



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI RUMAH MAKAN IKAN BAKAR  
BAMBU HAUR SENTUL**

**SKRIPSI**

Diajukan oleh :

Muhamad Ichsan Alfian

021117370

[michsana7@gmail.com](mailto:michsana7@gmail.com)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PAKUAN**

**BOGOR**

**JULI 2024**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI RUMAH MAKAN IKAN BAKAR BAMBU  
HAUR SENTUL**

Skripsi

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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
(Towaf Totok Irawan S.E., M.E., Ph. D.)

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI RUMAH MAKAN IKAN BAKAR  
BAMBU HAUR SENTUL.**

**SKRIPSI**

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada hari Kamis, 25 Juli 2024

Muhamad Ichsan Alfian

021117370

Menyetujui,

Ketua Penguji Sidang  
(Hj. Sri Hartini, Dra. M.M)



Ketua Komisi Pembimbing  
(Dr. Agus Setyo Pranowo, S.E., M.M.)



Anggota Komisi Pembimbing  
(Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M.).



## LEMBAR HAK CIPTA

---

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

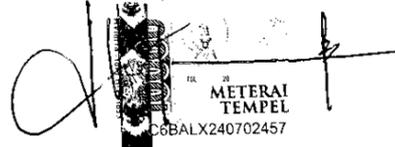
Nama : Muhamad Ihsan Alfian  
NPM : 021117370  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Pelanggan Di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur  
Sentul

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 kutipan 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, 25 Juli 2024



Muhamad Ihsan Alfian  
021117370

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun  
2024

**Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**

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

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

## ABSTRAK

MUHAMAD ICHSAN ALFIAN 021117370 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, dibawah bimbingan AGUS SETYO PRANOWO dan BAYU DWI PRASETYO, 2024

Persaingan dalam bisnis kuliner di Sentul Bogor khususnya di rumah makan ikan bakar bambu haur Sentul mengalami perkembangan yang cukup pesat. Untuk itu pemilik rumah makan harus dapat menciptakan kualitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan seperti meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan ikan bakar bambu haur Sentul.

Jenis atau penelitian yang di pakai adalah penelitian asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan kausal antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif Penelitian deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang umum. Dengan jumlah responden 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji f (pengujian hipotesis secara simultan), analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi (uji  $r^2$ ) dan uji t (pengujian hipotesis secara parsial) yang diolah dengan menggunakan *IMB SPSS 25*.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul diterima. Besar pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dapat dibuktikan dengan hasil dari perhitungan Uji F yang memiliki hasil nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau  $F_{hitung}$  sebesar 42,971 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,31 atau ( $42,971 > 2,31$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul sudah baik dan memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap kepuasan pelanggannya. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap) dan *Assurance* (jaminan) (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,644 berarti bahwa 64% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 35,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

**Kata kunci:** *Tangible, responsiveness, reliability, assurance, kepuasan pelanggan*

## PRAKATA

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT karena telah memberikan rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN IKAN BAKAR BAMBU HAUR SENTUL”**. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada baginda rasul Muhammad SAW, sebagai suri tauladan umat manusia di dunia.

Penyajian proposal ini penulis menyadari bahwa masih belum mendekati kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan koreksi dan saran yang sifatnya membangun sebagai bahan masukan yang bermanfaat demi perbaikan dan peningkatan diri dalam bidang ilmu pengetahuan. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Kedua Orangtua saya dan Adik tercinta yang senantiasa selalu memberikan do'a kasih sayang, serta dukungannya baik moral maupun material tiada henti-hentinya.
2. Bapak Prof. Dr. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Prof. Towaf T. Irawan S.E. M.E., Ph. D. Selaku dekan Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Martanti Endah L, S.E., M.Si., CMA., CAPM, selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Dr. Asep Alipudin, S.E., M.Ak. selaku wakil dekan Bidang Administrasi Keuangan dan Sumber Daya Manusia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak, MM., CA. Selaku ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Bapak Dr. Agus Setyo Pranowo SE. MM. Selaku Ketua Komisi Pembimbing.
8. Bapak Bayu Dwi Prasetyo, SE.,MM. Selaku Anggota Komisi Pembimbing.
9. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha dan Karyawan Perpustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
10. Rekan-rekan kelas G manajemen angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti.
11. Sahabat-sahabatku Muhamad Sauqi Nabhan, Muhamad Sakti Albarr, Duta Putra Prayoga. Terima kasih atas dukungan, masukan dan hiburan yang selalu diberikan kepada saya. Semangat dan sukses buat kalian semua.

12. Venti Siti Vauziah S.Kom. yang Selalu ada disekitar penulis disaat suka maupun duka, terima kasih banyak sudah selalu menghibur, menyemangati, memberikan energi positif dan selalu mengingatkan untuk terus berjuang.
13. Kepada pihak Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
14. Semua pihak yang sudah ikut serta membantu kesuksesan penulis dalam kegiatan penelitian ilmiah ini yang tidak mungkin dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Akhir kata, semoga penulis skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi semua pihak yang berkepentingan dan semoga Allah SWT membalas semua amal dan kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal penelitian ini.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>1</b>
<b>LEMBAR HAK CIPTA .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah.....	9
1.2.1    Identifikasi Masalah .....	9
1.2.2    Perumusan Masalah .....	10
1.3    Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1    Maksud Penelitian.....	10
1.3.2    Tujuan Penelitian .....	10
1.4    Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1    Kegunaan Praktis .....	10
1.4.2    Kegunaan Akademis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1    Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1    Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.2    Tujuan Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.3    Fungsi Manajemen Pemasaran.....	12
2.2    Kualitas Pelayanan .....	14
2.2.1    Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.2    Indikator Kualitas Pelayanan .....	14
2.3    Kepuasan Pelanggan .....	16
2.3.1    Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	16
2.3.2    Indikator Kepuasan Pelanggan.....	17
2.4    Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran .....	19
2.4.1    Penelitian Sebelumnya .....	19
2.4.2    Kerangka Pemikiran.....	26
2.5    Hipotesis Penelitian.....	28

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Objek Penelitian, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	29
3.3.1 Jenis Data Penelitian.....	29
3.3.2 Sumber Data Penelitian.....	29
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	29
3.5 Metode Penarikan Sampel.....	31
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7 Metode Analisis Data.....	33
3.7.1 Uji Validitas.....	33
3.7.2 Uji Reabilitas.....	34
3.7.3 Teknik Analisis Deskriptif.....	34
3.7.4 Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	35
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	38
3.7.7 Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur.....	40
4.1.2 Struktur Organisasi.....	41
4.1.3 Uraian Tugas.....	41
4.2 Hasil Uji Metode Analisis Data.....	44
4.2.1 Uji Validitas.....	44
4.2.2 Uji Reabilitas.....	46
4.3 Pembahasan.....	47
4.3.1 Kualitas Pelayanan (Variabel X).....	47
4.3.2 Kepuasan Pelanggan (Variabel Y).....	56
4.3.3 Rata-rata, Deviasi Standar dan Korelasi Antar Variabel.....	63
4.4 Pengujian Hipotesis.....	64
4.4.1 Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	64
4.4.2 Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	66
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69

4.4.4	Koefisien Determinasi.....	71
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>74</b>
5.1	Kesimpulan .....	74
5.2	Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>76</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman 2019-2023 .....	2
Tabel 1. 2	Pertumbuhan Rumah Makan Di Indonesia Tahun 2019-2023.....	3
Tabel 1. 3	Pertumbuhan Rumah Makan di Kabupaten Bogor Tahun 2019-2023..	4
Tabel 1. 4	Pesaing Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur di Kawasan Jl. Alternatif Sentul Tahun 2019-2022 .....	6
Tabel 1. 5	Data Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur.....	7
Tabel 1. 6	jumlah keluhan yang diterima oleh rumah makan ikan bakar bambu haur.....	8
Tabel 2. 1	Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel 3. 1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul Bogor.....	29
Tabel 3. 2	Skala Likert .....	32
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden .....	42
Tabel 4. 2	Usia responden.....	43
Tabel 4. 3	Pekerjaan Responden .....	43
Tabel 4. 4	Pengetahuan Responden .....	44
Tabel 4. 5	Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X).....	45
Tabel 4. 6	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) .....	45
Tabel 4. 7	Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X).....	46
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan (Y) .....	47
Tabel 4. 9	Tanggapan Responden Mengenai Tangible Pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul .....	47
Tabel 4. 10	Tanggapan responden mengenai reliability (kehandalan) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul .....	50
Tabel 4. 11	Tanggapan responden mengenai Responsiveness (daya tanggap) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.....	52
Tabel 4. 12	Tanggapan responden mengenai Assurance (jaminan) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul .....	53
Tabel 4. 13	Rata-rata Skor Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel 4. 14	Tanggapan responden mengenai Kesesuaian Harapan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul .....	56
Tabel 4. 15	Tanggapan Responden Mengenai Minat Berkunjung Kembali pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.....	58
Tabel 4. 16	Tanggapan responden mengenai ketersediaan merekomendasi pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.....	60
Tabel 4. 17	Rata-rata Skor Kepuasan Pelanggan .....	62
Tabel 4. 18	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 4. 19	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	65
Tabel 4. 20	Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	66
Tabel 4. 21	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia .....	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman Tahun 2019-2023 .....	3
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Rumah Makan Di Indonesia Tahun 2019-2021 .....	3
Gambar 1. 4 Pertumbuhan Rumah Makan di Kabupaten Bogor Tahun 2019-2022 .....	4
Gambar 1. 5 Data Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur.....	7
Gambar 2. 1 Konstelasi Pemikiran .....	28
Gambar 3. 1 Garis Kontinum Interpretasi Nilai.....	35
Gambar 4. 1 Struktur organisasi rumah makan ikan bakar bambu haur.....	41
Gambar 4. 2 Persentase Tangible (Bukti Fisik) dalam Garis Kontinum.....	49
Gambar 4. 3 Persentase Reability (Kehandalan) dalam Garis Kontinum .....	51
Gambar 4. 4 Persentase Responsiveness (Daya Tanggap) dalam Garis Kontinum .....	53
Gambar 4. 5 Persentase Assurance (jaminan) dalam Garis Kontinum .....	55
Gambar 4. 6 Persentase Kualitas Pelayanan dalam Garis Kontinum.....	56
Gambar 4. 7 Persentase Kesesuaian Harapan dalam Garis Kontinum.....	58
Gambar 4. 8 Persentase Minat Berkunjung Kembali dalam Garis Kontinum .....	60
Gambar 4. 9 Persentase Ketersediaan Merekomendasikan dalam Garis Kontinum.....	62
Gambar 4. 10 Persentase Kepuasan Pelanggan dalam Garis Kontinum.....	63

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Munculnya pandemi Covid-19 menyebabkan dampak buruk bagi perekonomian dunia khususnya di Indonesia, terutama pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Hal ini disebabkan karena diberlakukannya peraturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang menimbulkan *lockdown* di berbagai tempat. Bukan hanya PSBB, tetapi juga PPKM (Pemberlakuan Kegiatan Masyarakat) oleh pemerintah menyebabkan banyak jalan besar ditutup, adanya pembatasan jam malam, banyaknya razia pedagang yang membuat penurunan tersebut semakin anjlok (Nalini, 2021).



Gambar 1. 1Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik), pada tahun 2020 Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi sebesar -2,07%. Ini menyebabkan perekonomian pada tahun itu mengalami penurunan atau deflasi yang cukup drastis dikarenakan perkembangan ekonomi Indonesia bergerak kurang stabil. Sebelum adanya pandemi Covid-19, di tahun 2019 pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,02%. Setelah diberlakukannya “*new normal*” dan banyak masyarakat yang sudah melakukan vaksinasi sehingga membuat aktivitas ekonomi mulai berjalan kembali, pertumbuhan ekonomi Indonesia sedikit meningkat dimana sebelumnya mengalami deflasi, di tahun 2021 meningkat mencapai 3,69%, kemudian di tahun 2022 meningkat kembali mencapai 5,31%, setelah itu pada tahun

2023 pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan kembali 5,05% dan penurunan tersebut sebanyak -0,26%.

Pada era modern saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan peningkatan persaingan semakin ketat. Dalam meningkatkan persaingan, pengusaha harus mampu memahami keinginan yang membutuhkan pelanggan. Dengan memahami keinginan dan kebutuhan tersebut, maka akan memberi masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan bertahan dalam persaingan pasar.

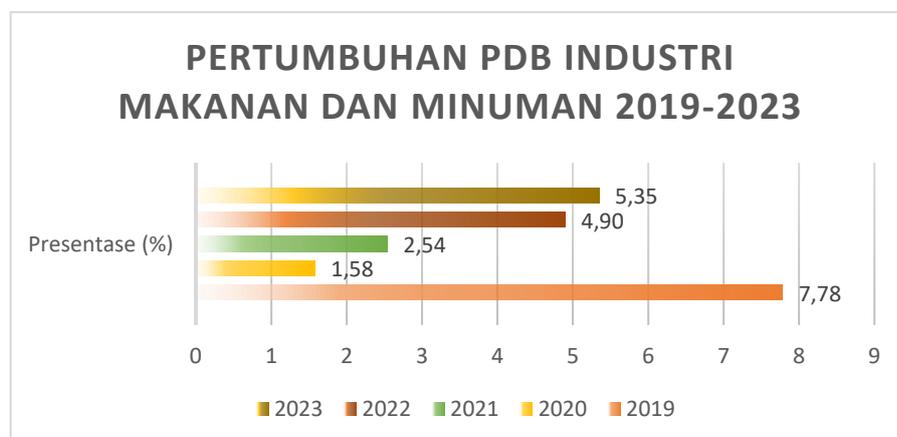
Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat terlepas dari kebutuhan, baik kebutuhan primer (pokok), sekunder, maupun tersier. Dengan adanya kebutuhan tersebut menjadi daya tarik bagi para pemilik modal untuk mengembangkan usaha, salah satunya di bidang pelayanan makanan, seperti restoran, *cafe*, dan rumah makan.

Tabel 1. 1 Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman 2019-2023

No.	Tahun	Presentase (%)
1.	2019	7,78
2.	2020	1,58
3.	2021	2,54
4.	2022	4,90
5.	2023	5,35

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Berikut ini ditampilkan grafik pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman Tahun 2019-2023.



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Gambar 1. 2 Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman Tahun 2019-2023

Berdasarkan data dari tabel di atas diketahui bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman (mamin) setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun pada tahun 2020 lalu yang tercatat 1,58% kinerja industri makanan dan minuman cenderung mengalami perlambatan. Jumlah itu meningkat sebanyak 8,23% pada tahun 2021 sampai tahun 2023 mengalami pertumbuhan yang menandakan bahwa industri makanan dan minuman telah pulih dari dampak pandemi Covid-19.

