. Pelanggan sebagai pengendalian yaitu masing-masing fungsi memiliki peran yang sama namun dikendalikan oleh pelanggan
5. Pelanggan sebagai fungsi pengendalian dan pemasaran sebagai fungsi *integrative* yaitu pemasaran sebagai pusat *integrative* fungsi keuangan produk dan sumber daya manusia sedangkan pelanggan karena pelanggan sangat berkaitan dengan keuangan, sumber daya manusia, dan produksi dalam pengendalian pemasaran

Adapun fungsi pemasaran yang dikemukakan oleh Panjaitan (2018) sebagai berikut:

1. Perencanaan Pemasaran Perencanaan segala sesuatu sebelum melakukan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi, kebijaksanaan, dan taktik yang akan dijalankan.
2. Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari secara efektif dalam pelaksanaan rencana pemasaran. Kegiatan ini dibutuhkan tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.
3. Pengendalian/evaluasi kegiatan pemasaran usaha memberikan petunjuk pada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana.

Definisi fungsi pemasaran dari beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa fungsi pemasaran sama besar pengaruhnya dengan fungsi keuangan, produksi, sumber daya manusia dan operasional.

2.2 Pengertian Jasa

2.2.1 Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa merupakan sifat dari jasa yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain yang berfungsi untuk membedakan produk barang. Menurut Kotler dan Keller (2016) jasa memiliki empat karakteristik utama, yaitu:

1. *Intangibility* (Tidak Berwujud) 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.

Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non-ownership*). Esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh pihak tertentu kepada pihak lainnya.

2. *Variability* (Bervariasi) Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut diproduksi. Hal semacam ini terjadi karena jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksinya dan konsumsinya. Berbeda dengan mesin, orang biasanya tidak dapat diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan perilakunya. Terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas layanan, yaitu : (a) kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian layanan; (b) moral/ motivasi karyawan dalam melayani pelanggan; serta (c) beban kerja perusahaan.
3. *Inseparability* (Tidak Terpisahkan) Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan layanan umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran layanan bersangkutan. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari layanan bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan ini, efektivitas staff layanan merupakan unsur kritis. Implikasinya, sukses tidaknya layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya secara efektif.
4. *Perishability* (Tidak Tahan Lama) *Perishability* berarti bahwa layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Permintaan layanan juga bersifat fluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa/layanan seringkali mengalami masalah sulit. Oleh karena itu perusahaan jasa/layanan merancang strategi agar lebih baik dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran.

2.2.2 Klasifikasi Jasa

Industri jasa sangat beragam, sehingga tidak mudah untuk menyamakan cara pemasarannya. Klasifikasi jasa dapat membantu memahami batasan-batasan dari industri jasa dan memanfaatkan pengalaman industri jasa lainnya yang mempunyai masalah dan karakteristik yang sama untuk diterapkan pada suatu bisnis jasa

Menurut Chandra (2016), jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1. Jenis jasa (*type of service*)
2. Jasa profesional (*professional service*)
3. Jenis pelanggan (*type of customer*)

4. Individu (*individuals*)
5. Jasa lainnya

Secara garis besar jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan kriterianya, menurut Kotler dan Keller (2016) klasifikasi jasa terbagi menjadi lima kategori, yaitu:

1. *A pure tangible good* (barang fisik murni) Penawaran berupa barang fisik tanpa ada jasa atau layanan menyertai produk, seperti: sabun, pasta gigi atau garam.
2. *A tangible goodwith accompanying services* (barang fisik dengan jasa pendukung) Penawaran fisik yang disertai jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumennya. Umumnya semakin canggih sebuah produk, semakin besar juga jasa pendukung yang berkualitas tinggi yang lebih luas, seperti dalam industri mobil, komputer.
3. *A hybrid offering* (produk campuran) Penawaran pada kategori ini terdiri atas komponen barang dan layanan yang memiliki porsi yang seimbang. Misalnya orang sering mengunjungi restoran baik karena makanan atau penyajiannya.
4. *A major servicewith accompanying minor goods and services* (jasa utama yang didukung dengan barang minor) Penawaran pada kategori ini terdiri atas jasa pokok tertentu bersama-sama dengan barang pendukung. Misalnya meskipun perjalanan mencakup beberapa barang berwujud seperti makanan ringan dan minuman, yang dibeli penumpang adalah transportasi pesawat terbang yang memiliki item utamanya adalah jasa.
5. *A pure service* (jasa murni) Hampir seluruhnya jasa murni. Misalnya seperti pengasuh bayi dan jasa konsultan dan lain-lain. Jasa ini banyak macamnya mulai dari jasa tempat parkir sampai kepada armada angkutan udara, dari tukang becak sampai angkutan kota antar provinsi

Sedangkan menurut Tjiptono (2015), klasifikasi jasa dapat dikelompokkan berdasarkan pembagian, diantaranya ialah:

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa.
2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan.
3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar standar konstan dalam penyampaian jasa.
4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa.
5. Berdasarkan metode penyampaian jasa.

Berdasarkan penafsiran dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa jasa adalah pelayanan yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain nya. pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas

Perusahaan yang maju adalah perusahaan yang senantiasa memberikan kualitas atas barang atau jasa yang dijualnya. Kualitas menjadi satu modal utama perusahaan dalam memasarkan produknya kepada publik. Kualitas yang baik akan memberikan kesan kepada publik untuk menumbuhkan kepuasan terhadap pelanggan. Atmajaya (2018) menyatakan bahwa. “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan”

Menurut Kasmir (2017) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Menurut Atmaja (2018) “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan”.

Menurut Riyanto (2018) “kualitas diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu atau sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Berdasarkan definisi kualitas menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah fundasi utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen

2.3.2 Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah memberikan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Berikut ini adalah beberapa pendapat dari para ahli tentang pelayanan yaitu :

Menurut Laksana (2017) yang dimaksud dengan pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler (2017) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun

Menurut Riyanto (2018) bahwa “pelayanan merupakan salah satu bentuk kegiatan/aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan”

2.3.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk

penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia.

Menurut Arianto (2018) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Berdasarkan beberapa definisi tentang Kualitas pelayanan menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen.

2.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2019) mengemukakan lima indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangible*) yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagaimateri komunikasi yang baik.
2. Keandalan (*Relibility*) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai denganyang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan 54 konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepa konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik

5. Empati (*Empathy*) yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2018), mengemukakan terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain :

1. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat serta konsisten.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan 14 mengatasi keluhan pelanggan.
3. Jaminan (*Assurance*) yaitu mengukur kemampuan dan kesopnana karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
4. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
5. Berwujud (*tangibles*) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

Menurut Tjiptono (2018) Kualitas Pelayanan yaitu:

1. Keandalan (*reability*) Keandalan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Ketanggapan atau kepedulian (*responsiveness*) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan dan harapan pelanggan.
3. Jaminan (*assurance*) adalah kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dan bahaya, risiko, atau keraguan dan kepastian mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf.
4. Perhatian (*emphaty*) Perhatian adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.

2.4 Kepuasan Konsumen

2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Oliver (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipat gandakan oleh perasaan perasaan yang terbentuk

mengenai pengalaman pengkonsumsian.

Menurut Daryanto (2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi.

Sedangkan Menurut Kotler (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapanharapan nya.

Menurut Gaspers (2019) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoa melakukan transaksi dengan produsen produk.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman.

2.4.2 Manfaat Kepuasan Konsumen

Adanya kepuasan konsumen bisa memberikan beberapa manfaat diantara lain Muhammad in'amul chulaifi (2018):

1. Kaitan perusahaan dengan pelanggan menjadi baik
2. Menyampaikan aturan yang benar bagi pembelian kembali
3. Memajukan terciptanya kesetiaan konsumen
4. Membangun rekomendasi antar konsumen yang bermanfaat bagi nama baik perusahaan dimata konsumen

2.4.3 Faktor-Faktor Tingkat Kepuasan Konsumen

Menurut Meithiana Indrasari (2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas

dengan produk tersebut.

2.4.4 Jenis-Jenis Konsumen

Menurut Utami (2017) ada dua jenis definisi pelanggan diantaranya:

1. Organisasi ataupun perorangan berbelanja suatu barang atau menyewa tempat bidang usaha.
2. Model tipe konsumen tertentu. Ini biasanya berbisnis ditempat tersebut bukan untuk dikonsumsi. Namun pengguna akhir yang membeli berdasarkan permintaan

2.4.5 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Meithiana Indrasari (2019) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiapan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Menurut Hawkins dan Lonney (2018) Indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan, yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kesiapan merekomendasikan yaitu kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2018) dimensi kepuasan konsumen terdiri dari:

1. Tetap setia, Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk akan cenderung menjadi setia dan pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang dari produsen yang sama.
2. Membeli produk baru perusahaan dan memperbaiki produk, karena merasa puas pelanggan memiliki keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang diterima setelah mengonsumsi produk. Selain itu pelanggan bersedia memberikan saran dan asukan ke produsen agar perusahaan dapat memproduksi barang dan jasa yang

lebih baik.

3. Merekomendasikan produk, pelanggan yang puas akan mendapatkan dorongan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.
4. Kurang memperhatikan merek pesaing dan kurang sensitive terhadap harga, pelanggan bersedia membayar lebih kepada perusahaan karena sudah percaya akan perusahaan. Mereka memiliki perspektif apabila harga lebih tinggi maka kualitas juga lebih tinggi.

2.5 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.5.1 Penelitian Sebelumnya

Pada penulisan penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada restoran ini, penulis mengambil beberapa contoh penelitian sebelumnya untuk menjadikan dasar dalam penelitian ini yang disajikan dalam bentuk tabel agar mudah di pahami oleh pembaca. Berikut sajian data penelitian sebelumnya:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
1.	Risma Risma, Syaiful Muhyidin dan Ira Eka Pratiwi (2020) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Resto & Café Rumah Laut Jayapura	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan konsumen -Tingkat kinerja -Tingkat harapan	Statistik kuantitatif dengan regresi linear berganda	Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka secara garis besar dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Resto & Cafe Rumah Laut Jayapura adalah masing-masing untuk variabel bukti fisik dan jaminan berpengaruh secara signifikan, sedangkan untuk variabel kehandalan, tanggapan dan empati masing

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
2.	Vifi Dolvina Huninhatu, Josef Papilaya, Fransisca Riconita Sinay 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wailela Cafe And Resto di Desa Rumah Tiga	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan konsumen -Tingkat kinerja -Tingkat harapan	Pendekatan ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah upaya seorang peneliti menemukan pengetahuan dengan memberi data berupa angka. Sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang ditemui sedang makan di Wailela Café Resto selama 1 minggu jadi sampel yang digunakan adalah 75 orang.	Berdasarkan analisis data tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Wailela Café And Resto menggunakan uji regresi sederhana sehingga dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai Standardized Coefficients sebesar 0,810, tanda korelasinya adalah + (positif) artinya jika nilai kualitas pelayanan baik maka konsumen juga akan merasa puas dan begitupun sebaliknya.

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
3.	Ramadhani, Reza, Christie Stephanie Piar 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di D’Puncak Cafe And Resto Samarinda Tahun 2021	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i> Kepuasan konsumen -Tingkat kinerja -Tingkat harapan	Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berupa angka mulai dari pengumpulan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe D’puncak Samarinda.	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa dapat dilihat dari Nilai Sig (0,004) < a(0.05) dan nilai t-hitung =2,169 t-tabel 1,661, maka secara parsial ada pengaruh signifikan antar kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dan hasil pengujian serta analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
4.	Rachmad Yanuar Fatwa , Sri Wahyuni, Sutrisno Djaja 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Biru Daun Di Kabupaten Situbondo)	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan <i>-Tangibles</i> <i>-Reliability</i> <i>-Responsiveness</i> <i>-Assurance</i> <i>-Empathy</i> Kepuasan konsumen <i>-Tingkat kinerja</i> <i>-Tingkat harapan</i>	Metode penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif menggunakan analisis regresi linear sederhana. Adapun metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive area.	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Waroeng Biru Daun dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Waroeng Biru Daun berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya hasil analisis data bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 67,5%.

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
5.	Uuh Sukaesih, Miswan, Rosy Anjani, Dedy Wahyudi 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen rumah makan Kakung Sableng Jakarta	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan <i>-Tangibles</i> <i>-Reliability</i> <i>-Responsiveness</i> <i>-Assurance</i> <i>-Empathy</i> Kepuasan konsumen <i>-Tingkat kinerja</i> <i>-Tingkat harapan</i>	Pemilihan sampel dilakukan secara purposive. Teknik Pengumpulan data dengan kuesioner yang terlebih dahulu dilakukan uji Validitas dan Uji Reliabilitas.	Pendapat konsumen mengenai kualitas pelayanan (lima dimensi) Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta yaitu tidak ada yang berpendapat tidak baik dan sangat tidak baik, yang berpendapat cukup baik = 1,8 persen, yang berpendapat baik dan sangat baik = 98,2 persen.

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
6.	Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, Nunug Kurniasih 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan restoran Saung Manglid	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan pelanggan	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i> Kepuasan konsumen -Dimensi Kepuasan pelanggan -Niat beli ulang	Metode yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 2,658 orang berdasarkan jumlah konsumen yang berkunjung ke Restoran Saung Manglid pada tahun 2019 dengan sampel 96 orang responden	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid. Hasil dari uji signifikan dengan menggunakan analisis korelasi pada nilai propabilitas $0,05 \geq 0,000$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Jadi terbukti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan dengan kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid.

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
7.	Agung Indriansyah, Sherly Malini 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Seoul Korean Restaurant di Palembang	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan pelanggan -Dimensi Kepuasan pelanggan -Niat beli ulang	Teknik Pengumpulan data dengan kuesioner yang terlebih dahulu dilakukan uji Validitas, uji reliabilitas dan uji analisis regresi linear sederhana	Hasil penelitian melalui statistik Uji t (student t-test) dibuktikan bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (X) pada Seoul Korean Restaurant Palembang dengan taraf kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
8.	Shinta Damayanti, Arif Yusuf Hamali 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada restoran Bandoengsche Melk Centrale kota Bandung	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan pelanggan	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan konsumen -Dimensi Kepuasan pelanggan -Niat beli ulang	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode asosiatif. Penelitian ini bersifat cross-sectional, artinya penelitian hanya dilakukan pada satu periode waktu tertentu saja.	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Bandoengsche Melk Centrale Kota Bandung secara signifikan dengan nilai koefisien korelasi $r = 0,702$. Hasil ini dengan nilai $r = 0,702$ maka berdasarkan interpretasi korelasi Pearson Product Moment termasuk ke dalam kriteria hubungan yang kuat.

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
9.	Ida Romayana Tumanggor, Elisa Theresya Ginting, R.B Napitupulu, Sabar L. T Simatupang 2023, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada restoran Zac Urban di kota Medan	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i> Kepuasan konsumen -Dimensi Kepuasan pelanggan -Niat beli ulang	Penelitian dilakukan pada Restoran Zac Urban Kota Medan tepatnya di Jl. Haji Adam Malik No.56 Silalas Kecamatan Medan Baru,dilakukan dimulai dari bulan Mei-Agustus 2021. sampel sebanyak 100 orang, dengan menggunakan metode kuantitatif, dengan menyebarkan kuesioner	Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial, berikut 73,8% variabel kualitas pelayanan memberikan nilai prediksi varian variasi terhadap variabel terikat

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
10.	Christ Jonathan, Ferdinan Nolanda, Kelvin Gunawan, Triandi Pradana 2023, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di rumah makan Srikaya Cibinong	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i> Kepuasan konsumen -Tingkat kinerja -Tingkat harapan	Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. metode kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada prinsip positivisme, digunakan dalam meneliti populasi dan sampel, pengumpulan data memakai cara penelitian, analisis data dalam bentuk kuantitatif, serta mempunyai tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirangkai	Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa 1) Responsiveness berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2) Reliability berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3) Empathy berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 4) Assurance tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 5) Tangible tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sumber : Data Sekunder dari berbagai sumber internet dan perpustakaan, 2023

2.5.2 Perbedaan & Persamaan

No	Nama Penelitian dan Judul penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Risma Risma, Syaiful Muhyidin dan Ira Eka Pratiwi (2020) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Resto & Café Rumah Laut Jayapura	Indikator kepuasan konsumen pada penulis dengan penelitian sebelumnya berbeda yaitu penelitian sebelumnya menggunakan konfirmasi ekspektasi, niat beli ulang, kesediaan merekomendasi dan ketidakpuasan pelanggan	Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Analisis Depkriptif, Analisis Regresi Linear Sederhana,
2	Vifi Dolvina Huninhatu, Josef Papilaya, Fransisca Riconita Sinay (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wailela Cafe And Resto di Desa Rumah Tiga	Responden penulis dan penelitian sebelumnya berbeda , penulis menggunakan 100 responden sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan 75 responden	Variabel penulis dan peneliti sebelumnya menggunakan variable yang sama
3	Ramadhani, Reza, Christie Stephanie Piar 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di D’Puncak Cafe And Resto Samarinda Tahun (2021)	Responden penulis dan penelitian sebelumnya berbeda , penulis menggunakan 100 responden sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan 97 responden	Teknik analisis penulis dan peneliti sebelumnya menggunakan analisis regresi sederhana
4	Rachmad Yanuar Fatwa , Sri Wahyuni, Sutrisno Djaja 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Biru Daun Di Kabupaten Situbondo)	Objek pada peneliti sebelumnya ada di kota situbondo sedangkan penulis ada dikota bogor	Variabel penulis dan peneliti sebelumnya menggunakan variable yang sama

5	Uuh Sukaesih, Miswan, Rosy Anjani, Dedy Wahyudi 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen rumah makan Kakung Sableng Jakarta	Responden penulis dan penelitian sebelumnya berbeda , penulis menggunakan 100 responden sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan 96 responden	Teknik pengukuran penulis dan peneliti sebelumnya menggunakan kuisioner
6	Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, Nunug Kurniasih 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan restoran Saung Manglid	Responden penulis dan penelitian sebelumnya berbeda , penulis menggunakan 100 responden sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan 96 responden dan variable Y nya menggunakan kepuasan pelanggan	Mempunyai kesamaan pada variable X dan menggunakan rumus yang sama yaitu rumus slovin
7	Agung Indriansyah, Sherly Malini 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Seoul Korean Restaurant di Palembang	Responden penulis dan penelitian sebelumnya berbeda , penulis menggunakan 100 responden sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan 60 responden dan variable Y nya menggunakan kepuasan pelanggan	Mempunyai kesamaan pada variable X dan menggunakan metode uji yang sama
8	Shinta Damayanti, Arif Yusuf Hamali 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada restoran Bandoengsche Melk Centrale kota Bandung	variable Y nya menggunakan kepuasan pelanggan dan peneliti sebelumnya menggunakan korelasi rank spearman	Responden penulis dan penelitian sebelumnya sama , penulis menggunakan 100 responden
9	Ida Romayana Tumanggor, Elisa Theresya Ginting, R.B Napitupulu, Sabar L. T Simatupang 2023, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada restoran Zac Urban di kota Medan	Peneliti sebelumnya dan penulis mempunyai perbedaan pada variable Y	Responden penulis dan penelitian sebelumnya sama , penulis menggunakan 100 responden

10	Christ Jonathan, Ferdinan Nolanda, Kelvin Gunawan, Triandi Pradana 2023, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di rumah makan Srikaya Cibinong	Peneliti sebelumnya menggunakan uji analisis regresi linear berganda	Responden penulis dan penelitian sebelumnya sama , penulis menggunakan 100 responden
----	---	--	--

2.5.3 Kerangka Pemikiran

Mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, upaya meningkatkan penjualan harus terus dilakukan agar perusahaan tetap mendapatkan laba/keuntungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menempatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk menghadapi persaingan sesama perusahaan yang sejenis, perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantages*). Semakin ketat persaingan, perusahaan harus mampu mengatasi atau mengantisipasi datangnya ancaman pesaing, menutupi kesalahan, dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

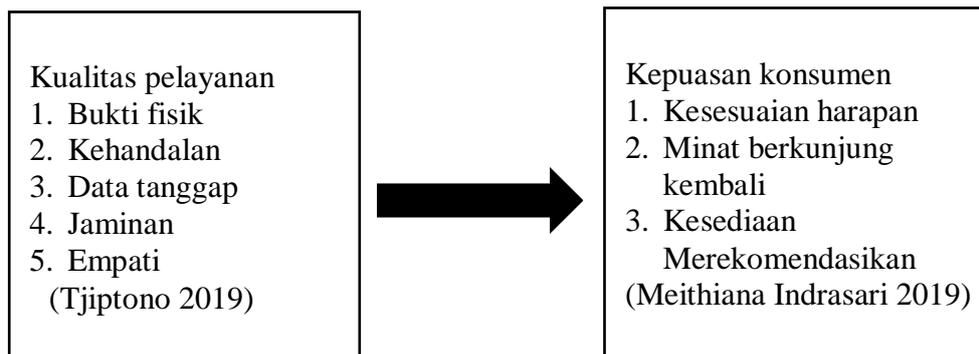
Tujuan utama pemasaran adalah untuk menciptakan para konsumen merasa puas karena kepuasan konsumen merupakan investasi jangka Panjang yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari probabilitas jangka Panjang. Konsumen yang puas dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan, agar menciptakan kepuasan konsumen maka Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor harus mengenali dan memahami kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hak yang sangat penting untuk mempertahankan suatu bisnis untuk tetap berkembang bahkan maju. Seperti yang telah dikemukakan oleh Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan .kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia

Menurut Meithiana indrasari (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipat gandakan oleh perasaan perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Menurut Meithiana indrasari (2019) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Susiladewi (2020) memiliki

variabel yang sama yaitu variabel independent (Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (Kepuasan Konsumen) dengan indikator yang sama, yaitu *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, and *Assurance* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Weekend.ers Pajajaran Di kota Bogor.