Tabel 1. 2 Pertumbuhan Rumah Makan Di Indonesia Tahun 2019-2023

No.	Tahun	Unit	Presentasi (%)
1	2019	8.304	-
2	2020	8.042	-3,16
3	2021	8.260	2,71
4	2022	8.904	7,08
5	2023	8.960	7,13

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berikut ini ditampilkan grafik penjualan rumah makan di Indonesia tahun 2019-2022:



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Gambar 1. 3 Pertumbuhan Rumah Makan Di Indonesia Tahun 2019-2021

Berdasarkan data pertumbuhan rumah makan di Indonesia diketahui bahwa pada tahun 2020 terjadi penurunan pertumbuhan rumah makan yang mencapai presentase angka -3,16%. Meskipun kinerja tahun 2020 turun cukup dalam akibat

adanya kebijakan pembatasan aktivitas untuk mencegah penyebaran covid 19, tetapi di tahun berikutnya mampu untuk bangkit dan tumbuh sebesar 7,13%.

Tabel 1. 3 Pertumbuhan Rumah Makan di Kabupaten Bogor Tahun 2019-2023

No.	Tahun	Unit
1	2019	453
2	2020	638
3	2021	501
4	2022	618
5	2023	628

Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id>

Berikut ini ditampilkan grafik penjualan rumah makan di Kabupaten Bogor tahun 2019-2023



Gambar 1. 4 Pertumbuhan Rumah Makan di Kabupaten Bogor Tahun 2019-2022

Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id>

Berdasarkan data di atas pertumbuhan jumlah restoran dan rumah makan di Kabupaten Bogor diketahui bahwa pada tahun 2019 sampai 2021. Kondisi ini akan menimbulkan persaingan dalam bidang usaha makanan. Persaingan bisnis yang cukup ketat ini menuntut para pelaku usaha untuk berlomba-lomba menawarkan keunggulan yang mereka miliki untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut. Salah satu hal dalam mencapai keunggulan persaingan tersebut adalah dengan melakukan peningkatan akan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dimanis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebuah

rumah makan atau restoran memerlukan standar pelayan yang baik dan maksimal agar pelanggan merasa nyaman dan puas bukan hanya dalam hal makanan atau minuman saja melainkan juga dari kesigapan dan keramah-tamahan para karyawan resto dalam melayani pelanggan. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepadanya. Sering kali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan.

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebutkan gastronomi atau tata boga yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menyiapkan hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayannya. Walaupun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan *take-out* dan *delivery service* untuk melayani pelanggannya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya, misalnya rumah makan *chinese food*, rumah makan Padang, rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) dan sebagainya.

Masih sangat banyak para pengelola rumah makan yang mengabaikan aspek penting dalam bisnis ini yaitu Kualitas Sumber Daya Manusia dalam memberikan pelayanan yang terbaik, baik di bagian pelayanan (*service*) maupun di bagian pengolahan masih banyak dari mereka yang tidak mendalami akan pentingnya menjaga kualitas makanan atau minuman dan pelayanan di rumah makan yang dikelola demi memuaskan pelanggannya.

Membangun kepuasan pelanggan tidak begitu saja mudah diraih, tetapi memerlukan proses yang panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan guna meyakinkan pelanggan untuk setia pada produk atau jasa yang ditawarkan. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam mencapai kualitas pelayanan yang optimal, orientasi dunia pemasaran (*marketing*) telah mengalami perubahan dari produk *oriented* kepada *customer satisfied oriented*.

Salah satu bisnis kuliner yang ada di kabupaten bogor adalah Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul yang menyajikan makanan rumahan dan seafood dengan menu utama yaitu ikan bakar haur. Ikan bakar haur merupakan menu ikan patin dengan berlimpah bumbu yang kemudian dibakar di dalam tabung bambu. Rumah Makan Ikan Bambu Haur Sentul berdiri dari tahun 2006 yang terletak di Jl. Alternatif Sentul Jl. Sentul Raya No.38, RT.05/RW.05, Sentul, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat (16810).

Selama ini Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul menyajikan cita rasa yang konsisten, hanya saja ketersediaan menu yang terdapat di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur cenderung kurang variatif tidak terlalu banyak menu yang membuat pelanggan kurang merasa puas. Disisi lain juga pelayanan yang ditawarkan kurang memuaskan, dikarenakan ada beberapa faktor salah satunya keterbatasan karyawan dalam penyajian makanan, sehingga pelanggan harus menunggu lama. Ketidakpuasan muncul karena pengharapan pelanggan tidak sama dengan kinerja yang diterima pelanggan dari rumah makan tersebut. Dan dari hasil observasi awal menunjukkan sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa produk makanan yang disajikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dinilai cukup memuaskan karena memiliki cita rasa tersendiri sehingga membuat pelanggan merasa ingin kembali, dari sisi pelayanan pelanggan merasa kurang puas, karena harus menunggu lama.

Seiring dengan perkembangan zaman tidak hanya Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur saja yang juga berkembang tetapi juga para pesaingnya, adapun data yang kami survey beberapa waktu ini terhadap pesaing Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur di daerah Jl. Alternatif Sentul dan sekitarnya ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 4

Pesaing Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur di Kawasan Jl. Alternatif Sentul Tahun 2019-2022

No.	Nama Rumah Makan	Alamat
1.	Rumah Makan Djoglo Koe	Jl. Alternatif Sentul No.354, Sentul, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor,
2.	Sop Djanda Special Sate Maranggi Sentul	Jl. Alternatif Sentul, Sentul, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16810
3.	Rumah Makan Sederhana Sentul	Jl. Alternatif Sentul, RT.01/RW.01, Sentul, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor.
4.	Rumah Makan Abah Sentul	Sentul, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor.

Sumber : Data Primer, 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingginya tingkat persaingan antar rumah makan yang ada di daerah Jl. Alternatif Sentul dan sekitarnya yang menawarkan berbagai macam makanan yang mempunyai inovasi dan semakin memperpanjang persaingan bisnis rumah makan yang ada di daerah Jl. Alternatif Sentul sekarang ini. Kondisi ini merupakan tantangan yang serius bagi Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur untuk menghadapi para pesaing seperti Rumah

Makan Djoglo Koe, Sop Djanda Special Sate Maranggi Sentul, Rumah Makan Sederhana Sentul, Rumah Makan Abah Sentul. Rumah makan di atas tersebut merupakan pesaing langsung karena adanya kesamaan pasar sasarnya.

Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur berada di tengah-tengah pusat keramaian, tetapi bukan menjadikan jaminan mendapat *market share* yang baik, hal ini ditunjukkan dengan persaingan yang ketat dengan munculnya Rumah Makan atau Resto yang sejenis dan menawarkan masakan yang tak jauh berbeda dengan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur, sehingga penjualan dan laba yang diperoleh oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur pasang surut setiap tahunnya. Berikut data jumlah pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur pada tahun 2019-2022.

Tabel 1. 5 Data Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur

Tahun	Jumlah Pelanggan	Presentasi (%) naik
2019	7491	14,38%
2020	7083	-5,45%
2021	6784	-4,22%
2022	6534	-3,69%

Sumber: Data Sekunder, Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur



Gambar 1. 5 Data Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur

Sumber: Data Sekunder, Jumlah Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa data pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur mengalami penurunan pada tahun 2020 yang mencapai persentase penurunan -5,45%. Pada tahun berikutnya 2021 mengalami penurunan -

4,22%. Penurunan yang terjadi dikarenakan pengunjung merasa kurang puas dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan. Hal ini membuat rumah makan ikan bakar bambu haur melakukan strategi lain sehingga akhirnya mampu meningkat di tahun berikutnya. Dan yang harus diperhatikan dalam hal ini oleh pengusaha dengan menganalisis keluhan keluhan pelanggan, seperti misalnya yang terkadang memakan waktu relatif lama dan hasil akhir yang terkadang kurang memenuhi permintaan pelanggan. Pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggan nya serta mempelajari faktor faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya.

Di dalam menentukan kepuasan pelanggan khususnya mengenai rumah makan, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimana pun juga memiliki keinginan yang sama dimana makanan yang ia makan, yang memasak, bahan makan, pengolahan serta tempatnya yang harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit. Semua faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan, harga, promosi, varian produk, tentang rumah makan ikan bakar bambu haur belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan nya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali serta seberapa besar pengaruhnya terhadap para pelanggan.

Perusahaan perlu memperbaiki kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas atas biaya yang sudah mereka keluarkan yang selama ini dirasa masih kurang sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan yang diberikan harus dijaga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Hal tersebut mutlak dilakukan oleh pemilik usaha yang sedang dikelola. Jika sebuah ingin bertahan hidup di persaingan yang ketat, maka harus memikirkan cara yang efektif agar dapat bersaing. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal tanpa konsumen merasa dibebani oleh pelayanan jasa tersebut, berikut

Tabel 1. 6

Jumlah keluhan yang diterima oleh rumah makan ikan bakar bambu haur

No.	Jenis Keluhan	Banyaknya Orang
1.	Kebersihan tempat	3
2.	Penampilan karyawan	4
3.	Kurangnya daya tanggap karyawan	3
Jumlah		10

Sumber : Data Sekunder, Jumlah Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur

Berdasarkan sumber data di atas dapat di lihat bahwa pelanggan rumah makan ikan bambu haur Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur masalah yang di temui yaitu belum

terpenuhnya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan seperti, kurangnya bukti fisik (*tangible*) karyawan saat melayani pelanggan dalam menjaga kebersihan diri dan penampilannya. Tidak hanya itu peneliti juga menemukan masalah dimana pelayanan yang diberikan karyawan tidak sesuai prosedur, pelayanan yang diberikan asal cepat selesai saja fasilitas yang diberikan juga membuat pelanggan kecewa. Ditemui juga masalah kualitas pelayanan belum memenuhi syarat-syarat pelayanan yang sesuai oleh karyawan kepada pelanggan, seperti sebagian karyawan yang memberikan jenis pelayanan belum sesuai dengan keinginan pelanggan (kurangnya daya tanggap) dan kurangnya empati (*emphaty*) karyawan terhadap pelanggan yang berkunjung serta tidak menyiapkan tempat tentang pesan dan kesan (menanyakan kritik dan saran pelanggan) apakah mereka puas atau tidak dengan pelayanan yang diberikan.

Makanan adalah kebutuhan utama makhluk hidup, tidak hanya manusia, hewan serta tumbuhan juga membutuhkan makanan. Umumnya orang akan memasak sendiri makanan yang akan di makan, dengan maksud lebih hemat dan terjamin, namun seiring perkembangan seseorang sibuk dengan kegiatannya. Hal tersebut menjadi peluang bagi pemilik usaha kuliner yang tersebar dimana-mana, khususnya Kabupaten Bogor. Alasan lain yang membuat orang suka makan di rumah makan adalah karena perbedaan suasana, serta kenyamanan yang di dapatnya dari fasilitas yang memang sengaja disediakan untuk kenyamanan tamu ketika makan.

Tetapi makanan yang nikmat yang lezat belum cukup untuk menarik para konsumen yang di mana kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh para *wairter/waitres* di mana kurangnya keramah-tamahan cara pengorderan, cara penyajian, hingga sampai cara pembayaran yang dilakukan oleh tamu untuk membayar makanan yang sudah dipesan sehingga konsumen pun akan berpikir dua kali untuk berkunjung kembali ke rumah makan tersebut. Faktor kebijakan harga yang kurang sesuai dengan mutu rasa yang diberikan, kemungkinan terjadi penyebab rendahnya konsumen untuk berkunjung ke rumah makan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul '**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul**'.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka permasalahan penelitian di identifikasikan sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing usaha sejenis rumah makan yang berada disekitar lokasi.

2. Adanya penurunan jumlah pelanggan pada tahun 2022.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka perumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan mengumpulkan data mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul sebagai dasar penyusunan proposal, sehingga dapat diperoleh pemecahan masalah terbaik dari suatu penelitian.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur.
2. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan sumbangan ide bagi perkembangan keilmuan, terutama ilmu manajemen pemasaran dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas pelanggan. Selain ilmu sebagai bahan perbandingan dan informasi bagi mereka yang tertarik untuk melakukan penelitian dibidang yang sama.

### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan pemikiran yang bermanfaat bagi rumah makan ikan bakar bambu haur sentul dalam mengambil keputusan khususnya dalam hal kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kualitas pelanggan

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Manajemen Pemasaran**

##### **2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu aktivitas yang dapat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan aktivitas Pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan cara memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perusahaan selalu berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan akan produk dan jasa yang memperoleh keuntungan dari proses pertukaran tersebut. Tujuan tersebut dapat dicapai apabila perusahaan tidak memandang rendah kegiatan pemasaran karena pemasaran adalah salah satu komponen penting yang perlu diperhatikan dalam sebuah perusahaan untuk dapat mempertahankan kegiatan usahanya secara berkesinambungan. Pemasaran mencakup semua kegiatan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungannya secara kreatif dan menguntungkan. Adapun pengertian pemasaran dapat didefinisikan menurut beberapa para ahli sebagai berikut:

Menurut Kotler (2017) “Manajemen Pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan”. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, mempertahankan, dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan penyampaian, dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul. Menurut Malau (2017) menyatakan Pemasaran (*marketing*) merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalkan pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan terhadap uang yang dimiliki oleh pelanggan.

Menurut Philip Kotler dan Keller (2017) manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran (*target market*) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi

Kemudian Kotler dan Keller menambahkan penjelasan mengenai manajemen pemasaran yaitu sebuah ilmu yang mempelajari tentang tata cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan keunggulan suatu

nilai kepada pelanggan. Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas, barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, property (hak kepemilikan), organisasi, informasi dan ide

Dengan demikian manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu meraih pasar sasaran dan mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan sesuai perencanaan, pengarahan dan pengawasan kegiatan pemasaran di perusahaan, membangun hubungan yang baik dengan konsumen atau pelanggan agar menguntungkan bagi perusahaan.

### **2.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran**

Tujuan manajemen pemasaran adalah membuat agar penjual berlebihan dan mengetahui serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk (*service*) cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya. Dengan perkembangannya masyarakat maka keinginan masyarakat berkembang pula. dilain pihak produsen mengambil langkah khusus dan promosi untuk menggerakkan keinginan masyarakat terhadap produk yang dipromosikan sebagai pemuas dari salah satu atau lebih kebutuhan manusia. Sunyoto (2015).

Selanjutnya Peter Drucker dalam Philip kotler (2018) tujuan manajemen pemasaran adalah membuat agar penjualan berlebihan dan mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanan cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya. Konsep pemasaran yaitu untuk mencapai tujuan perusahaan maka harus mengetahui dan menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang efektif dan efisien dibanding dengan perusahaan pesaing.

Kemudian menurut Kotler (2017) tujuan Manajemen Pemasaran membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Keller (2017), disebutkan bahwa strategi pemasaran yang terarah dan terintegrasi dapat meningkatkan kesadaran merek, memengaruhi persepsi konsumen, dan mendorong keputusan pembelian. Dengan menggunakan alat dan teknik pemasaran yang tepat, organisasi dapat mengoptimalkan alokasi sumber daya dan mencapai hasil yang diinginkan.

Dengan demikian penjelasan diatas dapat dipahami bahwa tujuan manajemen pemasaran adalah untuk mempengaruhi tingkat, jangkauan waktu, komposisi permintaan, sehingga membantu organisasi mencapai sasarannya.

### **2.1.3 Fungsi Manajemen Pemasaran**

Fungsi manajemen pemasaran yang dikemukakan menurut Sudaryono (2016) adalah sebagai berikut:

### 1. Fungsi Pertukaran

Dengan adanya pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen. Baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (*barter*) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali. Pertukaran salah satu dari empat cara orang mendapatkan suatu produk.

### 2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati konsumen yang membutuhkan dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk 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, pencairan informasi serta standarisasi dan penggolongan (klarifikasi) produk.

Fungsi manajemen pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Kegiatan ini dilakukan dengan cara membuat produk, menentukan harga, menentukan tempat penjualan, dan mempromosikan produk kepada konsumen. Adapun beberapa fungsi manajemen pemasaran yakni fungsi pertukaran, fungsi distribusi fisik, dan fungsi perantara. (Radna Adi Wibowo, 2021).

Sedangkan Kotler (2017) mengemukakan bahwa, fungsi manajemen pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan strategi dan rencana pemasaran.
2. Merebut pencerahan pemasaran, untuk memahami apa yang terjadi di dalam dan diluar perusahaan.
3. Berhubungan dengan pelanggan, harus mempertimbangkan bagaimana caranya menciptakan nilai terbaik untuk pasar sasaran.
4. Membangun merk yang kuat.
5. Membentuk tawaran pasar yang mencakup mutu produk, rancangan, fitur dan kemasan.
6. Menyerahkan nilai harus menentukan bagaimana caranya menyerahkan secara tepat nilai yang dimasukkan oleh produk dan jasa pada dasar sasaran.

Berdasarkan teori diatas dapat dipahami fungsi manajemen adalah proses perencanaan, pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Tentu saja dalam fungsi manajemen pemasaran terdapat kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

## **2.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Sunyoto (2015) mengemukakan: “*Quality is degree to which a set inherent characteristic fulfils implied or obligator*” Menurut Tjiptono (2016) menyatakan kualitas pelayanan sebagai berikut “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kemudian menurut Kotler (2018) Kualitas pelayanan adalah upaya untuk mengimbangi harapan konsumen melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaiannya kepada konsumen. didengar, atau dibaui sebelum dibeli. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan karena kualitas pelayanan memberikan kesan penting serta menjadi salah satu hal yang memberikan kesan kenyamanan para konsumen.

Berdasarkan definisi di atas maka penulis berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

### **2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2016) mengungkapkan ada terdapat lima faktor kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (*Emphaty*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian

yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.

3. Cepat Tanggap (*Responsiviness*), yaitu kemajuan 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. Keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan 34 konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.
5. Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugas, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknik yang baik.

Menurut Tjiptono (2018) kualitas pelayanan yaitu :

1. Keandalan

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Ketanggapan dan kepedulian (*Responsiveness*)

Ketanggapan atau kepedulian adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan dan harapan pelanggan.

3. Jaminan kepastian (*Assurance*)

Jaminan kepastian adalah kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dari 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.

#### 5. Berwujud (*Tangible*)

Berwujud adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai, dan sarana informasi dan komunikasi.

Menurut Parasuraman (2018) mengemukakan yaitu :

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reability*), yaitu memberikan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiviness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang di miliki para staf, bebas dari bahaya dan risiko, atau keragu-raguan.
5. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan beberapa para ahli di atas maka penulis menyimpulkan bahwa untuk mengukur kualitas pelayanan maka digunakan lima dimensi yang terdiri dari *Tangibles*, *Emphaty*, *Reability*, *Responsiviness*, dan *Assurance*.

## 2.3 Kepuasan Pelanggan

### 2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat, sehingga secara sederhana dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu”. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kepuasan konsumen atau pelanggan, sehingga perusahaan harus jeli melihat pergeseran kebutuhan dan keinginan yang sangat cepat berubah. Pembeli akan mempertimbangkan kepuasan berdasarkan harapan dan harga yang harus dibayar. Harapan dan harga harus beriringan agar menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan elemen pokok dalam

pemikiran dan praktik pemasaran modern. Persaingan akan dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan, kuncinya terletak dalam kemampuan memahami perilaku konsumen sasaran secara komprehensif, kemudian memanfaatkan pemahaman itu dalam merancang, mengkomunikasikan, dan menyampaikan program pemasaran secara lebih efektif dibandingkan para pesaingnya, tantangannya adalah bahwa perilaku konsumen itu dinamis dan dipengaruhi beraneka faktor, baik internal maupun eksternal.

Philip Kotler Dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan perasaan senang atau kecewa orang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Menurut Tjiptono (2016) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Kepuasan pelanggan terhadap pengalaman jasa tertentu akan mengarah pada evaluasi atau sikap keseluruhan terhadap kualitas pelayanan sepanjang waktu. Tjiptono & Chandra (2016) kualitas pelayanan merupakan anteseden bagi kepuasan pelanggan, terlepas dari apakah kedua konsep itu diukur pada pengalaman spesifik maupun sepanjang waktu.

Menurut beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan dan kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapatkan, meningkatnya kepuasan pelanggan diikuti pula dengan meningkatnya persepsi positif terhadap kualitas layanan. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menentukan harapan pelanggan agar perusahaan bisa memenuhi harapan tersebut.

### **2.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Hawsins Dan Lonney (2017) menyatakan bahwa atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

#### **1. Kesesuaian Harapan**

Merupakan tingkat kesesuaian kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- a) Produk yang diperoleh sesuai dengan melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas yang menunjang yang didapat melebihi yang diharapkan.

#### **2. Minat Berkunjung Kembali**

Merupakan ketersediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terkait, meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh pelanggan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk atau menggunakan jasa.
- c) Berniat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

### 3. Ketersediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah mengkonsumsi atau menggunakan jasa.

Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa indikator pembentuk kepuasan terdiri dari:

- 1) Keterjangkauan harga Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk, karena harganya sesuai dengan keterjangkauan masing-masing konsumen dan bervariasi sesuai jenis barang yang dipilih.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik, sedangkan yang lebih murah memiliki kualitas yang biasa saja. Namun ada juga produk yang menetapkan harga lebih rendah untuk menciptakan citra tertentu. Konsumen akan menilai apakah harganya sesuai dengan kualitasnya, bahkan apakah harga tersebut sesuai dengan hasil yang diinginkannya.
- 3) Daya saing harga Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut. Selain membandingkan dengan produk pesaing, biasanya konsumen akan tertarik dengan potongan harga yang ditawarkan oleh sebuah produk.

- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal.

Menurut (Fitzsimmons, James A., Mona J. Fitzsimmons, 2023) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

- 1) Kesesuaian Harapan, merupakan tingkat kesesuaian kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh perusahaan.
- 2) Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada teman dan keluarga.

Berdasarkan teori yang di kemukaan oleh para ahli di atas maka penulis menyimpulkan bahwa untuk mengukur indikator kepuasan pelanggan maka digunakan tiga dimensi yang terdiri dari Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali dan Ketersediaan Merekomendasikan.

## 2.4 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

### 2.4.1 Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan digunakan untuk menjadi bahan referensi, serta perbandingan dalam penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No.	Nama peneliti, judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
1.	Fitria Wulandari, 2020 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Variabel X Kualitas Pelayanan, Variabel Y: Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan 1. Menjaga Konsistensi kualitas makanan 2. Ketepatan jumlah penagihan	1. Uji Asumsi Klasik 2. Uji Parsial (Uji t)	Dapat di simpulkan Dimensi yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan

No.	Nama peneliti, judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
	Rumah Makan Ayam Penyet Jogja Di Aceh Barat Daya		3. Ketepatan waktu pemesanan 4. Pelayanan bebas kesalahan Kepuasan pelanggan 1. Menjadi lebih setia 2. Membeli lebih banyak 3. Memberikan gagasan-gagasan		adalah dimensi empati, sedangkan yang tidak berpengaruh adalah dimensi kehandalan.
2.	Kiki Hery Sandy, 2020 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ikan Bakar Cibiuk	Variabel X kualitas pelayanan, variabel Y: kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan 1. <i>Reliability</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Assurance</i> 4. <i>Empathy</i> 5. <i>Tangible</i> Kepuasan Konsumen 1. <i>Overall costumer</i> 2. Memenuhi harapan Pelanggan 3. Minat pembelian ulang	1. Uji f (Uji Stimultan) 2. Uji t (Uji Parsial) 3. Analisis regresi linier berganda 4. Koefisien Determinasi	Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>tangible</i> terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ikan Bakar Cibiuk dan pengaruh yang tidak signifikan

No.	Nama peneliti, judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
			4. Ketersediaan untuk Merekomendasikan		antara <i>empathy</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , dan <i>assurance</i> terhadap kepuasan konsumen
3.	Iis Maulidah, 2014 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember	Variabel X Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan variabel Y: kepuasan pelanggan	Kualitas Produk 1. Kinerja 2. Fitur 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Estetika  Kualitas Konsumen 1. Keandalan, 2. <i>Responsivitas</i> , 3. Jaminan 4. Empati 5. Wujud  Kepuasan Konsumen 1. <i>Loyalitas</i> 2. Rekomendasi dari mulut ke mulut.	1. Analisis Regresi Linier Berganda 2. Analisis Varian Garis Regresi 3. Uji f 4. Uji t 5. Uji Koefisien Determinasi Simultan (R <sup>2</sup> )	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sebesar 79,9% dan sisanya 20,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

No.	Nama peneliti, judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
					dalam penelitian ini. Variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yakni sebesar 40,7% sedangkan kualitas produk hanya berpengaruh sebesar 39,2%
4.	Juwanto, 2020 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Rahayu Demak	Variabel X kualitas pelayanan, Kualitas produk, harga variabel Y: kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan 1. Bukti fisik ( <i>Tangible</i> ) 2. Ekipa ( <i>Employee</i> )	1. Uji Asumsi Klasik 2. Uji Heteroskedastisitas 3. Uji Multikolinieritas 4. Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk berpengaruh

No.	Nama peneliti, judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
			<p><i>m</i> <i>pa</i> <i>th</i> <i>y</i>)</p> <p>3. Daya tanggap (<i>Respon sive ness</i>)</p> <p>4. Keandalan (<i>Reliability</i>)</p> <p>5. Jaminan (<i>Assurance</i>)</p> <p>Kualitas Produk</p> <p>1. Penampilan 2. Selera 3. Rasa 4. Tekstur 5. Berbeda</p>	<p>5. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)</p> <p>6. Uji t</p> <p>7. Uji f</p>	<p>positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.</p> <p>Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.</p>

No.	Nama peneliti, judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
			<p>Harga</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Makanan sesuai dengan kualitas yang ada</li> <li>2. Harga yang cukup terjangkau</li> <li>3. Harga yang ditawarkan setimpal dengan apa yang didapat (<i>worth it</i>)</li> </ol> <p>Kepuasan pelanggan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan atas kualitas pelayanan</li> <li>3. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan atas kualitas produk</li> <li>4. Kepuasan pelanggan secara</li> </ol>		

No.	Nama peneliti, judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
			keseluruhan atas harga		
5.	Haerul, 2019 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mas Kuning Kota Palopo	Variabel X kualitas pelayanan, variabel Y: kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan 1. <i>Realibity</i> (Kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) 3. <i>Asurance</i> (jaminan dan kepastian) 4. <i>Empathy</i> (Empati) 5. <i>Tangibles</i> (keberwujudan)  Kepuasan pelanggan 1. .Kebutuha 2. Keinginan\ Harapan	1. Uji Asumsi Klasik 2. Uji f 3. Uji t	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan mas kuning kota palopo tidak berpengaruh

Sumber : data diolah penulis, 2022

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu diatas, maka dapat dilihat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang sebagai berikut:

1. Fitria Wulandari (2020) dalam penelitian ini memiliki persamaan pada metode korelasi sederhana, namun memiliki perbedaan pada metode

penelitian yaitu perbedaan pada lokasi penelitian yaitu perbedaan pada lokasi penelitian serta indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Kiki Hery Sandy (2020): dalam penelitian ini memiliki persamaan pada metode uji validitas, namun memiliki perbedaan pada metode penelitian yaitu perbedaan pada lokasi penelitian yaitu perbedaan pada lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.
3. Iis Maulidah, (2014): dalam penelitian ini memiliki persamaan pada metode uji t, uji f analisis regresi berganda dan analisis koefisien determinasi, namun memiliki perbedaan pada metode penelitian dan perbedaan pada lokasi penelitian yaitu perbedaan pada lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Juwanto (2020): dalam penelitian ini memiliki persamaan pada metode uji t, uji f, uji analisis regresi berganda, namun memiliki perbedaan pada variabel x penelitian yang memiliki 2 variabel, metode penelitian dan perbedaan pada lokasi penelitian yaitu perbedaan pada lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.
5. Haerul (2019): dalam penelitian ini memiliki persamaan pada metode uji t dan uji f, namun memiliki perbedaan pada lokasi penelitian yaitu perbedaan pada lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **2.4.2 Kerangka Pemikiran**

Kepuasan pelanggan peningkatan yang tidak sesuai dengan persepsi harapan dengan yang telah dialami oleh konsumen akan menimbulkan ketidakpuasan yang diungkapkan dalam bentuk keluhan, pengaduan, protes, kemarahan, pemuatan terbuka di media masa sehingga dapat memicu perhatian masyarakat luar maupun dapat merusak citra dan posisi rumah makan. Oleh karena itu syarat menjadi rumah makan agar lebih sukses dalam persaingan di masa depan adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan konsumen. Dengan pelayanan yang baik dan tepat oleh perusahaan maka dapat membantu perusahaan dalam memperluas daerah pemasarannya dan akan meningkatkan daya tarik rumah makan.

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

Tujuan utama bisnis adalah menciptakan para pelanggan merasa puas karena kepuasan pelanggan merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Membangun kepuasan pelanggan merupakan inti dari probabilitas jangka panjang. Pelanggan yang puas dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan, agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan maka rumah makan harus mengenali dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan hak yang sangat penting untuk mempertahankan suatu bisnis untuk tetap berkembang bahkan lebih maju. Seperti yang telah dikemukakan oleh Tjiptono (2017) menyebutkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu : “Reabilititas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangibles*)”.

Menurut Hawsins Dan Lonney (2017) menyatakan bahwa atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

#### 4. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- d) Produk yang diperoleh sesuai dengan melebihi dengan yang diharapkan.
- e) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- f) Fasilitas yang menunjang yang didapat melebihi yang diharapkan.

#### 5. Minat Berkunjung Kembali

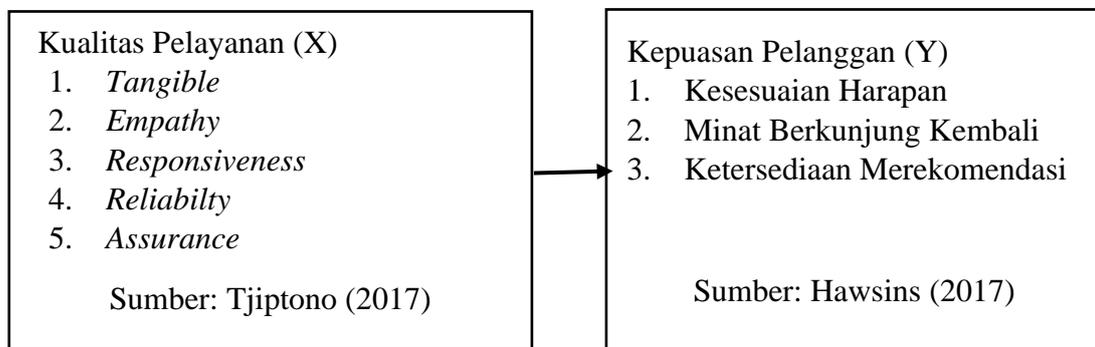
Merupakan ketersediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terkait, meliputi:

- d) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh pelanggan memuaskan.
- e) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk atau menggunakan jasa.
- f) Berniat untuk berkunjung kembali karena fasilitas menunjang yang disediakan memadai.