Maka dari itu saya sebagai peneliti membuat konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Konstelasi Penelitian

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang ada, maka penulis dapat mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Weekend.ers Pajajaran di Kota Bogor

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan metode penelitian *explanatory survey*, karena metode yang digunakan bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Teknik penelitian yang digunakan juga untuk menganalisis data nominal dan interval dari populasi yang berbeda.

3.2 Objek, Unit analisis, dan Lokasi penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel yang menjadi perhatian pokok dalam penelitian. Variabel independent Kualitas Pelayanan (X) dengan indikator Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*). Serta Variabel dependent Kepuasan konsumen (Y) dengan indikator Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Kesiediaan Merekomendasi.

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu individu yaitu penelitian mengenai individu/orang. Sumber data yang didapat atau berasal dari (respon) setiap orang /individu dalam suatu kelompok/organisasi yang terdapat pada lokasi penelitian di Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor.

Lokasi penelitian di restoran Weekend.ers yang berada di Jl. Pajajaran Indah I No.1, Baranangsiang, Kec. Bogor Timur. Kota Bogor, Jawa Barat 16143

3.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer yang diperoleh dari data-data yang tersedia pada Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain

3.4 Operasionalisasi Variabel

1. Variable Independen (X)

Variabel bebas sering disebut sebagai stimulus, prediktor, antecedent. Variabel bebas merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Variabel dependen). Menurut Sugiyono (2019) “variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)” yang ditetapkan sebagai variabel independent dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat sering disebut sebagai output, kriteria dan konsekuen. Menurut Sugiyono (2019) “variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Yang ditetapkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Kualitas Pelayanan Tjiptono (2019)	1. (<i>Tangibles</i>) Bukti Fisik	1. Perusahaan terdapat area parkir yang luas 2. Karyawan berpenampilan rapi dalam bekerja 3. Lokasi restoran mudah ditemukan	Interval
	2. (<i>Realibility</i>) Kehandalan	1. Karyawan restoran cekatan menangani kebutuhan konsumen 2. Perusahaan memiliki fasilitas yang lengkap 3. Karyawan Restoran Weekend.ers Pajajaran bogor memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen	Interval
	3. (<i>Responsiveness</i>) Daya tanggap	1. Karyawan bersedia menerima keluhan konsumen 2. Karyawan tidak terlalu lama memproses pesanan konsumen 3. Informasi yang jelas dan mudah di mengerti	Interval
	4. (<i>Assurance</i>) Jaminan	1. Memberikan Kepercayaan pada pelanggan 2. Restoran Weekend.ers Menyajikan makanan dengan bahan-bahan berkualitas dan terjaga kebersihannya	Interval

		3. Karyawan restoran selalu memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar	
	5. (Empathy) Empati	1. Karyawan restoran mampu berkomunikasi dengan baik 2. Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani 3. Kesediaan karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan	Interval
Kepuasan Konsumen Indrasari (2019)	1. Kesesuaian harapan	1. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen 2. Fasilitas yang diberikan restoran sesuai dengan yang diharapkan	Interval
	2. Minat berkunjung kembali	1. Mengunjungi Resto Weekend.ers setiap 1 bulan sekali 2. Mengunjungi Resto Weekend.ers lebih dari 1x dalam 1 bulan 3. Mengunjungi resto weekders hanya jika ada ajakan dari teman	Interval
	3. Kesiediaan merekomendasikan	1. Merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk membuat acara di resto Weekend.ers 2. Merekomendasikan resto weekend.ers untuk berakhir pekan kepada teman/keluarga	Interval

3.5 Metode Penarikan Sample

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penarikan sampel dengan teknik

non probabilitas dengan metode accidental sampling metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus slovin sebagai berikut :

Keterangan:

n = Jumlah Sampel Penelitian

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan yang masih dapat ditolelir dalam penentuan sampel atau yang diinginkan (10%).

Jumlah populasi di ambil dari jumlah pengunjung pada restoran Weekend.ers pada tahun 2022 sebanyak 146.907 orang dengan tingkat kesalahan 10% maka didapatkan jumlah sampelnya sebanyak 99,93 dibulatkan menjadi 100 orang sebagai sample penelitian ini.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad \longrightarrow \quad \frac{146.907}{1 + 146.907(0,1)^2} = 99,93$$

3.6 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling di atas, maka data terpilih dikumpulkan melalui metode primer dan sekunder, metode pengumpulan data untuk primer data langsung pada sumber data dengan cara pengamatan dan pengukuran dengan membagikan kuisisioner kepada para responden. Metode pengumpulan data sekunder yaitu diperoleh dari internet.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan prosedur sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Penelitian ini memiliki literatur permasalahan dalam perusahaan untuk mendapatkan landasan teori yang dapat digunakan sebagai pemecahan permasalahan.

2. Kuisisioner

Kuisisioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi langsung mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor.

3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data

Sebelum menyebar kuisisioner terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas untuk menilai apakah butir pertanyaan terdapat dalam kuisisioner sudah sesuai atau belum.

3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner Sugiyono (2018). Cara pengukuran validitas angket kompetensi menggunakan teknik korelasi dengan pearson atau koefisien korelasi *product moment* pearson dengan taraf signifikan 10%. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir atau variabel tersebut valid. Berikut merupakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variable X (Kualitas Pelayanan), Y (Kepuasan Konsumen)

No	Pertanyaan/Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)					
1	Restoran Weekend.ers memiliki area parkir yang luas	0,590	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid
2	Karyawan Weekend.ers berpenampilan rapi	0,541	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid
3	Lokasi Weekend.ers mudah ditemukan	0,497	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid
4	Karyawan restoran Weekend.ers cepat menangani kebutuhan konsumen	0,628	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid
5	Karyawan restoran Weekend.ers memberikan pelayanan terbaik	0,492	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid
6	Restoran Weekend.ers memiliki fasilitas yang lengkap seperti musholla, toilet, smoking room dan non smoking	0,389	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid
7	Karyawan Weekend.ers menanggapi keluhan konsumen dengan segera	0,203	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid
8	Karyawan Weekend.ers cepat memproses pesanan konsumen	0,434	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid
9	Karyawan restoran Weekend.ers memberikan	0,585	0,196	$r_{hitung} \geq r_{tabel}$	Valid

	informasi yang jelas kepada konsumen				
10	Restoran Weekend.ers mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen	0,506	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
11	Restoran Weekend.ers menyajikan makanan dengan bahan-bahan yang berkualitas dan terjaga kebersihannya	0,356	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
12	Karyawan selalu memberikan pelayanan sesuai standar	0,578	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
13	Konsumen mudah berinteraksi dengan karyawan	0,524	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
14	Karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada konsumen	0,392	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
15	Karyawan bersedia dalam menerima keluhan dan dan pengaduan	0,261	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)					
1	Pelayanan yang diberikan pihak restoran sesuai dengan harapan konsumen	0,743	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
2	Fasilitas yang diberikan pihak restoran sesuai dengan harapan konsumen	0,690	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
3	Mengunjungi restoran Weekend.ers 1bulan sekali	0,709	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
4	Mengunjungi restoran Weekend.ers hanya ada ajakan teman	0,715	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
5	Mengunjungi restoran Weekend.ers lebih dari 1x dalam 1bulan	0,659	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid
6	Merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk	0,622	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid

	membuat acara direstoran weekend.ers				
7	Merekomendasikan Restoran weekend.ers untuk berakhir pekan kepada teman atau keluarga	0,757	0,196	rhitung \geq rtabel	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Uji validitas terhadap variable kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menghasilkan bahwa seluruh pernyataan valid, hal ini dikarenakan rhitung lebih besar dari rtabel sebesar 0,196. r. tabel diperoleh dari tabel distribusi pada taraf signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ (5%) dan derajat of degree:

$$(dk) = N - K$$

Dimana n adalah jumlah responden dan k jumlah variable. jadi r tabel penelitian ini adalah:

$$r \text{ tabel} = (\alpha; dk)$$

$$r \text{ tabel} = (0,05; (100-2))$$

$$r \text{ tabel} = (0,05; 98)$$

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur dan memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji reabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kusioner tersebut. Alat ukur dikatakan realibelitas apabila jawabannya konsisten dari waktu ke waktu. Uji reabilitas menggunakan rumus Alpha.

Menurut Pradipta (2020) suatu variable dapat dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60.

Tabel 3.3

Hasil Uji Reliabilitas Variable

Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Variable	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,730	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen	0,824	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2023

3.7.2 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017) Analisis Deskriptif merupakan Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Sedangkan menurut Sugiyono (2017) pendekatan yang digunakan dalam

analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, perhitungan modus, median, mean, standar deviasi, perhitungan rumus panjang kelas untuk menentukan interval kriteria. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan

Tabel 3. 4 Skala Likert

No	Alternatif langsung	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	CS (Cukup Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

$$\text{Total tanggapan Responden} = \frac{\text{Total skor tanggapan responden}}{\text{skor tertinggi responden} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

Tabel 3.5 Kategori Penilaian

No	Alternatif langsung	Bobot Nilai
1	Sangat Baik	80% - 100%
2	Baik	60% - 80%
3	Cukup Baik	40% - 60%
4	Kurang Baik	20% - 40%
5	Tidak Baik	0% - 20%

Berdasarkan rumus diatas maka panjang responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 3. 6 Interpretasi Hasil
Skala Pengukuran Variable

Kategori	Skor / Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jike memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu, uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi

3.7.4 Uji Normalitas

Menurut Suyonto (2016) menjelaskan bahwa selain uji asumsi klasik multikolonieritas dan heteroskedastisitas, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas dimana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Distribusi normal atau distribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi normal atau sama sekali.

Menurut Ghozali (2018) mengemukakan uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis uji statistik Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik. KolmogorovSmirnov digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dan tidak dengan cara melihat pada baris Asymp. Sig (2-tailed).

Hasil penelitian dikatakan berdistribusi normal atau memenuhi uji normalitas apabila Asymp. Sig (2-tailed) variabel residual berada diatas 0,05 atau 5%. Sebaliknya apabila berada dibawah 0,05 atau 5% data tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas. Analisis grafik dilihat dari jika ada data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya enunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.7.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk melihat hubungan antara variable X (Kualitas Pelayanan) dengan variable Y (Kepuasan Konsumen) di restoran weekend.ers Pajajaran di kota Bogor, Maka peneliti melakukan uji regresi sederhana. Menurut Sugiyono (2017), Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variable independen dan dependen.

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y= Kepuasan Konsumen (Variable Dependen)

X= Kualitas Pelayanan (Variable independent)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X =0)

b = Koefisien regresi (berpengaruh positif atau negative)

3.7.6 Uji T

Uji hipotesis pada penelitian ini bertujuan membuktikan hipotesis mana yang diterima. Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan juga untuk menjawab rumusan masalah pertama pada penelitian peneliti. Uji hipotesis dalam penelitian ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada pengaruh variable X (kualitas pelayanan) terhadap

variabel Y (Kepuasan Konsumen) di Restoran Weekend.ers dikota Bogor. Adapun rumusan uji t dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

T = Nilai uji t

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel

Dalam pengujian hipotesis pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Weekend.ers dikota Bogor adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{table}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

Jika nilai signifikan probabilitas koefisien $< 0,05$ dikatakan ada pengaruh yang dihasilkan dari variabel X terhadap variabel Y.

Menurut Ghozali (2018) Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila nilai signifikansi 0,05 maka hipotesis ditolak.

3.7.7 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui persentase variasi total variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independent. Jika analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Maka digunakan sebagai koefisien determinasi. Namun jika analisis yang digunakan regresi berganda, maka digunakan koefisien determinasi. Untuk menjawab rumusan masalah ke dua pada penelitian ini maka diperlukan analisis koefisien determinasi (R Square). analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi (R Square) atau yang sering disebut koefisien penentu. Besarnya kuadrat dari koefisien dalam penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa besarnya pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) di Restoran Weekend.ers dikota Bogor. Artinya besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di ukur menggunakan koefisien determinasi yang ada.

Adapun rumus koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Kd = (r^2) \times 100 \%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Setelah melakukan analisis data, diperlukan penyajian hasil analisis data untuk menjelaskan hasil analisis yang didapatkan pada penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan perkembangan Perusahaan

Perusahaan dibidang kuliner merupakan salah satu sector penting mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis dibidang kuliner, para industri dibidang makanan berlomba menciptakan hal-hal baru yang unik dan juga enak yang disukai oleh konsumen Restoran Weekend.ers Bogor merupakan salah satu perusahaan yang mendukung perekonomian di wilayah Bogor.

Restoran Weekend.ers merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner resto ini dikenal sebagai restoran keluarga yang menyediakan berbagai menu makanan yang lezat untuk memanjakan lidah para konsumen. Weekend.ers saat ini memiliki 2 cabang di Bogor yaitu Weekend.ers Pajajaran kota Bogor & Weekend.ers Backyard yang berlokasi di Taman Budaya Sentul Bogor menyediakan menu hidangan nusantara dan juga asia. Resto juga terus memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen. *Interior* resto didesain menghadirkan suasana santai dan juga *casual* agar konsumen dapat bersantai dengan leluasa dan nyaman.

4.1.2 Kegiatan Usaha

Restoran Weekend.ers Pajajaran Di Kota Bogor merupakan perusahaan dibidang kuliner yang berlokasi di kota Bogor yang menyediakan makanan dan minuman campuran antara Nusantara dan Asia. Selain menyediakan makanan dan minuman weekend.ers juga menawarkan *live* musik kepada konsumen.

4.1.3 Tujuan Perusahaan

1. Memberikan makanan dan minuman yang lezat
2. Memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen
3. Memberikan kepuasan maksimal terhadap konsumen

4.1.4 Visi dan Misi

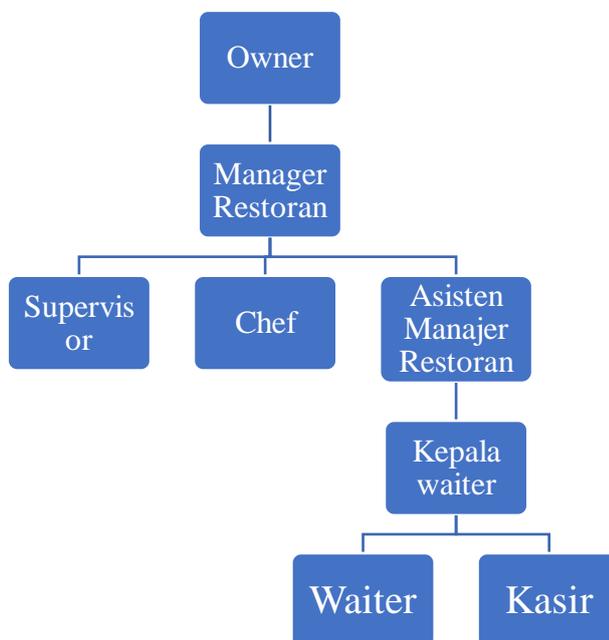
Visi :Menjadi salah satu restoran yang terkenal akan kualitas menu dan pelayanannya

Misi :Memuaskan pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik, serta memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

4.1.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan

kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan struktur organisasi Restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

Sumber: Data sekunder Weekend.ers, 2023

Tugas dan Wewenang dari susunan organisasi Restoran Weekend.ers adalah sebagai berikut:

1. Pemilik/*Owner*

Memiliki peran penting mengontrol penuh seluruh karyawan dan memberikan arahan kepada seluruh staf di masing-masing bagian

2. Manajer Restoran

Tugas dan tanggung jawab Manager Restoran adalah melakukan pengawasan dalam kegiatan operasional restoran Weekend.ers yang tujuan utamanya agar operasionalnya berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan

3. Asisten Manajer Restoran

Bertugas membantu setiap kegiatan manajer restoran dalam setiap kegiatan operasional pengelolaan restoran. Menggantikan manajer restoran ketika tidak ada dalam posisi *stand by*

4. Chef

Bertugas mengelola dapur dan mengawasi jalannya operasional *kitchen* terutama pada saat restoran buka

5. Kepala Waiter

Tugas dan tanggung jawab administrasi keuangan adalah melakukan pengawasan terhadap pembelanjaan dan penghasilan

6. Waiter

Bertugas melayani tamu dengan sebaik mungkin dan menerima pesanan hingga mengantarkan makanan

7. Kasir

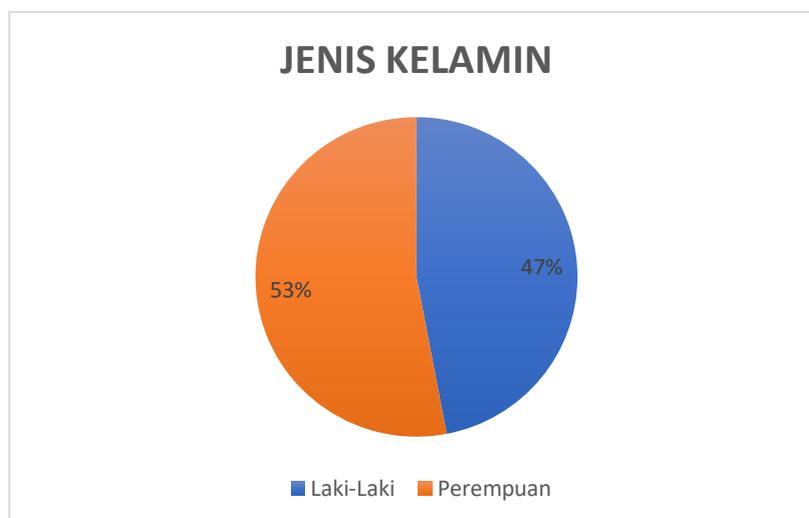
Bertugas menerima pembayaran dengan baik dan menyebut total pembelian dengan jelas

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1 Profil Responden

Profil responden dalam penelitian dibagi menjadi 4, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan asal daerah.

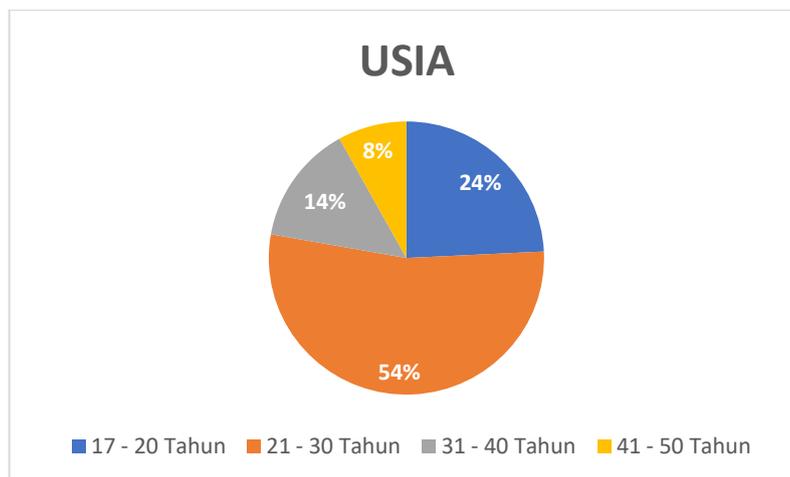
1. Data responden berdasarkan jenis kelamin



Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis kelamin
Sumber: Data Primer, diolah 2023

Gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa profil responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah konsumen perempuan lebih dominan dibanding dengan konsumen laki-laki dengan presentase 47% sedangkan jumlah responden perempuan 53%.