#### 6. Ketersediaan Merekomendasi

- d) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- e) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
- f) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah mengkonsumsi atau menggunakan jasa.

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul Bogor, maka dari itu saya sebagai peneliti membuat konstelasi sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Konstelasi Pemikiran

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis pada penelitian ini dapat di rumuskan Terdapat pengaruh yang positif antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance* *empathy* dan *tangible* terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul. Dan Terdapat pengaruh secara bersama-sama kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian asosiatif, Menurut Sugiyono (2019) penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, Sugiyono. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi) menurut Sugiyono (2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel, yaitu variabel (X) Kualitas Pelayanan (*Tangibles, Reliability, Reponsiviness, and Assurance*) terhadap (Y) kepuasan pelanggan di rumah makan ikan bakar bambu haur sentul.

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

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel terikat (*Dependen*), dengan indikator dengan bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reability*), daya tanggap (*Responsiveness*) dan jaminan (*Assurance*) sebagai variabel bebas. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen menggunakan indeks kepuasan konsumen (*Customer statisfaction indeks*), dengan indikator tingkat kinerja (*perceived performance*) dan tingkat harapan (*independen*).

Kemudian, Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu data yang di analisis berasal dari setiap konsumen mengenai kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur. Selanjutnya dalam rangka pengumpulan data guna dianalisis, penulis melakukan penelitian pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur di Jl. Alternatif Sentul, Sentul, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

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

#### **3.3.1 Jenis Data Penelitian**

Jenis data yang diteliti dalam penelitian ini adalah data Kualitatif dan Kuantitatif yang merupakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan observasi, serta wawancara secara langsung kepada pihak perusahaan. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yaitu dengan membaca literatur, buku-buku perpustakaan, jurnal-jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini dan internet *searching* yaitu dengan mencari informasi melalui *searching* internet, *website* dan situs-situs.

Data kuantitatif adalah jenis data yang diukur (*measurable*) atau dihitung secara langsung sebagai variabel bilangan atau angka yang pada tujuan akhirnya adalah untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan pengaruh serta perbandingan antara variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.

### 3.3.2 Sumber Data Penelitian

#### 1. Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh yaitu: kuesioner dan pengamatan atau observasi. Observasi dan kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung kepada pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu: catatan atau dokumentasi rumah makan, mengakses internet, dan lain-lain.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul Bogor

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan Sumber: Tjiptono & Chandra (2017)	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kebersihan fasilitas fisik restoran</li> <li>Kerapihan penampilan karyawan</li> <li>Kebersihan ruangan restoran</li> </ul>	Ordinal
	Kehandalan ( <i>Reability</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rumah makan ikan bakar bambu haur menyediakan jasa</li> <li>Pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir</li> <li>Keakuratan penanganan atau transaksi</li> </ul>	Ordinal
	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat</li> <li>Kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan dengan cepat</li> <li>Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi</li> </ul>	Ordinal

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		permintaan konsumen dengan cepat	
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reputasi perusahaan yang terjamin</li> <li>• Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan restoran yang diberikan</li> <li>• Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan</li> </ul>	Ordinal
Kepuasan Pelanggan  Sumber: Hawsins Dan Lonney (2017)	Kesesuaian Harapan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang diberikan sesuai yang diharapkan</li> <li>• Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh ssesuai atau melebihi dengan yang diharapkan</li> <li>• Fasilitas yang menunjang yang didapat melebihi yang diharapkan</li> </ul>	Ordinal
	Minat Berkunjung Kembali	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh pelanggan memuaskan</li> <li>• Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk atau menggunakan jasa</li> <li>• Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas menunjang yang disediakan memadai</li> </ul>	Ordinal
	Ketersediaan Merekomendasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan</li> </ul>	Ordinal

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai</li> <li>Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah mengkonsumsi atau menggunakan jasa</li> </ul>	

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

### 3.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan untuk mengetahui jumlah sampel dari populasi penelitian dengan perhitungan tertentu. Penarikan sampel dilakukan untuk mempermudah proses penelitian yang peneliti lakukan dari segi biaya dan waktu. Populasi merupakan jumlah keseluruhan objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur pada tahun 2022 sebanyak 6534 pelanggan.

Menurut Sugiono (2019) sampel merupakan bagian atau sejumlah anggota dari suatu populasi yang sedang diteliti, dan mewakili karakteristik yang dimiliki suatu populasi. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *Incidental sampling*, *Incidental sampling* yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Untuk melakukan pengambilan sampel, peneliti menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Pelanggan

$e^2$  = persen tingkat kesalahan/error (%)

N = 6534

e = 0.1 (10%)

$$n = \frac{6534}{6534(0.1)^2 + 1}$$

$$n = 100$$

Sampel yang diambil dari penelitian ini berjumlah 100 orang.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui beberapa jenis metode pengumpulan data, yaitu:

#### 1. Data Primer

Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan metode:

##### a. Observasi

Metode pengumpulan data secara langsung melalui pengamatan terhadap objek yang akan diteliti sehingga data yang didapat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

##### b. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara wawancara terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dalam pada penelitian ini yaitu pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur.

##### c. Kuesioner

Metode pengumpulan data dengan cara penyebaran daftar pertanyaan dengan tujuan mendapatkan data dan informasi dari pertanyaan yang sudah dibuat.

Penyebaran kuesioner tersebut akan di ukur menggunakan skala likert. Sugiyono (2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, serta kemudian diberikan skor sebagai berikut.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pilihan	Inisial	Skala
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2018)

Total dari nilai jawaban setiap butir pertanyaan kemudian dibulatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan *responden*, dengan rumusan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Tanggapan Total Responden = 100

Skor total hasil jawaban responden = 100

Skor tertinggi responden = 35

Setelah diketahui tanggapan *responden*, maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata indeks variabel bebas dan tidak bebas untuk mengetahui bagaimana keadaan variabel.

## 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber kedua yang dapat diperoleh melalui buku-buku, brosur dan artikel yang di dapat dari website yang berkaitan dengan penelitian ini. Data ini mendukung pembasahan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian ini.

## 3.7 Metode Analisis Data

### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sedangkan kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan :

R xy = Koefisien korelasi

n = Banyaknya sampel

$\Sigma xy$  = Jumlah perkalian varaibel x dan y

$\Sigma x$  = Jumlah nilai variabel x

$\Sigma y$  = Jumlah nilai variabel y

$\Sigma x^2$  = Jumlah pangkat dua nilai variabel x

$\Sigma y^2$  = Jumlah pangkat dua nilai variabel y

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0 for windows dengan kriteria berikut:

1. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung < r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
3. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*

### 3.7.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa uji reabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas ini dilakukan pada responded sebanyak 100 orang. Uji reabilitas dihitung dengan menggunakan *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$  atau 60 % yang menunjukkan instrumen yang gunakan reliable. Rumus Alpa digunakan untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua dengan rumus sebagai berikut

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\Sigma Si}{S_t} \right)$$

$$r_{11} = (-1)$$

Keterangan :

R11 = Nilai reliabilitas

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma Si$  = Jumlah varians skor tiap-tiap

$S_t$  = Varians total

### 3.7.3 Teknik Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Dengan teknik analisis deskriptif ini diharapkan dapat mengetahui kualitas pelayanan di Rumah Makan Ikan Bakar Haur Kuning Sentul secara jelas dari data yang telah diperoleh. Penulis melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Haur Kuning Sentul. Masing-masing pertanyaan atau pernyataan disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih responden. Menurut Suharsimi Arikunto (2019) dari jawaban tersebut, kemudian disusun secara kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan atau pernyataan berdasarkan persentase dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Nilai kumulatif adalah jumlah nilai dari setiap item pertanyaan atau pernyataan yang merupakan jawaban dari responden.
2. Persentase nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensi nya dikalikan 100%.

3. Jumlah responden adalah 100 orang dan nilai skala pengukuran terbesar 5, sedangkan skala pengukuran terkecil adalah 1. Sehingga diperoleh jumlah kumulatif terbesar  $100 \times 5 = 500$  dan jumlah kumulatif terkecil  $100 \times 1 = 100$ . Adapun nilai persentase terkecil adalah  $(100 : 500) \times 100\% = 20\%$ . Nilai rentang  $= 100\% - 20\% = 80\%$ . Jika dibagi 5 skala pengukuran maka dapat nilai interval persentase sebesar 16%.

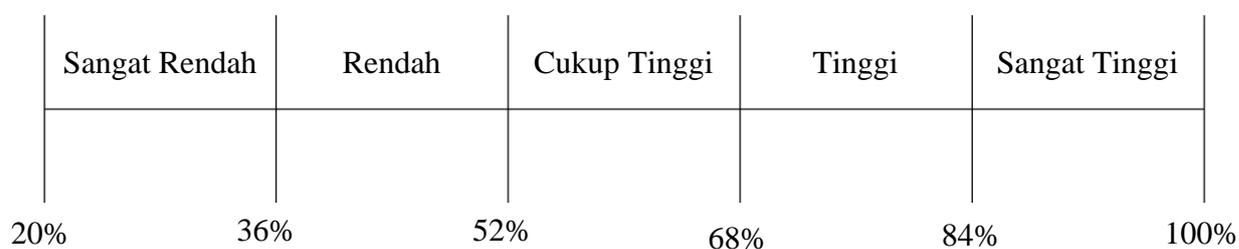
Tabel 3. 3 Kriteria Interpretasi Persentase

No.	Persentase	Kategori Persentase
1	20% - 36%	Sangat Rendah
2	36% - 52%	Rendah
3	52% - 68%	Cukup Tinggi
4	68% - 84%	Tinggi
5	84% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto, 2019

Untuk perhitungan persentase menggunakan metode mean yaitu dengan cara jumlah rata-rata dibagi 5 dikali 100%. Perhitungan persentase total untuk masing-masing indikator variabel adalah sebagai berikut:

1. Skor Total = (jumlah responden Sangat Setuju x 5) + (jumlah responden Setuju x 4) + (Jumlah responden ragu-ragu x 3) + (jumlah responden Tidak Setuju x 2) + (jumlah responden Sangat Tidak Setuju x 1).
2. Skor Ideal = diumpamakan seluruh responden menjawab Sangat Setuju x jumlah responden/skor total.



Sumber: Suharsimi Arikunto, 2019

Gambar 3. 1 Garis Kontinum Interpretasi Nilai

### 3.7.4 Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh hubungan secara parsial variabel *independent* kualitas pelayanan dengan dimensi *Tangible (Bukti Fisik)*, *Reliability*

(*kehandalan*), *Responsiveness* (*daya tanggap*), *Assurance* (*jaminan*) terhadap *kepuasan pelanggan* (Y). Uji t dilakukan dengan cara *thitung* dengan *ttabel*. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

1. Variabel *Tangible* (Bukti Fisik)

Hipotesis variabel *Tangible* (Bukti Fisik) adalah:

$$H_0 : b_1 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh yang positif antara *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

Kriteria pengujian:

a. Jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b. Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

2. Variabel *Reliability* (kehandalan)

Hipotesis variabel *Reliability* (kehandalan) adalah:

$$H_0 : b_2 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

$$H_a : b_2 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh yang positif antara *Reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

Kriteria pengujian:

a. Jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b. Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

3. Variabel *Responsiveness* (daya tanggap)

Hipotesis variabel *Responsiveness* (daya tanggap) adalah:

$$H_0 : b_3 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

$$H_a : b_3 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh yang positif antara *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

Kriteria pengujian:

- a. Jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### 4. Variabel *Assurance* (jaminan)

Hipotesis variabel *Assurance* (jaminan) adalah:

$$H_0 : b_4 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

$$H_a : b_4 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh yang positif antara *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

Kriteria pengujian:

- a. Jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2019) analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independen (X) mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dan variabel dependen, apakah positif atau negatif.

Adapun bentuk persamaan dari regresi linier sederhana ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan pelanggan
- a = Konstanta (apabila nilai X = 0)
- b = Koefisien regresi sederhana
- X = Kualitas pelayanan
- e = *Standar error*

### 3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Menurut Imam Ghozali (2018) *Adjusted R<sup>2</sup>* digunakan untuk mengetahui besarnya variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independent sisanya yang tidak dapat dijelaskan merupakan bagian variasi dari variabel lain yang tidak termasuk di dalam model. Hasil uji koefisien determinasi ditentukan oleh nilai *Adjusted R<sup>2</sup>*. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* adalah 0 sampai 1. Jika nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 1, artinya variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen dan sebaliknya jika nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 0 artinya kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel sangat terbatas. Apabila nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sama dengan 0 maka yang dapat digunakan adalah nilai R<sup>2</sup>.

### 3.7.7 Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan. Langkah-langkah untuk melakukan uji t adalah sebagai berikut:

1. Penentuan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif:
  - a. Ho:  $b_1, b_2, \dots, b_n, = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.
  - b. Ha:  $b_1, b_1, \dots, b_1 \neq 0$ , artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Menentukan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) dan derajat kebebasan

Besarnya tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam (dk) dicari dengan rumus  $n-1-k$  di mana  $n$  adalah besarnya sampel dan  $k$  adalah banyaknya variabel bebas. Dengan menggunakan pengujian dua sisi diperoleh besarnya  $t_{tabel}$  adalah ( $t_{\alpha/2; df(n-k-1)}$ ).