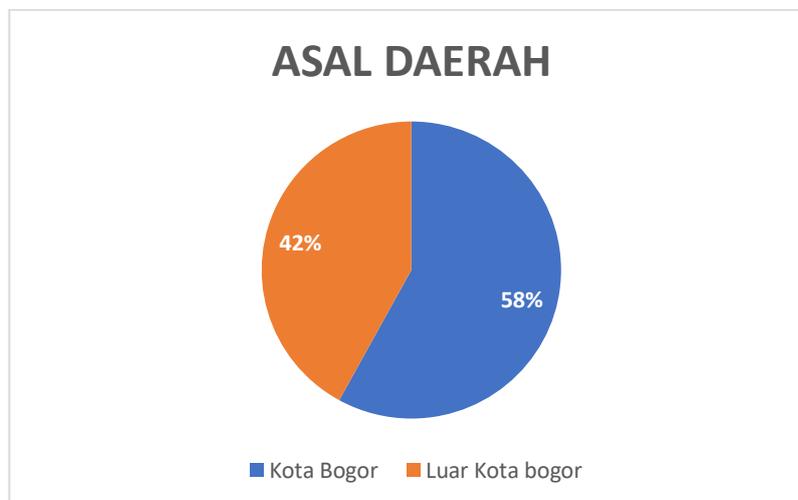
2. Data responden berdasarkan usia



Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia
Sumber: Data Primer, diolah 2023

Gambar 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah usia 21-30 tahun dengan tingkat presentase 54% sedangkan responden pada usia 17-20 tahun dengan presentase 24% kemudian responden pada usia 31-40 tahun dengan presentase 14% dan pada usia 41-50 tahun dengan presentase 8% dari total 100 responden.

3. Data Responden Asal Daerah

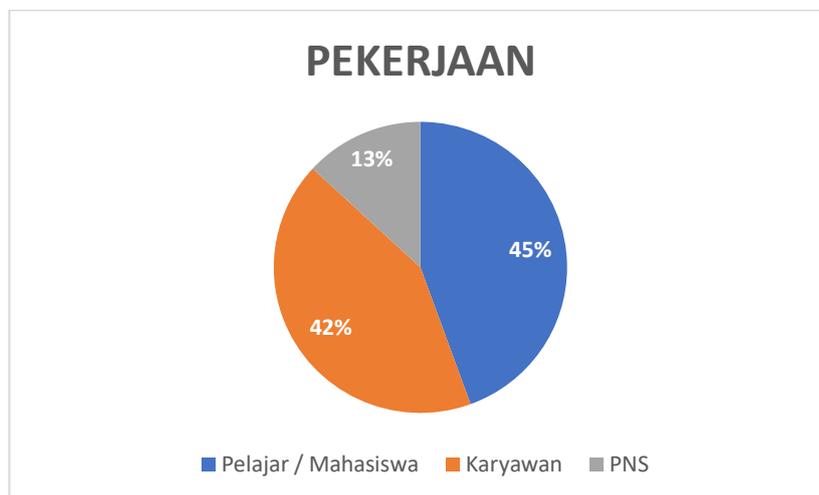


Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Asal Daerah

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Gambar 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden pengunjung restoran terbanyak yang berasal dari kota Bogor dengan jumlah presentase 58%, sedangkan jumlah responden dari luar kota Bogor sebesar 42%

4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan



Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Gambar 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar berdasarkan pekerjaan adalah Pelajar/Mahasiswa dengan presentase 45% kemudian Karyawan sebesar 42% dan PNS sebesar 13%

5. Data responden berdasarkan pendapatan



Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Pendapatan

Sumber: Data primer, diolah 2023

Gambar 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa pendapatan responden terbesar yang menjadi konsumen Weekend.ers sebesar > Rp. 4.000.000 dengan presentase 32 %

kemudian Rp. < Rp. 1.000.000 27% kemudian diangka Rp.3.000.000 – Rp. 4.000.000 dengan presentase 23% dan diangka Rp.1.000.000 – Rp. 2.000.000 presentase 15% kemudian presentase paling kecil ada di angka Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 sebesar 3%

4.2.2 Kualitas Pelayanan Restoran Weekend.ers Pajajaran Bogor

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap perusahaan yang bergerak dibidang kuliner. Apabila kualitas pelayanan karyawan buruk maka akan berdampak buruk juga terhadap perusahaan, begitu pula sebaliknya. Apabila kualitas pelayanan baik maka akan berdampak baik juga untuk perusahaan tersebut dalam mencapai tujuan.

Adapun penilaian terhadap variable kualitas pelayanan terdiri dari 5 indikator kualitas pelayanan, dapat disajikan dalam tabel tersebut

1. Bukti Fisik

Tabel 4.1 Jawaban “Restoran Weekend.ers memiliki area parkir yang luas”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	54	270	60
Setuju	4	42	168	37
Cukup Setuju	3	4	12	3
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	450	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 60% responden memilih sangat setuju, persentase 37% responden memilih setuju, persentase 3% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan restoran Weekend.ers memiliki area parkir yang luas

$$Total\ Tanggapan\ Responden = \frac{Skor\ total\ Responden}{Skor\ tertinggi\ Responden} \times 100\%$$

$$Total\ Tanggapan\ Responden = \frac{450}{500} \times 100\% = 90\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan restoran Weekend.ers memiliki area parkir yang luas dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.2 jawaban “Karyawan Weekend.ers berpenampilan rapi”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	44	220	45
Setuju	4	50	250	51
Cukup Setuju	3	6	18	4
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	488	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 45% responden memilih sangat setuju, persentase 51% responden memilih setuju, persentase 4% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan Weekend.ers berpenampilan rapi:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{488}{500} \times 100\% = 98\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan karyawan Weekend.ers berpenampilan rapi dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.3 Jawaban “Lokasi Restoran Weekend.ers mudah ditemukan”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	39	195	46
Setuju	4	50	200	47
Cukup Setuju	3	11	33	7
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	428	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 46% responden memilih sangat setuju, persentase 47% responden memilih setuju, persentase 7% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak

setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada lokasi restoran Weekend.ers mudah ditemukan :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{428}{500} \times 100\% = 86\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan lokasi restoran weekend.ers mudah ditemukan dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

2. Keandalan

Tabel 4.4 Jawaban “Karyawan Restoran Weekend.ers cepat menangani kebutuhan konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	44	220	50
Setuju	4	50	200	46
Cukup Setuju	3	6	18	4
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	438	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 50% responden memilih sangat setuju, persentase 46% responden memilih setuju, persentase 4% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan restoran Weekend.ers cepat menangani kebutuhan konsumen:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{438}{500} \times 100\% = 88\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan karyawan Weekend.ers cepat menangani kebutuhan konsumen dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.5 Jawaban “Karyawan Restoran Weekend.ers memberikan pelayanan terbaik

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	38	190	44
Setuju	4	54	216	50
Cukup Setuju	3	7	21	5
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Jumlah		100	428	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 44% responden memilih sangat setuju, persentase 50% responden memilih setuju, persentase 5% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan Weekend.ers memberikan pelayanan terbaik:

$$Total\ Tanggapan\ Responden = \frac{Skor\ total\ Responden}{Skor\ tertinggi\ Responden} \times 100\%$$

$$Total\ Tanggapan\ Responden = \frac{428}{500} \times 100\% = 86\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan karyawan Weekend.ers memberikan pelayanan terbaik dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.6 Jawaban “Weekend.ers memiliki fasilitas yang lengkap seperti tersedianya musholla, toilet, smoking room dan non smoking”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	44	220	50
Setuju	4	49	196	45
Cukup Setuju	3	7	21	5
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	437	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 50% responden memilih

sangat setuju, persentase 45% responden memilih setuju, persentase 5% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada Weekend.ers memiliki fasilitas yang lengkap seperti tersedianya musholla, toilet, *smoking room* dan *non smoking*:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{437}{500} \times 100\% = 87\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan Weekend.ers memiliki fasilitas yang lengkap seperti tersedianya musholla, toilet, *smoking room* dan *non smoking* dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

3. Daya Tanggap

Tabel 4.7 Jawaban “Karyawan Restoran Weekend.ers menanggapi keluhan konsumen dengan segera

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	55	275	62
Setuju	4	35	140	32
Cukup Setuju	3	8	24	5
Tidak Setuju	2	2	4	1
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	443	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 62% responden memilih sangat setuju, persentase 32% responden memilih setuju, persentase 5% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju sebesar 1% dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan restoran Weekend.ers menanggapi keluhan konsumen dengan segera:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{443}{500} \times 100\% = 89\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan karyawan restoran Weekend.ers menanggapi keluhan konsumen dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%

Tabel 4.8 Jawaban “Karyawan Restoran Weekend.ers cepat memproses pesanan konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	62	310	67
Setuju	4	37	148	32
Cukup Setuju	3	1	3	1
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	461	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 67% responden memilih sangat setuju, persentase 32% responden memilih setuju, persentase 1% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan restoran Weekend.ers cepat memproses pesanan konsumen:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{461}{500} \times 100\% = 92\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan karyawan restoran Weekend.ers cepat memproses pesanan konsumen dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.9 Jawaban “Karyawan Weekend.ers memberikan informasi yang jelas kepada konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	49	245	56
Setuju	4	46	184	42
Cukup Setuju	3	4	12	2
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	441	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 56% responden memilih sangat setuju, persentase 42% responden memilih setuju, persentase 2% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak

setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan Weekend.ers memberikan informasi yang jelas kepada konsumen:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{441}{500} \times 100\% = 88\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan karyawan restoran Weekend.ers memberikan informasi yang jelas kepada konsumen dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

4. Jaminan

Tabel 4.10 Jawaban “Restoran Weekend.ers mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	41	205	48
Setuju	4	52	208	48
Cukup Setuju	3	6	18	4
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	431	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 48% responden memilih sangat setuju, persentase 48% responden memilih setuju, persentase 4% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada restoran Weekend.ers mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{431}{500} \times 100\% = 86\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan restoran Weekend.ers mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.11 Jawaban “Restoran Weekend.ers menyajikan makanan dengan bahan-bahan berkualitas dan terjaga kebersihannya”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	36	180	42
Setuju	4	55	220	52
Cukup Setuju	3	8	24	6
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	424	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 42% responden memilih sangat setuju, persentase 52% responden memilih setuju, persentase 6% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada restoran Weekend.ers menyajikan makanan dengan bahan-bahan berkualitas dan terjaga kebersihannya:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{424}{500} \times 100\% = 85\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan restoran Weekend.ers menyajikan makanan dengan bahan-bahan berkualitas dan terjaga kebersihannya dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.12 Jawaban “Karyawan selalu memberikan pelayanan yang sesuai standar

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	43	215	50
Setuju	4	51	204	47
Cukup Setuju	3	5	15	3
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	434	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 50% responden memilih sangat setuju, persentase 47% responden memilih setuju, persentase 3% responden

memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan selalu memberikan pelayanan yang sesuai standar :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{434}{500} \times 100\% = 87\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan karyawan selalu memberikan pelayanan yang sesuai standar dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

5. Empati

Tabel 4.13 Jawaban “Konsumen mudah berinteraksi dengan karyawan”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	32	160	38
Setuju	4	60	240	57
Cukup Setuju	3	6	18	4
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Jumlah		100	419	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 38% responden memilih sangat setuju, persentase 57% responden memilih setuju, persentase 4% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada konsumen mudah berinteraksi dengan karyawan :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{419}{500} \times 100\% = 84\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan konsumen mudah berinteraksi dengan karyawan dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.14 Jawaban “Karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada konsumen”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	40	200	47
Setuju	4	53	212	49
Cukup Setuju	3	6	18	4
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	430	100

Sumber: Hasil pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 47% responden memilih sangat setuju, persentase 49% responden memilih setuju, persentase 4% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada konsumen:

$$Total\ Tanggapan\ Responden = \frac{Skor\ total\ Responden}{Skor\ tertinggi\ Responden} \times 100\%$$

$$Total\ Tanggapan\ Responden = \frac{430}{500} \times 100\% = 86\%$$

Total Tanggapan Responden pada karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada konsumen dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.15 Jawaban “Karyawan bersedia dalam menerima keluhan dan pengaduan

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	54	270	62
Setuju	4	36	144	33
Cukup Setuju	3	7	21	4
Tidak Setuju	2	2	4	1
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	439	100

Sumber: Hasil pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 62% responden memilih sangat setuju, persentase 33% responden memilih setuju, persentase 4% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak

setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada karyawan bersedia dalam menerima keluhan dan pengaduan :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{439}{500} \times 100\% = 88\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan karyawan bersedia dalam menerima keluhan dan pengaduan dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.16 Rekapitulasi dan Rata-Rata Tanggapan Responden Variable Kualitas Pelayanan

Indikator	Pertanyaan/Pernyataan	Tanggapan Responden	Rata-rata Perindikator
Bukti Fisik	1. Restoran Weekend.ers memiliki area parkir yang luas	90%	91%
	2. Karyawan Weekend.ers berpenampilan rapi	98%	
	3. Lokasi restoran Weekend.ers mudah ditemukan	86%	
Kehandalan	4. Karyawan restoran Weekend.ers cepat menangani kebutuhan konsumen	88%	87%
	5. Karyawan restoran Weekend.ers memberikan pelayanan terbaik	86%	
	6. Weekend.ers memiliki fasilitas yang lengkap seperti tersedianya musholla, toilet, smoking room dan non smoking	87%	
Daya Tanggap	7. Karyawan restoran weekend.ers menanggapi keluhan konsumen dengan segera	89%	90%
	8. Karyawan restoran weekend.ers cepat memproses pesanan konsumen	92%	
	9. Karyawan restoran weekend.ers memberikan informasi yang jelas kepada konsumen	88%	

Jaminan	10. Restoran weekend.ers mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen	86%	86%
	11. Karyawan restoran weekend.ers menyajikan makanan dengan bahan-bahan yang berkualitas dan terjaga kebersihannya	85%	
	12. Karyawan selalu memberikan pelayanan yang sesuai standar	87%	
Empati	13. Konsumen mudah berinteraksi dengan karyawan	84%	86%
	14. Karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada kosnumen	86%	
	15. Karyawan bersedia dalam menerima keluhan dan pengaduan	88%	
Rata-rata	88%		

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel rata rata tanggapan responden mengenai variable kualitas pelayanan di restoran Weekend.ers Pajajaran Bogor dapat diketahui sebesar 88%. Hal ini ditunjukkan banyaknya tanggapan sangat baik dari responden mengenai indikator pada variable kualitas pelayanan

4.2.3 Kepuasan Konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran Bogor

Secara umum Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian jika kualitas pelanyanan terus ditingkatkan maka pelanggan akan merasa puas

1. Kesesuaian Harapan

Tabel 4.17 Jawaban “Pelayanan yang diberikan pihak restoran sesuai harapan konsumen”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	38	190	45
Setuju	4	49	196	46
Cukup Setuju	3	13	39	9
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	425	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 45% responden memilih sangat setuju, persentase 46% responden memilih setuju, persentase 9% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pelayanan yang diberikan pihak restoran sesuai harapan konsumen:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{425}{500} \times 100\% = 85\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan pelayanan yang diberikan pihak restoran sesuai harapan konsumen dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.18 Jawaban “Fasilitas yang diberikan pihak restoran sesuai dengan harapan konsumen”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	42	210	49
Setuju	4	48	192	44
Cukup Setuju	3	10	30	7
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	432	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 49% responden memilih sangat setuju, persentase 44% responden memilih setuju, persentase 7% responden

memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada fasilitas yang diberikan pihak restoran sesuai dengan harapan konsumen:

$$\begin{aligned} \text{Total Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\% \\ \text{Total Tanggapan Responden} &= \frac{432}{500} \times 100\% = 86\% \end{aligned}$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan fasilitas yang diberikan pihak restoran sesuai dengan harapan konsumen dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

2. Minat Berkunjung Kembali

Tabel 4.19 Jawaban” Mengunjungi restoran Weekend.ers setiap 1bulan sekali”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	37	185	44
Setuju	4	47	188	45
Cukup Setuju	3	16	48	11
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	421	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 44% responden memilih sangat setuju, persentase 45% responden memilih setuju, persentase 11% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada mengunjungi restoran Weekend.ers setiap 1bulan sekali:

$$\begin{aligned} \text{Total Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\% \\ \text{Total Tanggapan Responden} &= \frac{421}{500} \times 100\% = 84\% \end{aligned}$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan mengunjungi restoran Weekend.ers setiap 1bulan sekali dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.20 Jawaban “Mengunjungi restoran Weekend.ers hanya jika ada ajakan dari teman”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	29	145	34
Setuju	4	65	260	61
Cukup Setuju	3	6	18	5
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	423	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 34% responden memilih sangat setuju, persentase 61% responden memilih setuju, persentase 5% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada mengunjungi restoran Weekend.ers hanya jika ada ajakan dari teman:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{423}{500} \times 100\% = 85\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan mengunjungi restoran Weekend.ers hanya jika ada ajakan dari teman dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.21 Jawaban “Mengunjungi restoran weekend.ers lebih dari 1x dalam 1bulan”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	38	190	41
Setuju	4	56	244	53
Cukup Setuju	3	8	24	6
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	458	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 41% responden memilih sangat setuju, persentase 53% responden memilih setuju, persentase 6% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak

setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada mengunjungi restoran Weekend.ers lebih dari 1x dalam 1bulan :

$$\begin{aligned} \text{Total Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\% \\ \text{Total Tanggapan Responden} &= \frac{458}{500} \times 100\% = 92\% \end{aligned}$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan mengunjungi restoran Weekend.ers lebih dari 1x dalam 1bulan dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

3. Kesiediaan Merekomendasi

Tabel 4.22 Jawaban “Merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk membuat acara di restoran Weekend.ers”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	33	165	39
Setuju	4	61	244	57
Cukup Setuju	3	6	18	4
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	427	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 39% responden memilih sangat setuju, persentase 57% responden memilih setuju, persentase 4% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk membuat acara di restoran Weekend.ers:

$$\begin{aligned} \text{Total Tanggapan Responden} &= \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\% \\ \text{Total Tanggapan Responden} &= \frac{427}{500} \times 100\% = 85\% \end{aligned}$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk membuat acara di restoran Weekend.ers dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.23 Jawaban “Merekomendasikan restoran Weekend.ers untuk berakhir pekan dengan keluarga/teman

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Presentase (%)
Sangat Setuju	5	41	205	47
Setuju	4	54	216	50
Cukup Setuju	3	5	15	3
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	436	100

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden yang menjawab dengan skor tertinggi sebesar 47% responden memilih sangat setuju, persentase 50% responden memilih setuju, persentase 3% responden memilih cukup setuju kemudian responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada merekomendasikan restoran Weekend.ers untuk berakhir pekan dengan keluarga/teman:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor total Responden}}{\text{Skor tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{436}{500} \times 100\% = 87\%$$

Total Tanggapan Responden pada pernyataan merekomendasikan restoran Weekend.ers untuk berakhir pekan dengan keluarga/teman dapat disimpulkan sangat baik, karena berada pada kelas interval 80 – 100%.