3. Menentukan besarnya  $t_{hitung}$  ( $t_h$ )

$$t_{hitung} = \frac{b - \beta}{s_b}$$

Keterangan:  $t_h$  = t hitung

- b = Koefisienregresi
- $\alpha$  = Nilai slope dari garis regresi
- Sb = Standar error the regression coefficient

4. Kriteria pengujian

- a.  $H_0$  ditolak apabila  $-t_{\alpha/2; df(n-1-k)} < t_h < + t_{\alpha/2; df(n-1-k)}$
- b.  $H_a$  diterima apabila  $t_h > t_{\alpha/2; df(n-1-k)}$  atau  $-t_h < - t_{\alpha/2; df(n-1-k)}$

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur**

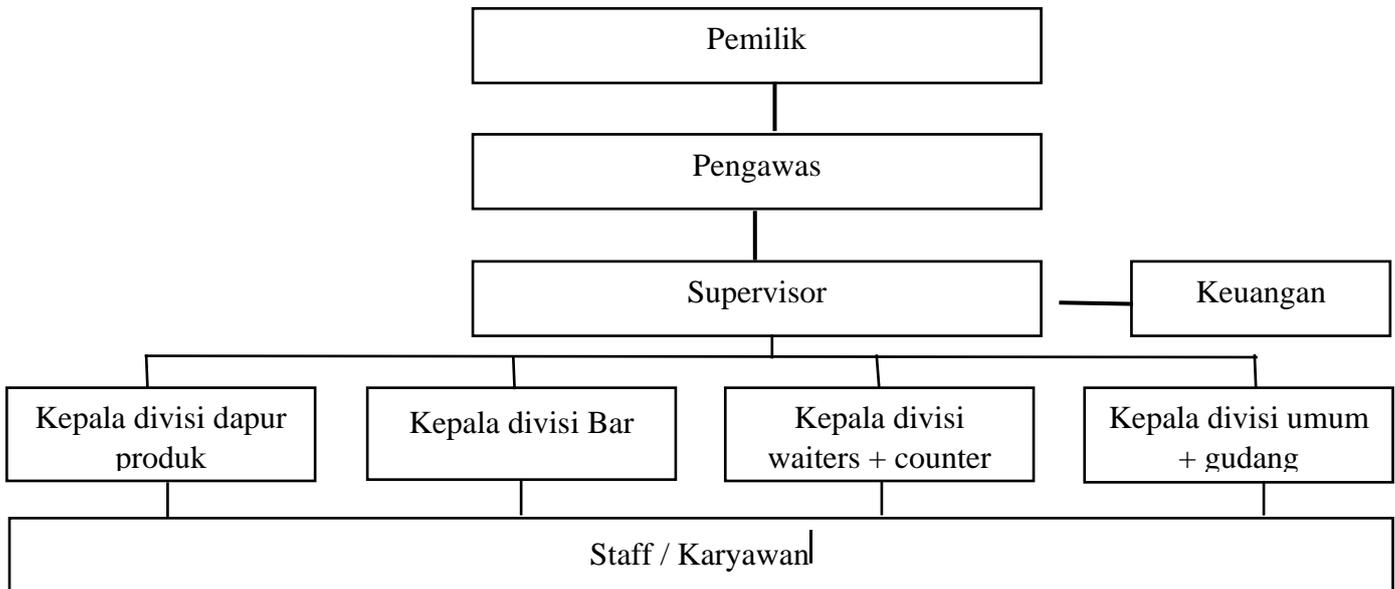
Rumah makan ikan bakar bambu haur adalah bisnis di bidang kuliner khususnya makanan sunda. Rumah Makan Ikan Bambu Haur Sentul berdiri terletak di Jl. Alternatif Sentul Jl. Sentul Raya No.38, RT.05/RW.05, Sentul, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat (16810). Rumah makan ikan bakar bambu haur didirikan pada tahun 2006. Untuk menu makanan, di tempat ini sudah cukup lengkap dengan aneka masakan dengan menu utama ikan bakar haur. Ikan Bakar Haur adalah menu ikan patin berlimpah bumbu yang dibakar dalam tabung bambu. Dengan ikan patin yang gurih menjadi lebih kuat rasanya dalam balutan bambu dan aroma bumbu yang khas.

Pada dasarnya rumah makan ikan bakar bambu haur belum mempunyai pernyataan tertulis mengenai visi, misi, dan tujuan perusahaan. Namun, ketiga hal ini telah tersirat dalam wawancara dengan pihak rumah makan ikan bakar bambu haur. Visi merupakan apa yang ingin kita capai, apa yang ingin kita peroleh, dan ingin menjadi apa kita di masa yang akan datang. Misi menyatakan langkah apa yang harus dilakukan apa dikerjakan. Visi yang dilengkapi dengan misi perusahaan merupakan tujuan perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan maka pernyataan visi dari rumah makan ikan bakar bambu haur adalah “menjadi rumah makan atau restoran berkualitas dengan menu yang lebih bervariasi, harga ekonomis, mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan banyak dicari konsumen” misi dari rumah makan ikan bakar bambu haur adalah :

1. Melakukan pengendalian terhadap proses produksi.
2. Menjaga secara maksimal kualitas bahan baku.
3. Memberikan pelayanan yang cepat bagi konsumen guna menjaga loyalitas.

Dari rumusan visi dan misi tersebut maka tujuan perusahaan tersebut adalah meningkatkan keuntungan perusahaan dengan cara meningkatkan kapasitas produksi.

### 4.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 4. 1 Struktur organisasi rumah makan ikan bakar bambu haur

### 4.1.3 Uraian Tugas

1. Pemilik.  
pemilik dari saham yang bertanggung jawab terhadap segala kegiatan operasional, mengawasi setiap kegiatan yang dilakukan oleh setiap masing-masing divisi maupun karyawan, pemegang penuh kendali perusahaan dalam pengambilan keputusan yang harus di setujui oleh karyawan, dan mengatur berjalannya sebuah perusahaan, yang bertugas sebagai fasilitator, motivator, dan stabilitator perusahaan.
2. Pengawas.  
Pengendali dan pengawas proses manajemen dalam perusahaan dan pengawas bertanggung jawab langsung kepada pemilik.
3. Bagian keuangan.  
Mencatat dalam buku besar semua lajur transaksi dalam perusahaan, dan melakukan pengendalian terhadap keuangan perusahaan.
4. Supervisor.  
Memonitoring suatu jalannya produksi agar berjalan lancar dan terkendali. Bertanggung jawab dalam memastikan semua pekerjaan dilaksanakan dengan baik sehingga semua proses produksi berjalan dengan baik.
5. Bagian dapur produksi.  
Bertugas dalam membuat makanan dan minuman pesanan pelanggan dan bertanggung jawab atas cita rasa dari setiap olahan yang akan disajikan.
6. Bagian bar.

Bertugas dalam menyajikan makanan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu, membuat minuman yang termasuk ke dalam minuman cepat saji dan bertanggung jawab atas selalu tersedianya stok makanan pada bar.

7. Bagian waiters.

Bertugas dalam melayani pengunjung yang datang ke restoran, waiters harus sikap tanggap dalam melayani setiap pengunjung yang datang.

8. Bagian umum + gudang.

Bertugas sebagai pengatur keluar masuknya barang, bertanggung jawab atas stok barang yang ada di dalam gudang sebagai bahan laporan kepada supervisor yang selanjutnya dilaporkan pada divisi keuangan untuk selanjutnya direalisasikan.

Sebelum melakukan analisis dalam penelitian ini terlebih dahulu dikemukakan gambaran karakteristik responden yang digunakan untuk melengkapi penelitian.

1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden menurut jenis kelaminnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Pria	25	25%
Wanita	75	75%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1, persentase responden terbesar adalah berjenis kelamin wanita yaitu sebesar 75%.Kemudian sisanya pria sebesar 25%.Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul adalah wanita.

2. Karakteristik Responden Menurut Usia

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden menurut usianya dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini

Tabel 4. 2 Usia responden

Usia		
Keterangan	Jumlah	Persentase
17-22 Tahun	3	3%
23-27 Tahun	7	7%
28-35 Tahun	16	16%
>35 Tahun	74	74%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 responden usia 17-22 tahun dengan persentase 3%.usia 23-27 tahun dengan persentase sebesar 7%.responden usia 28-35 sebesar 16%,dan responden usia < 35 tahun sebesar74%.Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul adalah yang ber usia >35 Tahun.

### 3. Karakteristik Responden Menurut Profesi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden menurut Pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden

Profesi		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Pelajar	5	5%
Mahasiswa	10	10%
Wiraswasta	15	15%
Pegawai Negeri	46	46%
Lainnya	24	24%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 Propesi responden menunjukkan bahwa responden yang memiliki propesi sebagai pelajar sekitar 5% dari total responden,Mahasiswa sekitar 10% dari total responden ,Wiraswasta sekitar 15%, pegawai negeri sekitar 46% dari total responden,dan lainnya seperti petani,wirausaha,pegawai swasta dan lain lain sekitar 24% dari total responden.

### 4. Karakteristik Responden menurut Pengetahuan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden terhadap pengetahuan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 4 Pengetahuan Responden

Pengetahuan Responden		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Sosial Media	45	45%
Teman	28	28%
Iklan	20	20%
Lainnya	7	7%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 Pengetahuan responden terhadap Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul melalui Sosial media sekitar 45%,melalui teman sekitar 28%,melalui iklan sekitar 20%,melalui lainnya seperti kerabat, majalah, banner dll. sekitar 7%.Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengetahui Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul melalui sosial media.

## 4.2 Hasil Uji Metode Analisis Data

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, uji validitas ingin mengukur apakah pernyataan kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016).

Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi antara skor butir pernyataan dengan total skor variabel. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $R$  tabel.  $R$  hitung dapat dilihat dari hasil *Corrected Item-Total* korelasi. Untuk mengetahui koefisien korelasinya signifikan atau tidak digunakan distribusi (Tabel  $r$ ) untuk  $\alpha$  untuk  $\alpha$  0,05 dengan derajat kebebasan ( $dk=n-2$ ). Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pernyataan dinyatakan valid, dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pernyataan dinyatakan tidak valid. Penelitian ini menggunakan sampel sejumlah ( $n$ )=100,maka besar  $dk=100-2 = 98$ .Dengan  $\alpha$  ( $\alpha$ ) = 0,05 maka diperoleh nilai  $r$  tabel sebesar 0,1966.

#### 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Uji validitas pada variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. 5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r table</b>	<b>Keterangan</b>
P1	0,213	0,1966	Valid
P2	0,221	0,1966	Valid
P3	0,451	0,1966	Valid
P4	0,210	0,1966	Valid
P5	0,260	0,1966	Valid
P6	0,763	0,1966	Valid
P7	0,292	0,1966	Valid
P8	0,481	0,1966	Valid
P9	0,627	0,1966	Valid
P10	0,735	0,1966	Valid
P11	0,731	0,1966	Valid
P12	0,531	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan ,dapat dilihat bahwa nilai r hitung seluruh item pertanyaan lebih besar dari r tabel (0,1966).Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

## 2. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji validitas pada variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. 6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
P13	0,604	0,1966	Valid
P14	0,682	0,1966	Valid
P15	0,518	0,1966	Valid
P16	0,213	0,1966	Valid
P17	0,319	0,1966	Valid
P18	0,366	0,1966	Valid
P19	0,911	0,1966	Valid
P20	0,210	0,1966	Valid
P21	0,999	0,1966	Valid

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel Kepuasan Pelanggan, dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung seluruh item pertanyaan lebih besar dari  $r$  tabel (0,1966). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

#### 4.2.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016:47).

Dalam penelitian ini uji reliabilitas diukur dengan bantuan program *SPSS 23* yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Uji ini dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha Cronbach  $\geq 0,60$ .

##### 1. Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Berikut ini adalah tabel hasil uji reabilitas variabel Kualitas Pelayanan yang didapatkan :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.765	12

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variable Kualitas Pelayanan sebesar 0,765 lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen Kualitas Pelayanan pada kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel sebagai alat ukur.

## 2. Uji Reabilitas Keputusan Penggunaan (Y)

Berikut ini adalah tabel hasil uji reabilitas variabel Kepuasan Pelanggan yang didapatkan:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	9

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 47 variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,795 lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel Kepuasan Pelanggan pada kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel sebagai alat ukur.

## 4.3 Pembahasan

### 4.3.1 Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Dibawah ini adalah hasil tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui tabel berikut.

Variabel X

Tanggapan Responden mengenai *Tangible* (Bukti Fisik) pada rumah makan ikan bakar bambu haur sentul

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Tangible Pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		STB	TB	KB	BS	SB			
P1	Apakah suasana di rumah makan ikan bakar bambu haur sentul bersih sehingga membuat pelanggan nyaman.	52	48	0	0	0	100	452	500
		52%	78%	9%	0	0	100%	90,4%	

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		STB	TB	KB	BS	SB			
P2	Apakah suasana yang bersih dan nyaman merupakan salah satu kualitas <i>service</i> yang diberikan rumah makan ikan bakar bambu haur sentul terhadap pelanggan.	50	50	0	0	0	100	442	500
		50%	50%	0	0	0	100%	88,5%	
P3	Salah satu kualitas Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan rumah makan ikan bakar bambu haur sentul adalah suasana tempat yang nyaman, Apakah karyawan rumah makan ikan bakar bambu haur menggunakan pakaian yang rapih dan sopan sehingga membuat suasana kantor nyaman.	29	71	0	0	0	100	429	500
		29%	71%	0	0	0	100%	85,8%	
<b>Rata-rata Skor Total</b>								<b>444</b>	
<b>Rata-rata Persentase <i>Tangible</i></b>								<b>88,7%</b>	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data pada tabel 4.9 dapat di uraikan sebagai berikut:

**P1. Apakah suasana di rumah makan ikan bakar bambu haur sentul bersih sehingga membuat pelanggan nyaman.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap suasana di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul Bersih Sehingga Membuat Pelanggan Nyaman, termasuk kedalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 90,4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa nyaman terhadap suasana di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

**P2. Apakah suasana yang bersih dan nyaman merupakan salah satu kualitas *service* yang diberikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul terhadap pelanggan.**

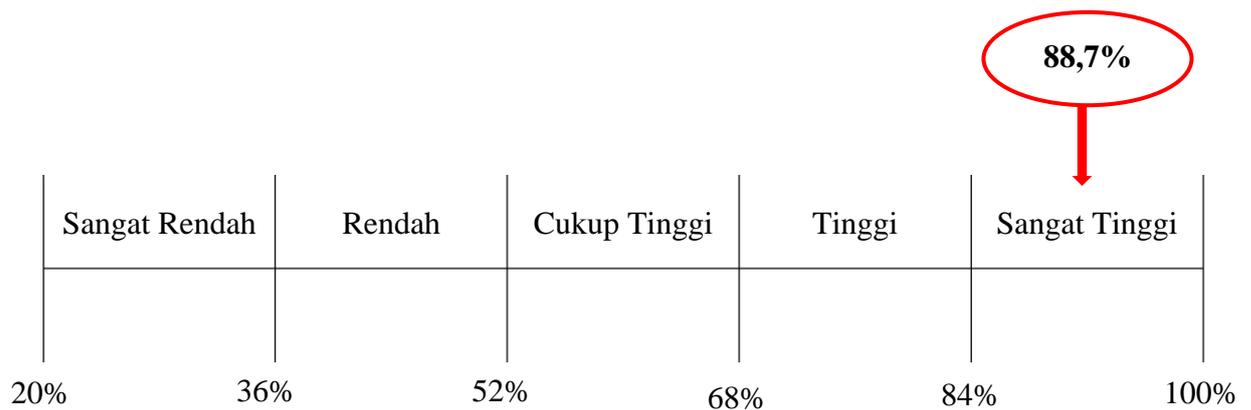
Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap *service* yang di berikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dalam bentuk

kebersihan, termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 88,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa kualitas *service* dalam bentuk kebersihan yang diberikan sangat baik.

**P3. Salah satu kualitas Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul adalah suasana tempat yang nyaman, Apakah karyawan rumah makan ikan bakar bambu haur menggunakan pakaian yang rapih dan sopan sehingga membuat suasana kantor nyaman.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap kerapihan pakaian karyawan di Rumah Makan Ikan Bakar Haur Sentul termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 85,8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa nyaman terhadap suasana tempat yang diberikan.