Tabel 4.24 Rekapitulasi dan Rata-Rata Tanggapan Responden Variable Kepuasan Konsumen

Indikator	Pertanyaan/Pernyataan	Tanggapan Responden	Rata-rata Perindikator
Kesesuaian Harapan	1. Pelayanan yang diberikan pihak restoran sesuai harapan konsumen	85%	86%
	2. Fasilitas yang diberikan pihak restoran sesuai dengan harapan konsumen	86%	
Minat Berkunjung Kembali	3. Mengunjungi restoran Weekend.ers setiap 1bulan sekali	84%	87%

	4. Mengunjungi restoran Weekend.ers hanya jika ada ajakan teman	85%	
	5. Mengunjungi restoran Weekend.ers lebih dari 1x dalam sebulan	92%	
Kesediaan Rekomendasi	6. Merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk membuat acara di restoran Weekend.ers	85%	86%
	7. Merekomendasikan restoran Weekend.ers untuk berakhir pekan kepada teman/keluarga	87%	
Rata-Rata	86%		

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel rata-rata tanggapan responden mengenai variable kepuasan konsumen di Restoran Weekend.ers Pajajaran di Kota Bogor dapat diketahui sebesar 86%. Hal ini ditunjukkan banyaknya tanggapan sangat puas dari responden mengenai indikator pada kepuasan konsumen.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Normal atau tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat signifikansi pada table *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05 ($\text{sig} \geq 0,05$) berarti data berdistribusi normal. Adapun uji normalitas pada tabel berikut:

Tabel 4.25 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.78383621
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.048
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}

Sumber : Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.27 diatas dapat dilihat pada kolom Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 hal ini menunjukkan semua variable penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal

4.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Metode analisis regresi sederhana ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Maka dari itu, penulis sajikan hasil uji regresi linier sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.26 Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	10.691	4.315		2.477	.015
	TOTAL.X	.293	.066	.411	4.461	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, diketahui bahwa bentuk persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut: $Y = 10,691 + 0,293X_1$ hasil persamaan regresi sederhana tersebut memberikan pengertian bahwa :

1. Nilai constant sebesar 10,691 memberikan pengertian bahwa jika variabel kualitas pelayanan tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya kepuasan 10,691
2. untuk variable kualitas pelayanan koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila kualitas pelayanan meningkat 1%, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,293%

4.3.3 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengujian hipotesis:

Tabel 4.27 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	10.691	4.315		2.477	.015
	TOTAL.X	.293	.066	.411	4.461	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Pada table di atas, dapat diketahui t hitung pada kualitas pelayanan yaitu sebesar 4,307. Pada derajat bebas (df) = $N - 2 = 100 - 2 = 98$. Maka telah ditemukan t tabel sebesar 1,987. Maka dapat disimpulkan bahwa t hitung $>$ t tabel ($4,461 > 1,987$). Kriteria dalam kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Jika t hitung $>$ t table, maka H0 ditolak secara statistik adalah signifikan, dari hasil uji t nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya terdapat pengaruh yang era antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan kriteria di atas, maka H0 ditolak . Artinya, kualitas pelayanan pada Restoran Weekend.ers Pajajaran di Kota Bogor berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Weekend.ers Pajajaran di Kota Bogor.

4.3.4 Uji Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen). Berikut hasil uji determinasi (R square):

Tabel 4.28 Uji Determinasi (R Square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.411 ^a	.169	.160	2.798

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

Table di atas dapat diketahui nilai R square sebesar 0,169 (16,9%). Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi sederhana, dimana variabel independen (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 16,9%. Sedangkan sisanya, sebesar 83,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.4 Pembahasan & Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan tabel rata-rata tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan di restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor dapat diketahui sebesar 88%. Tanggapan responden paling besar nilainya pada indikator bukti fisik yaitu 91%, sedangkan nilai rata-rata responden paling kecil adalah indikator jaminan dan empati yaitu 86%. Sedangkan sub indikator tertinggi terdapat pada butir pertanyaan ke-2 yaitu mengenai karyawan weekend.ers berpenampilan rapi dengan persentase sebesar 98%, sedangkan sub indikator terkecil terdapat pada butir pertanyaan ke-13 yaitu mengenai konsumen mudah berinteraksi dengan karyawan dengan persentase sebesar 84%. Berdasarkan tabel rata-rata tanggapan responden mengenai variabel kepuasan

konsumen di restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor dapat diketahui sebesar 86%. Tanggapan responden paling besar nilainya pada indikator minat berkunjung kembali yaitu 87%. Sedangkan nilai rata-rata responden paling kecil adalah kesesuaian harapan yaitu 86%. Sedangkan sub indikator tertinggi terdapat pada butir pertanyaan ke-5 yaitu mengenai mengunjungi restoran Weekend.ers lebih dari 1x dalam sebulan dengan persentase sebesar 92%, sedangkan sub indikator terkecil terdapat pada butir pertanyaan ke-3 yaitu mengenai mengunjungi restoran Weekend.ers setiap 1 bulan sekali dengan persentase sebesar 84%.

Hasilnya adalah bahwa kontribusi dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 16,9% sisanya 83,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Berdasarkan koefisien regresi (uji t) yang dilakukan dalam penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Melihat jawaban responden tentang kualitas pelayanan, terlihat bahwa mayoritas responden sangat setuju dan merasa puas saat berkunjung ke restoran Weekend.ers Pajajaran Bogor. Berdasarkan hasil dari kualitas pelayanan menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanannya baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Jika kepuasan konsumen meningkat berarti penjualan juga akan terus meningkat hal ini sangat baik untuk Weekend.ers Pajajaran Bogor.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran di Kota Bogor”** maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan tabel rata-rata tanggapan responden mengenai variable kualitas pelayanan di restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor dapat diketahui sebesar 88%. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian responden pada variable kualitas pelayanan sudah sangat baik namun harus tetap di pertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanannya.
2. Berdasarkan tabel rata-rata tanggapan responden mengenai variable kepuasan konsumen di restoran Weekend.ers Pajajaran di kota Bogor dapat diketahui sebesar 86%. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian responden pada variable kepuasan konsumen sudah sangat baik.
3. Berdasarkan uji regresi linear sederhana variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diketahui bahwa konstanta sebesar 10,691 artinya menyatakan bahwa jika variable kualitas pelayanan tetap maka variable kepuasan konsumen 10,691, kemudian koefisien regresi kualitas pelayanan adalah sebesar 0,293 artinya jika variable kualitas pelayanan mengalami penurunan 1 maka kualitas pelayanan akan mengalami penurunan sebesar 0,293. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hasil dari analisis determinasi adalah bahwa kontribusi dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 16,9% sisanya 83,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Berdasarkan koefisien regresi (uji t) yang dilakukan dalam penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis akan memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Restoran Weekend.ers Pajajaran Bogor, Meski mendapat respon yang sangat baik tetap harus memperhatikan variabel kualitas pelayanan dengan indikator empati pada pernyataan konsumen mudah berinteraksi dengan karyawan dengan nilai total tanggapan responden 84% dibawah nilai rata-rata perindikator 88%. Artinya karyawan harus lebih belajar berinteraksi dan menambah pengetahuan mengenai restoran. Variable Kepuasan Konsumen dengan indikator minat berkunjung kembali pada pernyataan mengunjungi

restoran Weekend.ers setiap 1 bulan sekali mendapat nilai total tanggapan responden 84% dibawah nilai rata-rata perindikator 86% Artinya pihak restoran adalah memberikan program menarik seperti diskon pada makanan dan minuman dan terus meningkatkan kualitas pelayanan

2. Bagi konsumen restoran Weekend.ers Pajajaran bogor diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan pada pengetahuan konsumen, dan menambah wawasan sebagai bacaan ilmiah
3. Bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian sejenis, penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden , sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Atmajaya, D. (2017). Implementasi Augmented Reality Untuk Pembelajaran. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 9(2), 227–232. .
- Chulaifi, M. I. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umroh dan Haji Pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya Periode 2017 – 2018*. Undergraduate thesis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Fandy, T. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Imam Ghozali, Latan H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Exellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2020). "Data 10 Provinsi dengan usaha kuliner terbanyak tahun 2020."
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G . (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Laksana, M F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. 1(2), 83– 101.
- Daryanto. (2019). *Sari Kulia Manajemen Pemasaran Syariah*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

- Limakrisna, N., & Purba, T.P. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana.
- M.F, L. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zuma.
- Meithiana,Indrasari. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. ISBN 978-623-91788-2-6.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran (Sukarno (ed.))*. Sukarno Pressindo.
- Purnowo, E. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Semantic Scholar*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Rachmad Yanuar Fatwa, Sri Wahyuni, Sutrisno Djaja. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Biru Daun Di Kabupaten Situbondo). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, [S.l.]*, v. 13, n. 2, p. 98-102, sep. 2019. ISSN 2548-7175.
- Ramadhani, Reza, Chri. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di D’Puncak Cafe And Resto Samarinda Tahun 2021. *Educational Studies: Conference Series, 1(2)*.
- Riyanto, S. (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) di Madiun. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi Vol. 5 No. 3* .
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Risma Risma, Syaiful Muhyidin, Ira Eka Pratiwi. (2020). Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Resto & Café Rumah laut Jayapura. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 1(1)*, 1-23.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Uuh Sukaesih, Miswan Miswan, Rosy Anjani, Dedy Wahyudi. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*.
- Hidayah. Nurul. (2019). Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Bulukumba. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Vifi Dolvina Huninhatu, Josef Papilaya, Fransisca Riconita Sinay. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wailela Cafe And Resto di Desa Rumah Tiga. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JPE)*.
- Malayu Hasibuan. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- William, S. J. (2017). *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Christ Jonathan, Ferdinand Nolanda, Kelvin Gunawan, Triandi Pradana. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Srikaya Cibinong. *Comserva Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*
- Agung Indriansyah, Sherly Marlina. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Seoul Korean Restaurant Di Palembang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*
- Shinta Damayanti, Arif Yusuf Hamali. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Bandoengsche Melk Centrale Kota Bandung. *OJS Ekuitas Vol 9 No 2*
- Ida Romayana Tumangor, Elisa Theresya Ginting, R.B Napitupulu, Sabar L.T Simatupang. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Zac Urban Kota Medan. *Jurnal Global Manajemen*
- Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, Nunung Kurniasih. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *e jurnal.staimuttaqien*
- Agung Indriansyah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Seoul Korean Restaurant Di Palembang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Legi Okana
Alamat : Pabuaran Asri Blok A4 No.52 Kecamatan Cibinong,
Bogor
Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor, 22 Oktober 2001
Agama : Islam
No.Telp/Hp : Legiokana22@gmail.com
Pendidikan

- SD : SDN Bedahan 01
- SMP : SMPN 04 Cibinong
- SMA : SMK PLUS PGRI 01 Cibinong
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Desember2023
Peneliti,

(Muhamad Legi Okana)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Responden Penelitian

Konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran Kota Bogor

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Pakuan, dengan identitas:

Nama : Muhamad Legi Okana

NPM : 021119292

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Jurusan : Manajemen

Dalam rangka mendapatkan data guna untuk menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Weekend.ers Pajajaran Di Kota Bogor”, maka saya mohon bantuan serta kesediaannya Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian dan tidak disajikan kepihak luar, serta kerahasiaan dalam mengisi kuesioner ini terjamin sepenuhnya. Oleh karena itu saya berharap jawaban yang Bapak/Ibu berikan dengan jujur dan terbuka akan sangat membantu dalam penelitian ini. Atas partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Muhamad Legi Okana
(021119292)

IDENTITAS RESPONDEN

Untuk kelengkapan data penelitian, saya mohon Bapak/Ibu /Saudara/Saudari mengisi data dibawah ini dengan memberi tanda ceklis (\surd) di kolom jawaban yang dipilih :

1. Jenis Kelamin : Laki-Laki Wanita
2. Usia : 17 - 20 tahun
 21 – 30 tahun
 31 – 40 tahun
 41 – 50 tahun
3. Asal Daerah : Kota Bogor
 Luar Kota Bogor
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Karyawan
 PNS

PETUNJUK PENGISIAN Ceklis pada kolom penilaian yang sesuai dengan pilihan anda!