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai *tangible* sebesar 88,7%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 2 Persentase Tangible (Bukti Fisik) dalam Garis Kontinum

#### 4.3.1.1 Tanggapan responden mengenai *reliability* (kehandalan) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

Tabel 4. 10 Tanggapan responden mengenai *reliability* (kehandalan) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		STB	TB	K B	BS	SB			
P4	Apakah Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul menyediakan pelayanan jasa yang terbaik bagi pelanggan?	30	70	0	0	0	100	430	500
		30%	70%	0	0	0	100%	86%	
P5	Apakah pelayanan yang diberikan selalu baik dari awal hingga akhir?	30	70	0	0	0	100	430	500
		30%	70%	0	0	0	100%	86%	
P6	Apakah rumah makan ikan bakar bambu haur sentul selalu memberikan pelayanan yang akurat dalam memberikan pelayanan?	33	67	0	0	0	100	467	500
		33%	67%	0	0	0	100%	93,4%	
<b>Rata-rata Skor Total</b>								<b>442</b>	
<b>Rata-rata Persentase <i>Reliability</i></b>								<b>88,5%</b>	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data pada tabel 4.10 dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **P4. Apakah Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul menyediakan pelayanan jasa yang terbaik bagi pelanggan.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap penyediaan pelayanan terbaik bagi pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk kedalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 86,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa pelayanan jasa di

Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul penyediaannya sangat baik bagi pelanggan.

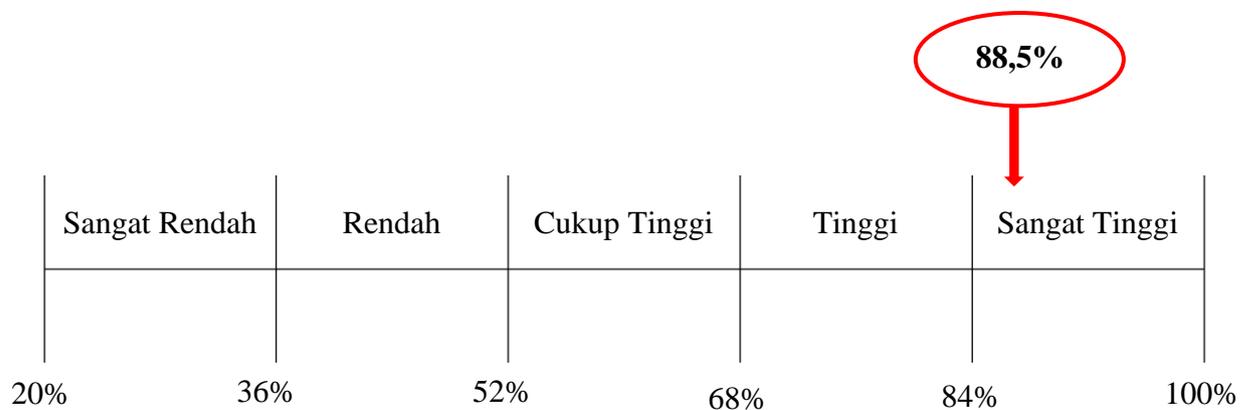
**P5. Apakah pelayanan yang diberikan selalu baik dari awal hingga akhir.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap pelayanan yang diberikan selalu baik dari awal hingga akhir di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 86,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa pelayanan yang diberikan selalu baik dari awal hingga akhir di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul sangat baik.

**P3. Apakah Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul selalu memberikan pelayanan yang akurat dalam memberikan pelayanan.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap pemberian pelayanan yang akurat di Rumah Makan Ikan Bakar Haur Sentul termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 93,4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa pelayanan yang diberikan Rumah Makan Ikan Bakar Sentul pelayanannya akurat.

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai *Reliability* sebesar 88,5%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 3  
Persentase Reability (Kehandalan) dalam Garis Kontinum

#### 4.3.1.2 Tanggapan responden mengenai *Responsiveness* (daya tanggap) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

Tabel 4. 11 Tanggapan responden mengenai *Responsiveness* (daya tanggap) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		STB	TB	K B	BS	SB			
P7	Apakah Kesediaan karyawan dalam memberikan layanannya cepat?	30	70	0	0	0	100	430	500
		30%	70%	0	0	0	100%	86%	
P8	Apakah kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan yang mengalami kesulitan dengan di tindak dengan cepat?	35	65	0	0	0	100	435	500
		35%	65%	0	0	0	100%	87%	
P9	Apakah keluangan waktu karyawan untuk menanggapi di tindak dengan cepat?	78	22	0	0	0	100	478	500
		78%	22%	0	0	0	100%	95,6%	
<b>Rata-rata Skor Total</b>								<b>448</b>	
<b>Rata-rata Persentase <i>Responsiveness</i></b>								<b>89,5%</b>	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data pada tabel 4.11 dapat di uraikan sebagai berikut:

##### **P7. Apakah Kesediaan karyawan dalam memberikan layanannya cepat.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk kedalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 86%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat.

##### **P8. Apakah kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan yang mengalami kesulitan dengan di tindak dengan cepat.**

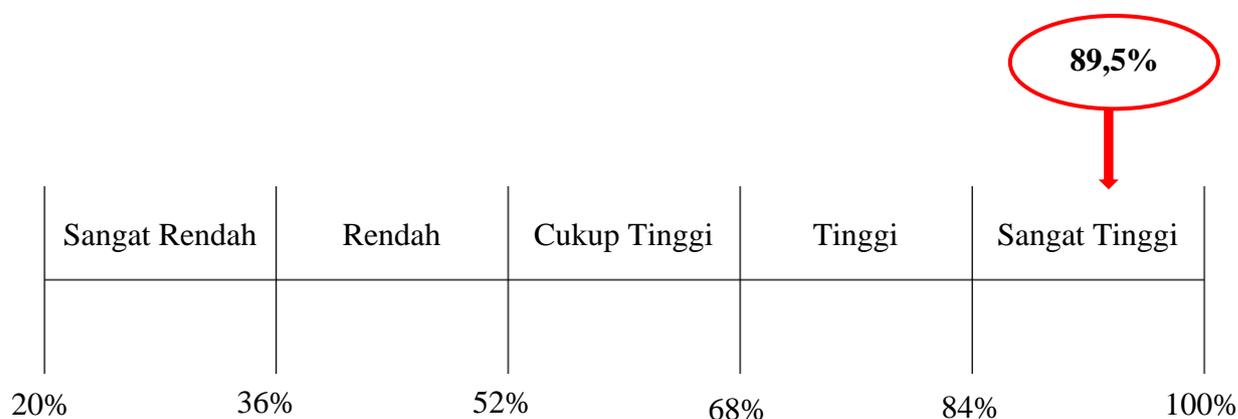
Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan yang mengalami kesulitan dengan tindakan cepat di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 87%. Hal ini

menunjukkan bahwa responden merasa kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan yang mengalami kesulitan ditindak dengan tindakan yang cepat.

**P9. Apakah keluangan waktu karyawan untuk menanggapi di tindak dengan cepat.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap keluangan waktu karyawan untuk menanggapi di tindak dengan cepat di Rumah Makan Ikan Bakar Haur Sentul termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 95,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa tidakkan dalam keluangan waktu karyawan penanggapannya di tindak dengan cepat

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai *Responsiveness* sebesar 89,5%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 4 Persentase Responsiveness (Daya Tanggap) dalam Garis Kontinum

4.3.1.3 Tanggapan responden mengenai *Assurance* (jaminan) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

Tabel 4. 12 Tanggapan responden mengenai *Assurance* (jaminan) pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		STB	TB	KB	BS	SB			
P10	Apakah Perhatian secara personal oleh karyawan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul	53	47	0	0	0	100	453	500
		53%	47%	0	0	0	100%	90,6%	

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		STB	TB	KB	BS	SB			
	dilakukan secara maksimal?								
P11	Apakah Akses yang dimiliki Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul sangat mudah?	35	65	0	0	0	100	457	500
		35%	65%	0	0	0	100%	91,4%	
P12	Apakah Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh?	78	22	0	0	0	100	462	500
		78%	22%	0	0	0	100%	92,4%	
<b>Rata-rata Skor Total</b>								<b>457</b>	
<b>Rata-rata Persentase Assurance</b>								<b>91,5%</b>	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data pada tabel 4.12 dapat diuraikan sebagai berikut:

**P10. Apakah Perhatian secara personal oleh karyawan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dilakukan secara maksimal.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap perhatian secara personal oleh karyawan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dilakukan secara maksimal, termasuk kedalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 90,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa karyawan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul secara personal memiliki perhatian yang maksimal.

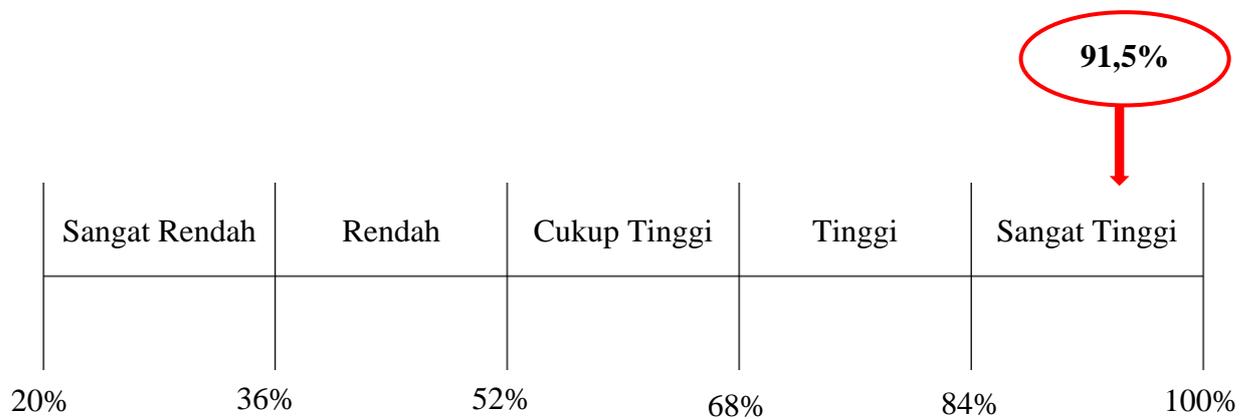
**P11. Apakah Akses yang dimiliki Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul sangat mudah.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap Akses yang dimiliki Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul sangat mudah, termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 91,4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan yang mengalami kesulitan ditindak dengan tindakan yang cepat.

**P12. Apakah Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh di Rumah Makan Ikan Bakar Haur Sentul termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 92,4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa tidak akan dalam kelangkaan waktu karyawan penanggapannya di tindak dengan cepat

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai *Assurance* sebesar 91,5%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



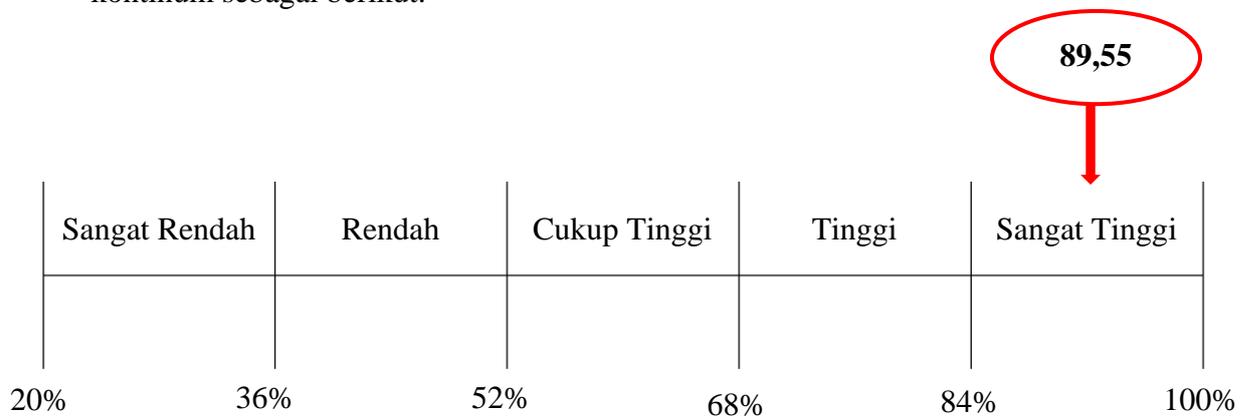
Gambar 4. 5 Persentase Assurance (jaminan) dalam Garis Kontinum

Berdasarkan hasil skor dari dimensi kualitas pelayanan, maka untuk mengetahui persepsi responden tentang keseluruhan kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 13 Rata-rata Skor Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi Kualitas Pelayanan	Rata-rata Skor (%)
1	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	88,7%
2	<i>Reliability</i> (kehandalan)	88,5%
3	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	89,5%
4	<i>Assurance</i> (jaminan)	91,5%
<b>Total Skor</b>		<b>448</b>
<b>Rata-Rata Skor Kualitas Pelayanan (%)</b>		<b>89,55%</b>

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai kualitas pelayanan sebesar 89,55%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 6 Persentase Kualitas Pelayanan dalam Garis Kontinum

Berdasarkan gambar 4.6 menunjukkan rata-rata skor kualitas pelayanan sebesar 89,55% berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Haur Sentul termasuk dalam kategori sangat tinggi.

#### 4.3.2 Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Dibawah ini adalah hasil tanggapan responden mengenai variable kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui tabel berikut:

Variabel Y

1. Tanggapan responden mengenai kesesuaian harapan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

Tabel 4. 14 Tanggapan responden mengenai Kesesuaian Harapan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		SS	S	CS	TS	STS			
P13	Apakah produk yang diperoleh sesuai dengan melebihi yang diharapkan.	69	31	0	0	0	100	469	500
		69%	31%	9%	0	0	100%	93,8%	

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		SS	S	CS	TS	STS			
P14	Apakah pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.	65	35	0	0	0	100	435	500
		65%	35%	0	0	0	100%	87%	
P15	Apakah Fasilitas yang menunjang yang didapat melebihi yang diharapkan.	18	82	0	0	0	100	482	500
		18%	82%	0	0	0	100%	96,4%	
<b>Rata-rata Skor Total</b>								<b>462</b>	
<b>Rata-rata Persentase Kesesuaian Harapan</b>								<b>92,4%</b>	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data pada tabel 4.14 dapat diuraikan sebagai berikut:

**P13. Apakah produk yang diperoleh sesuai dengan melebihi yang diharapkan.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap produk yang di peroleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk kedalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 93,8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa produk yang di peroleh di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul sesuai dengan yang diharapkan.

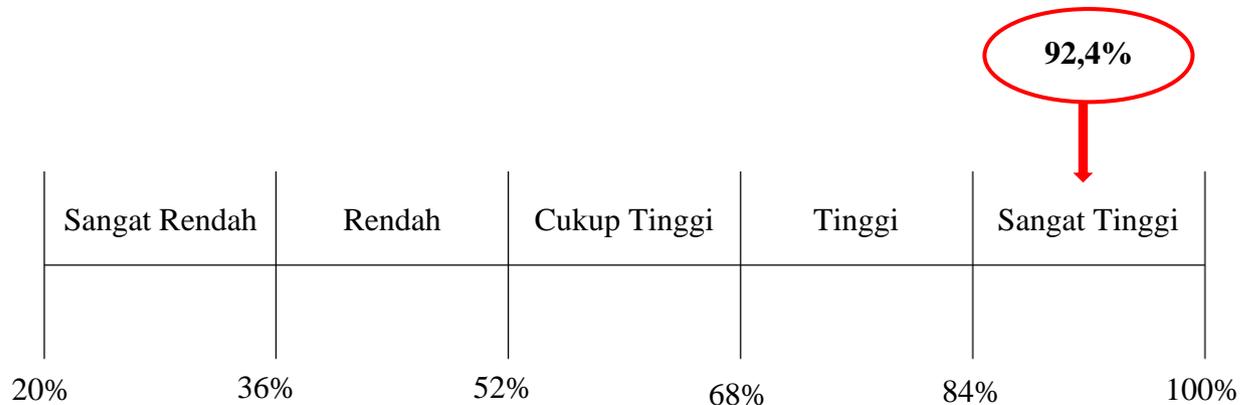
**P14. Apakah pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap pelayanan yang di berikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 87%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik.

**P15. Apakah Fasilitas yang menunjang yang didapat melebihi yang diharapkan.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap fasilitas di Rumah Makan Ikan Bakar Haur Sentul termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 96,4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa nyaman terhadap fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai kesesuaian harapan sebesar 92,4%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 7 Persentase Kesesuaian Harapan dalam Garis Kontinum

2. Tanggapan responden mengenai minat berkunjung kembali pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Minat Berkunjung Kembali pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		SS	S	CS	TS	STS			
P16	Apakah berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan karyawan memuaskan.	47	53	0	0	0	100	453	500
		47%	53%	9%	0	0	100%	90,6%	
P17	Apakah berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan jasa	60	40	0	0	0	100	440	500
		60%	40%	0	0	0	100%	88,0%	

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		SS	S	CS	TS	STS			
P18	Apakah berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas menunjang yang disediakan memadai.	34	66	0	0	0	100	466	500
		34%	66%	0	0	0	100%	93,2%	
<b>Rata-rata Skor Total</b>								<b>453</b>	
<b>Rata-rata Persentase Minat Berkunjung Kembali</b>								<b>90,6%</b>	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data pada tabel 4.15 dapat diuraikan sebagai berikut:

**P16. Apakah berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan karyawan memuaskan.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap pelayanan yang diberikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk kedalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 90,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa pelayanan yang di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul pelayanan yang diberikan memuaskan.

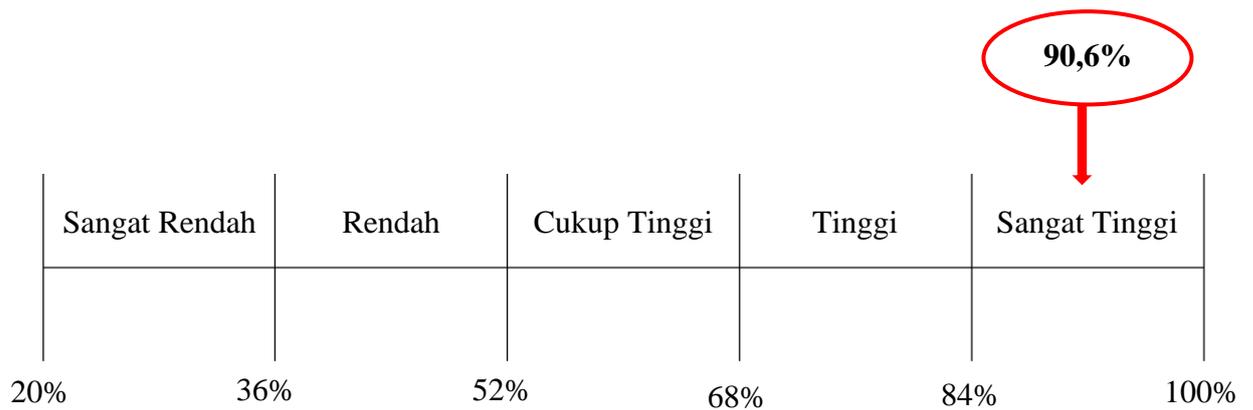
**P17. Apakah berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan jasa.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap pelayanan yang di berikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 88,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik.

**P18. Apakah berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas menunjang yang disediakan memadai.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap fasilitas di Rumah Makan Ikan Bakar Haur Sentul termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 93,2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa nyaman terhadap fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai minat berkunjung kembali sebesar 90,6%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 8 Persentase Minat Berkunjung Kembali dalam Garis Kontinum

3. Tanggapan responden mengenai ketersediaan merekomendasi pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

Tabel 4. 16 Tanggapan responden mengenai ketersediaan merekomendasi pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		SS	S	CS	TS	STS			
P19	Apakah menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.	70	30	0	0	0	100	430	500
		70%	30%	9%	0	0	100%	86,0%	
P20	Apakah menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	57	43	0	0	0	100	443	500
		57%	43%	0	0	0	100%	88,6%	

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jml Resp.	Skor Total	Skor Ideal
		SS	S	CS	TS	STS			
P21	Apakah menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah menggunakan jasa	35	65	0	0	0	100	465	500
		35%	65%	0	0	0	100%	93,0%	
<b>Rata-rata Skor Total</b>								<b>446</b>	
<b>Rata-rata Persentase Ketersediaan Merekomendasi</b>								<b>89,2%</b>	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data pada tabel 4.16 dapat di uraikan sebagai berikut:

**P19. Apakah menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk kedalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 86,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa pelayanan yang di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul terdapat adanya Ketersediaan untuk merekomendasikan.

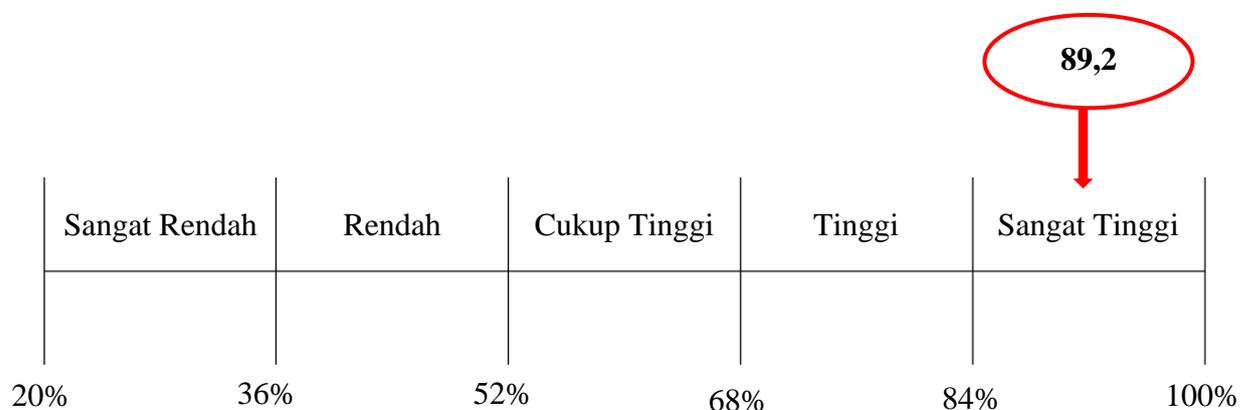
**P20. Apakah menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul, termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 88,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa adanya Ketersediaan untuk merekomendasikan.

**P21. Apakah menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah menggunakan jasa.**

Dari hasil pengolahan data menunjukkan tanggapan responden terhadap menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah menggunakan jasa pada Rumah Makan Ikan Bakar Haur Sentul termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 93,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa n merasa adanya Ketersediaan untuk merekomendasikan.

Berdasarkan tabel 4.16 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai *kesesuaian harapan* sebesar 89,2%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



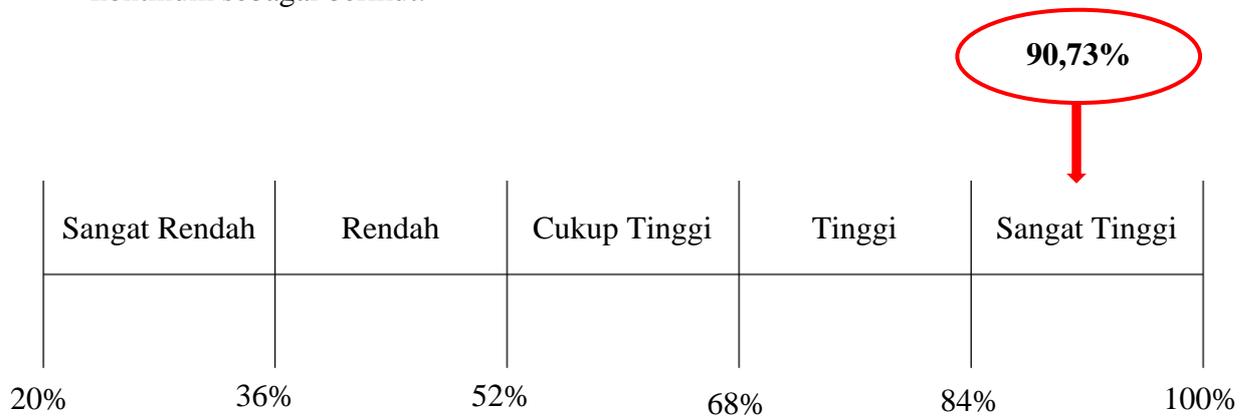
Gambar 4. 9 Persentase Ketersediaan Merekomendasikan dalam Garis Kontinum

Berdasarkan hasil skor dari dimensi kepuasan pelanggan, maka untuk mengetahui persepsi responden tentang keseluruhan kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 17 Rata-rata Skor Kepuasan Pelanggan

No.	Dimensi Kepuasan Pelanggan	Rata-rata Skor (%)
1	Kesesuaian Harapan	92,4%
2	Berkunjung Kembali	90,6%
3	Ketersediaan Merekomendasi	89,2%
<b>Total Skor</b>		<b>454</b>
<b>Rata-Rata Skor Kualitas Pelayanan (%)</b>		<b>90,73%</b>

Berdasarkan tabel 4.17 diperoleh rata-rata persentase persepsi responden mengenai kualitas pelayanan sebesar 90,73%. Hal tersebut dapat digambarkan oleh garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 10 Persentase Kepuasan Pelanggan dalam Garis Kontinum

Berdasarkan gambar 4.10 menunjukkan rata-rata skor Kepuasan Pelanggan sebesar 90,73% berada pada kategori sangat tinggi. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

### 4.3.3 Rata-rata, Deviasi Standar dan Korelasi Antar Variabel

Tabel 4. 18 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

		Statistics				
		Tangible (Bukti Fisik)	Reliability (kehandalan)	Responsiveness (daya tanggap)	Assurance (jaminan)	Kepuasan Pelanggan
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		13.31	13.27	13.43	13.72	13.63
Median		13.00	13.00	13.00	14.00	14.00
Std. Deviation		.837	.863	.807	1.334	.812
Range		3	3	3	3	3
Minimum		12	12	12	12	12
Maximum		15	15	15	15	15

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat jumlah sampel penelitian berjumlah 100 orang. Komponen *Tangible* (Bukti Fisik) memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 15. Nilai rata-rata komponen *Reliability* sebesar 13,31 ( $13,31/3 \text{ item} = 4,43$ ). Nilai sebesar 4,43 ini menunjukkan bahwa rata-rata responden sangat puas dengan kualitas layanan yaitu *Tangible* (Bukti Fisik) yang dilakukan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dan standar deviasi pada *Tangible* (Bukti Fisik) adalah sebesar 0,837.

Komponen kedua *Responsiveness* memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 25. Nilai rata-rata komponen *Reliability* (kehandalan) sebesar 13,43 ( $13,27/3 \text{ item} = 4,42$ ). Nilai sebesar 4,42 ini menunjukkan bahwa rata-rata responden sangat puas dengan kualitas layanan yaitu *Reliability* (kehandalan) yang dilakukan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dan standar deviasi pada *Reliability* (kehandalan) adalah sebesar 0,863.

Komponen ketiga *Responsiveness* memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 25. Nilai rata-rata komponen *Responsiveness* (daya tanggap) sebesar 13,43 ( $13,43/3 \text{ item} = 4,47$ ). Nilai sebesar 4,47 ini menunjukkan bahwa rata-rata responden sangat puas dengan kualitas layanan yaitu *Responsiveness* (daya tanggap) yang dilakukan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dan standar deviasi pada *Responsiveness* (daya tanggap) adalah sebesar 0,807.

Komponen keempat *Responsiveness* memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 25. Nilai rata-rata komponen *Assurance* (jaminan) sebesar 13,72 ( $13,72/3 \text{ item} = 4,57$ ). Nilai sebesar 4,57 ini menunjukkan bahwa rata-rata responden sangat puas dengan kualitas layanan yaitu *Assurance* (jaminan) yang dilakukan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dan standar deviasi pada *Assurance* (jaminan) adalah sebesar 1,334.

Komponen kelima Kepuasan Pelanggan memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 15. Nilai rata-rata komponen kepuasan pelanggan sebesar 13,63 ( $13,63/3 \text{ item} = 4,54$ ). Nilai sebesar 4,54 ini menunjukkan bahwa rata-rata responden sangat puas dengan keseluruhan kualitas layanan yang dilakukan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dan kualitas pelayanan rata-rata memenuhi harapan setiap konsumen sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang juga memberikan rekomendasi pada konsumen lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa seorang konsumen dianggap kepuasannya meningkat ketika konsumen tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas. Komponen kepuasan pelanggan memiliki standar deviasi sebesar 0,812.

#### **4.4 Pengujian Hipotesis**

##### **4.4.1 Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)**

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel kualitas jasa yang terdiri atas kehandalan, daya

tanggap, jaminan, empati, bukti fisik bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan uji simultan dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut ini :

Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.062	4	10.516	42.971	.000 <sup>b</sup>
	Residual	23.248	95	.245		
	Total	65.310	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Assurance (jaminan), Tangible (Bukti Fisik), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap)

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 25, 2023

Hipotesis pada variabel simultan adalah:

$$H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) terhadap Kepuasan Pelanggan.

$$H_a : b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) terhadap Kepuasan Pelanggan.

Taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% (0,05). Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 42,991$ . Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  pada penelitian ini didapatkan dari  $df_1 = (k-1) = 5$ , dan  $df_2 = (n-k) = 94$ , dimana  $k$  = jumlah variabel dan  $n$  = jumlah sampel dalam penelitian. Dengan menggunakan  $F_{tabel}$  maka didapatkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,31. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar 42,991 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,31 atau  $(42,991 > 2,31)$  dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05  $(0,000 < 0,05)$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini berarti secara simultan variabel *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.4.2 Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui hubungan secara parsial pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam hal ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui hubungan tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4. 20 Hasil Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.838	1.060		4.566	.000
	Tangible (Bukti Fisik)	.027	.066	-.028	2.051	.031
	Reliability (kehandalan)	.147	.071	.157	2.064	.042
	Responsiveness (daya tanggap)	.156	.079	.155	1.989	.049
	Assurance (jaminan)	.372	.051	.610	7.309	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.20 maka hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 5. Variabel *Tangible* (Bukti Fisik)

Hipotesis variabel *Tangible* (Bukti Fisik) adalah:

$$H_0 : b_1 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh yang positif antara *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n - k atau 100-

$n = 94$ . Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk  $t_{tabel}$  sebesar 1,98552 (1,986).