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

TS = Tidak Setuju (2)

CS = Cukup Setuju (3)

S = Setuju (4)

SS = Sangat Setuju (5)

Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
Kualitas Pelayanan						
Bukti Fisik						
1	Restoran Weekend.ers memiliki area parkir yang luas					
2	Karyawan Weekend.ers berpenampilan rapi					
3	Lokasi restoran Weekend.ers mudah ditemukan					
Kehandalan						
4	Karyawan restoran Weekend.ers cepat menangani kebutuhan konsumen					
5	Karyawan restoran Weekend.ers memberikan pelayanan terbaik					
6	Weekend.ers memiliki fasilitas yang lengkap seperti tersedianya musholla, toilet, smoking room dan non smoking					
Daya Tanggap						
7	Karyawan restoran weekend.ers menanggapi keluhan konsumen dengan segera					
8	Karyawan restoran weekend.ers cepat memproses pesanan konsumen					
9	Karyawan restoran weekend.ers memberikan informasi yang jelas kepada konsumen					
Jaminan						
10	Restoran weekend.ers mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen					
11	Karyawan restoran weekend.ers menyajikan makanan dengan bahan-bahan yang berkualitas dan terjaga kebersihannya					
12	Karyawan selalu memberikan pelayanan yang sesuai standar					
Empati						
13	Konsumen mudah berinteraksi dengan karyawan					

14	Karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada kosnumen					
15	Karyawan bersedia dalam menerima keluhan dan pengaduan					
Kepuasan Konsumen						
	Kesesuaian Harapan					
1	Pelayanan yang diberikan pihak restoran sesuai dengan harapan konsumen					
2	Fasilitas yang diberikan pihak restoran sesuai dengan harapan konsumen					
	Minat Berkunjung Kembali					
3	Mengunjungi restoran Weekend.ers 1bulan sekali					
4	Mengunjungi restoran Weekend.ers hanya ada ajakan teman					
5	Mengunjungi restoran Weekend.ers lebih dari 1x dalam 1bulan					
	Kesediaan Merekomendasi					
6	Merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk membuat acara direstoran weekend.ers					
7	Merekomendasikan Restoran weekend.ers untuk berakhir pekan kepada teman atau keluarga					

4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	1	5	4	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	71
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	70
4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	64
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	65
3	3	5	5	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	66
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	68
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	67
5	3	4	5	4	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4	65
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	69
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	69
4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	62
4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	66
5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	67
5	4	3	3	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	65
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	70
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73
5	4	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	2	64
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	71
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	72
4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	2	68
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	66
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	70
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	70
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	64
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	67
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	68
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	64
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	3	5	4	65
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	67
5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	71
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	69

5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	71
5	3	4	5	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	68
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	68
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	67
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	71
5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4	61
4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	65
4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
5	4	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	61
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	71
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	72
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	66
5	4	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	69
5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	62
4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	62
5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	66

KEPUASAN KONSUMEN							
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	TOTAL
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
3	3	3	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	5	4	29
3	3	3	3	3	4	3	22
4	4	5	4	4	4	4	29
3	3	3	4	4	4	4	25
3	3	3	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	3	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	4	5	4	5	5	33

3	4	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	3	3	4	3	24
4	4	5	5	4	4	5	31
3	4	3	4	4	4	4	26
5	4	5	4	5	5	4	32
4	4	4	5	5	4	5	31
5	5	5	4	4	4	4	31
3	5	4	4	5	3	4	28
3	3	4	4	4	3	4	25
3	4	4	3	3	3	3	23
5	4	4	5	4	5	5	32
4	5	5	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	4	5	34
4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	3	5	4	4	5	30
5	5	5	4	4	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	4	4	31
5	4	4	4	4	4	4	29
3	3	3	4	4	4	4	25
4	4	4	5	5	5	5	32
4	5	5	4	5	5	5	33
3	4	3	5	5	5	4	29
4	3	5	5	5	5	4	31
3	4	3	4	5	4	3	26
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	5	4	5	31
4	5	3	5	4	4	5	30
4	4	4	5	5	5	5	32
4	5	4	4	5	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	5	5	5	31
3	4	3	4	5	4	5	28
4	5	4	4	5	4	5	31
4	4	4	5	5	5	4	31
4	5	5	5	5	5	4	33
5	4	5	5	5	5	5	34

4	5	4	5	5	5	5	33
5	5	5	4	5	4	5	33
4	4	5	4	4	4	5	30
4	4	4	4	5	5	5	31
5	4	4	4	3	4	5	29
5	5	5	4	5	4	5	33
5	5	4	4	5	3	5	31
5	5	4	5	5	5	5	34
5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	5	3	3	3	5	29
5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	4	4	4	4	5	31
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	4	4	4	4	30
4	5	4	4	4	4	5	30
5	5	5	4	4	4	5	32
4	5	4	5	4	5	4	31
5	5	5	4	4	4	5	32
4	5	4	4	4	4	4	29
5	5	5	3	3	4	5	30
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	3	3	3	3	3	22
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	3	4	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	4	4	5	4	4	29
4	4	5	4	4	4	4	29
5	4	5	4	5	4	4	31
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	3	4	4	4	4	26
4	4	5	3	4	4	3	27
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28

	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X.13	Pearson Correlation	.013	.026	.074	.129	.003	-.019	-.043	.036	.554**	.665**	.340**	.426**	1	.231*	.189	.524**
	Sig. (2-tailed)	.895	.796	.467	.201	.979	.849	.672	.723	.000	.000	.000	.000		.021	.060	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X.14	Pearson Correlation	.089	-.026	.013	.117	-.113	-.095	-.038	-.109	.486**	.164	.228*	.454**	.231*	1	.025	.392**
	Sig. (2-tailed)	.379	.795	.901	.248	.261	.345	.707	.279	.000	.103	.023	.000	.021		.806	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X.15	Pearson Correlation	-.024	-.017	.036	.030	-.027	-.029	-.018	.004	.060	.245*	.082	.099	.189	.025	1	.261**
	Sig. (2-tailed)	.809	.867	.719	.766	.787	.771	.860	.965	.550	.014	.417	.328	.060	.806		.009
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL X	Pearson Correlation	.590**	.541**	.497**	.628**	.492**	.389**	.203	.434**	.585**	.506**	.356**	.578**	.524**	.392**	.261**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.043	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	TOTAL.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.548**	.632**	.309**	.236*	.283**	.514**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.018	.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.548**	1	.599**	.250*	.214*	.188	.467**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.012	.032	.060	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.632**	.599**	1	.215*	.253*	.271**	.357**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.031	.011	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.309**	.250*	.215*	1	.668**	.618**	.587**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.002	.012	.031		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.236*	.214*	.253*	.668**	1	.479**	.489**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.018	.032	.011	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.283**	.188	.271**	.618**	.479**	1	.331**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.004	.060	.006	.000	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.514**	.467**	.357**	.587**	.489**	.331**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.743**	.690**	.709**	.715**	.659**	.622**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas Y dan X Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	15

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	7

Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.78383621
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.048
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

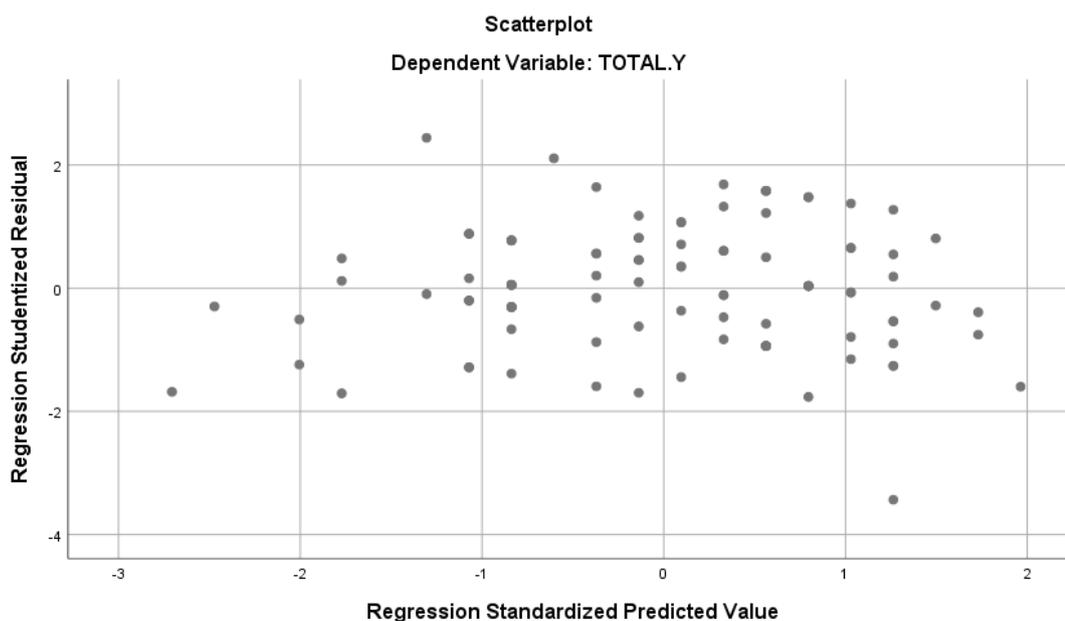
d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	10.691	4.315		2.477	.015		
	TOTALX	.293	.066	.411	4.461	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran 8 Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.691	4.315		2.477	.015
	TOTAL.X	.293	.066	.411	4.461	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Lampiran 9 Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.691	4.315		2.477	.015
	TOTAL.X	.293	.066	.411	4.461	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Lampiran 10 Uji Determinasi (R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.411 ^a	.169	.160	2.798

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