Kriteria pengujian:

- c. Jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- d. Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil pengujian diperoleh nilai untuk  $t_{hitung}$  sebesar  $2,051 > 1,986$  dengan tingkat signifikansi penelitian 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan angka signifikansi pada variabel *tangible* sebesar  $0,031 < 0,05$ . Dengan  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan angka signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti *Tangible* (Bukti Fisik) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

#### 6. Variabel *Reliability* (kehandalan)

Hipotesis variabel *Reliability* (kehandalan) adalah:

$$H_0 : b_2 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

$$H_a : b_2 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh yang positif antara *Reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) =  $n - k$  atau  $100 - 6 = 94$ . Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk  $t_{tabel}$  sebesar 1,986.

Kriteria pengujian:

- c. Jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- d. Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil pengujian diperoleh nilai untuk  $t_{hitung}$  sebesar  $2,064 > 1,986$  dengan tingkat signifikansi penelitian 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan angka signifikansi pada variabel *Reliability* (kehandalan) sebesar  $0,042 < 0,05$ . Dengan  $t_{hitung}$  yang

lebih kecil dari  $t_{tabel}$  dan angka signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti *Reliability* (kehandalan) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

#### 7. Variabel *Responsiveness* (daya tanggap)

Hipotesis variabel *Responsiveness* (daya tanggap) adalah:

$$H_0 : b_3 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

$$H_a : b_3 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh yang positif antara *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n - k atau 100-6= 94. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk  $t_{tabel}$  sebesar 1,986.

Kriteria pengujian:

e. Jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

f. Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil pengujian diperoleh nilai untuk  $t_{hitung}$  sebesar 1,989 > 1,986 dengan tingkat signifikansi penelitian 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan angka signifikansi pada variabel *Responsiveness* (daya tanggap) sebesar 0,049 < 0,05. Dengan  $t_{hitung}$  yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  dan angka signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

#### 8. Variabel *Assurance* (jaminan)

Hipotesis variabel *Assurance* (jaminan) adalah:

$$H_0 : b_4 = 0$$

Artinya: Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

$$H_a : b_4 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh yang positif antara *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) =  $n - k$  atau  $100 - 6 = 94$ . Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk  $t_{tabel}$  sebesar 1,986.

Kriteria pengujian:

g. Jika  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

h. Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil pengujian diperoleh nilai untuk  $t_{hitung}$  sebesar  $7,309 > 1,986$  dengan tingkat signifikansi penelitian 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan angka signifikansi pada variabel *Responsiveness* (daya tanggap) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan  $t_{hitung}$  yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  dan angka signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti *Assurance* (jaminan) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi-dimensi kualitas pelayanan secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan *SPSS* versi 25.0.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada Tabel 4.21 berikut ini:

Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.838	1.060		4.566	.000
	Tangible (Bukti Fisik)	.027	.066	-.028	2.051	.031
	Reliability (kehandalan)	.147	.071	.157	2.064	.042
	Responsiveness (daya tanggap)	.156	.079	.155	1.989	.049
	Assurance (jaminan)	.372	.051	.610	7.309	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.21 maka dapat dituliskan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$(Y = 4,838) (+0,27 X_1) (+0,147 X_2) (+0,156 X_3) (+0,372 X_4)$$

Y = Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> = *Tangible* (Bukti Fisik)

X<sub>2</sub> = *Reliability* (kehandalan)

X<sub>3</sub> = *Responsiveness* (daya tanggap)

X<sub>4</sub> = *Assurance* (jaminan)

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta sebesar 4,838 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, dan maka nilai variabel Y adalah 4,838.
2. Nilai 0,27 pada variabel *Tangible* (Bukti Fisik) (X<sub>1</sub>) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat *reliability* yang diberikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
3. Nilai 0,147 pada variabel *Reliability* (kehandalan) (X<sub>2</sub>) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat *Reliability* (kehandalan)

yang diberikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

4. Nilai 0,156 pada variabel *Responsiveness* (daya tanggap) ( $X_3$ ) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat *Responsiveness* (daya tanggap) yang diberikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
5. Nilai 0,372 pada variabel *Assurance* (jaminan) ( $X_4$ ) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat *Assurance* (jaminan) yang diberikan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

#### 4.4.4 Koefisien Determinasi

Uji koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari nol sampai dengan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel dependen cukup terbatas. Koefisien Determinasi merupakan prediksi ke lima variabel independent terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 <sup>a</sup>	.644	.629	.495

a. Predictors: (Constant), Assurance (jaminan), Tangible (Bukti Fisik), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap)  
 Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0.644 yang berarti 64,4% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (variabel independent) dan sisanya sebesar 35,6 % dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

#### 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

##### Pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui bahwa *Tangible* (Bukti Fisik) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,051 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1,986). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *Tangible* (Bukti Fisik) memiliki pengaruh yang

positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis regresi linear pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa *Tangible* (Bukti Fisik) memiliki pengaruh sebesar 0,27 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan dapat dilihat karena bukti fisik pelayanan berupa tempat dan lokasi yang nyaman juga karena fasilitas parkir dan kebersihan yang disediakan Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul bukan merupakan faktor kepuasan pelanggan melainkan karena faktor lain.

#### **Pengaruh *Reliability* (kehandalan) terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui bahwa *Tangible* (Bukti Fisik) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,064 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1,986). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *Reliability* (kehandalan) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linear pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa *Tangible* (Bukti Fisik) memiliki pengaruh sebesar 0,147 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bisa disimpulkan *Reliability* (kehandalan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

#### **Pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui bahwa *Responsiveness* (daya tanggap) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,989 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1,986). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *Responsiveness* (daya tanggap) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linear pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa *Responsiveness* (daya tanggap) memiliki pengaruh sebesar 0,156 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bisa disimpulkan *Responsiveness* (daya tanggap) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

#### **Pengaruh *Assurance* (jaminan) terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui bahwa *Responsiveness* (daya tanggap) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,309 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1,986). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *Assurance* (jaminan) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linear pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa *Assurance* (jaminan) memiliki pengaruh sebesar 0,372 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bisa disimpulkan *Assurance* (jaminan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

#### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan tabel diketahui bahwa variable independent memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari perhitungan Uji F yang memiliki hasil nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau  $F_{hitung}$  sebesar 42,971 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,31 atau ( $42,971 > 2,31$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul sudah baik dan memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap kepuasan pelanggannya.

Berdasarkan hasil perhitungan Hasil Koefisien Determinasi pada tabel 4.22 yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variable lainnya cukup tinggi karena variabel independent mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 64,4% dan variabel ini memiliki pengaruh yang positif. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 35,6 % dijelaskan oleh faktor lain di luar kualitas pelayanan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai tujuan dalam penelitian ini antara lain:

1. Hasil penelitian tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul secara deskriptif sudah baik. Hal ini dibuktikan dengan rata-rata skor tanggapan responden sebesar 89,55% yang berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul menurut tanggapan sebagian besar responden sudah memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik dan memberikan kesan yang positif dalam benak pelanggan.
2. Hasil penelitian tentang kepuasan konsumen di Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul secara deskriptif sudah baik. Ini ditunjukkan dengan persentase rata-rata dari kepuasan konsumen sebesar 90,73% yang berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebagai konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul merasa puas dengan berbagai layanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap) dan *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (*R square*) pada penelitian ini sebesar 0,644 atau 64,4% Sedangkan sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan uji parsial antar variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen maka dapat disimpulkan Terdapat pengaruh yang positif antara *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap) dan *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis akan memberikan beberapa saran untuk menambah wawasan keilmuan dalam bidang akademis diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya terbatas pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, harga, nilai produk, promosi dan lain-lain. Selain itu juga dapat menambah variabel dependen seperti loyalitas pelanggan dan keputusan pembelian.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada Rumah Makan Ikan Bakar Bambu Haur Sentul saja, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari objek lain yang sejenis sebagai pembandingan untuk mengetahui potensi dari usaha tersebut selain itu agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki judul yang sama namun dengan objek yang berbed

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Toko Rahmat Aluminium Banjarmasin. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Toko Rahmat Aluminium Banjarmasin*, 3(3), 231–254.
- Amstrong, Kotler. 2015. “*Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*”. England: *Person Education, Inc.*
- Chaniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Dewi, A. U. (2015). Hubungan Waktu Tunggu Pendaftaran Dengan Kepuasan Pasien Di Tempat Pendaftarn Pasien Rawat Jalan (Tpprj) Rsud Sukoharjo. *Hubungan Waktu Tunggu Pendaftaran Dengan Kepuasan Pasien Di Tempat Pendaftarn Pasien Rawat Jalan (Tpprj) Rsud Sukoharjo*, 2, 55. [http://eprints.ums.ac.id/36185/1/02\\_NASKAH\\_PUBLIKASI.pdf](http://eprints.ums.ac.id/36185/1/02_NASKAH_PUBLIKASI.pdf)
- Fitzsimmons, James A., Mona J. Fitzsimmons, S. K. B. (2023). Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas pelanggan (studi pada pengguna jasa pengiriman JNE). *Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman JNE)*, 4(1), 577–586. <https://www.ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/380%0Ahttps://www.ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/download/380/228>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Handoko, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Pengaruh Motivasi, Budaya, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie*, 7(3), 319–324. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>
- Kotler, P & Keller, K. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Parasuraman, A. 2014. *The Behaviour Consequensesof Serve Quality*. New Jersey: *Prentice Hall*.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.

- Sudaryono. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Citapen Kabupaten Bogor. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Citapen Kabupaten Bogor*, 1(1), 37–47.
- Sunyoto. 2024. Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori. In *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori*.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, diana. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Tjiptono, F & Chandra, G. 2015. *Service, Quality and Statifaction*. Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi offset.
- Tjiptono, F. 2018. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Wijayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19. *Owner*, 6(2), 2101–2111. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.818>
- Wyckof. (2019). Pengaruh Word Of Mouth ( Wom ) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Wisata Kuliner Di. *Pengaruh Word Of Mouth ( Wom ) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Wisata Kuliner Di*. <https://opendata.jabarprov.go.id>  
<https://www.bps.go.id>

## **LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN**

Bersama ini, saya Muhamad Ichsan Alfian mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini, untuk mengumpulkan dan penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Ikan Bakar Bmabu Haur Sentul"** yang sedang saya kerjakan. Informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian yang Anda berikan, saya ucapkan banyak terimakasih.

Identitas Responden:

Nama :

Jenis kelamin : a) laki laki    b) perempuan

Umur : a) <20                    b) 21-30

    c) 31-40                    d) 41-50

Pekerjaan : a) Pegawai    b) Mahasiswa/Pelajar

    c) Lain – lain

Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda (√) pada pertanyaan di bawah ini yang telah disediakan. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/saudari sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Keterangan pengisian

STB : Sangat Tidak Baik

TB : Tidak Baik

KB : Kurang Baik

B : Baik

SB : Sangat Baik

### Lampiran Lanjutan 1 Kuesioner Penelitian

X	<i>Service Quality</i>					
	<i>Tangible</i>	STB	TB	KB	BS	SB
1	Apakah suasana di rumah makan ikan bakar bambu haur sentul bersih sehingga membuat pelanggan nyaman.					
2	Apakah suasana yang bersih dan nyaman merupakan salah satu kualitas <i>service</i> yang diberikan rumah makan ikan bakar bambu haur sentul terhadap pelanggan.					
3	Salah satu kualitas Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan rumah makan ikan bakar bambu haur sentul adalah suasana kantor yang nyaman, Apakah karyawan rumah makan ikan bakar bambu haur menggunakan pakaian yang rapih dan sopan sehingga membuat suasana kantor nyaman.					
	<b>Kehandalan</b>	STB	TB	KB	BS	SB
4	Apakah rumah makan ikan bakar bambu haur sentul menyediakan pelayanan jasa yang terbaik bagi pelanggan.					
5	Pelayanan yang diberikan selalu baik dari awal hingga akhir.					
6	Apakah rumah makan ikan bakar bambu haur sentul selalu memberikan pelayanan yang akurat dalam memberikan pelayanan.					
	<b>Responsiveness</b>	STB	TB	KB	BS	SB
7	Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat.					
8	Kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan yang mengalami kesulitan dengan cepat.					
9	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi dengan cepat.					
	<b>Assurance</b>	STB	TB	KB	BS	SB
10	Perhatian secara personal oleh karyawan rumah makan ikan bakar bambu haur sentul.					
11	Akses yang dimiliki rumah makan ikan bakar bambu haur sentul sangat mudah.					
12	Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh.					
	<b>Kesesuaian Harapan</b>	STB	TB	KB	BS	SB
13	Produk yang diperoleh sesuai dengan melebihi yang diharapkan.					
14	Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.					

<b>X</b>	<i>Service Quality</i>				
15	Fasilitas yang menunjang yang didapat melebihi yang diharapkan.				
<b>Minat Membeli Kembali</b>					
16	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan karyawan memuaskan.				
17	Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan jasa.				
18	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas menunjang yang disediakan memadai.				
<b>Ketersediaan Merekomendasi</b>					
19	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.				
20	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai..				
21	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah menggunakan jasa.				

## LAMPIRAN HASIL PENILAIAN DARI RESPONDEN

Responden	Tangible			Kehandalan			Responsiveness			Assurance			Kesediaan Harapan			Minat Berkelanjutan Kembali			Ketersediaan Merekomendasikan		
	X1	X2	X3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
R1	4	4	5	13	4	4	13	4	4	4	4	13	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R2	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R3	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R4	4	4	4	12	4	5	14	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R5	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R6	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R7	5	4	5	14	4	4	12	5	4	5	4	13	4	5	4	4	4	13	4	4	4
R8	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R9	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R10	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R11	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R12	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R13	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R14	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R15	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R16	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R17	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R18	4	5	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R19	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R20	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R21	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R22	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R23	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R24	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R25	4	5	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R26	5	4	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R27	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R28	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R29	5	4	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R30	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R31	5	4	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R32	5	4	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R33	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R34	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R35	5	4	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R36	5	4	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R37	5	4	5	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R38	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R39	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R40	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R41	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R42	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R43	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R44	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R45	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R46	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R47	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R48	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R49	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R50	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R51	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R52	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R53	5	4	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R54	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R55	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R56	5	5	4	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R57	5	5	4	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R58	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R59	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R60	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R61	5	5	4	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R62	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R63	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R64	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R65	4	5	4	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R66	5	5	4	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R67	5	5	4	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R68	5	5	4	14	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R69	5	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R70	5	4	4	12	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R71	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R72	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R73	4	4	5	13	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	4	4	4
R74	5	5	5	15	4	4	14	4	4	4	4	14	4	4	4	4	4	14	4	4	4

