ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN PADANG SEDERHANA KARAWANG

Asep Jamaludin
Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Buana Perjuangan Karawang University
Email : asepjamaludin@ubpkarawang.co.id

ABSTRAK

kualitas pelayanan merupakan hal yang penting perhatikan oleh sebuah perusahaan terutama yang bergerak di bidang food service, ketika perusahaan berhasil mengaplikasikan kedua hal tesebut maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berujung pada pembelian ulang, sehingga dapat tercapainya tujuan perusahaan yaitu loyalitas dari pelanggan yang berujung pada keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menjelaskan dan menganalisis seberapa besar pengaruh dan kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang kepada pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, Fenomena perkembangan bisnis usaha kuliner pun terjadi pada kota karawang, hal ini terjadi karena adanya faktor-faktor yang mendukung perkembangan bisnis tersebut seperti potensi pasar yang cukup bagus mengingat kota karawang adalah kota yang berkembang dengan banyaknya usaha di kota karawang dan banyaknya masyarakat yang bekerja sebagai pekerja swasta dimana mereka lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan diluar rumah yang cenderung lebih praktis. Selain itu pergeseran gaya hidup masyarakat dimana makanan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan biologis semata, namun juga untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Karena usaha kuliner saat ini juga menyediakan ruang dimana konsumen dapat berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan-layanan yang di sediakan.

Dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan perlu melakukan usaha pembinaan terhadap langganan, untuk itu perlu adanya tindakan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan prilaku konsumen tersebut, merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama, karena sebuah akan berhubungan langsung dengan kemampuan restoran untuk bersaing dan volume keuntungan yang akan di peroleh. yang dimaksud adalah makanan, maka yang harus di utamakan dari segi kebersihannya, kesegaran makanan, tampilan makanan yang

menarik, rasa dan menu dengan banyak variasi, sehingga akan menjadi nilai lebih dan menjadi daya tarik tersendiri di mata konsumen.

Pendahuluan

Makan dan minum pada dasarnya adalah salah satu kebutuhan pokok bagi manusia yang berfungsi sebagai sumber energi untuk melakukan segala aktifitas dan salah satu faktor utama bagi kelangsungan hidup manusia, dengan kata lain tanpa makanan manusia tidak akan dapat bertahan hidup, saat ini seiring dengan perkembangan jaman sudah banyak ke anekaragaman makanan yang ada untuk di konsumsi masyarakat baik itu makanan yang dibuat sendiri maupun makanan siap saji yang di sediakan oleh para pengusaha yang bergerak di bidang kuliner. Selain kebutuhan biologis yang mendorong keinginan manusia untuk makan, timbulnya selera makan dikarnakan juga karena penampilan dari makanan mulai dari aroma, cita rasa, dan bagaimana cara penyajiannya.

Perkembangan usaha kuliner saat ini sangat pesat mulai dari negara-negara maju dan berkembangpun mengikuti perkembangan bisnis usaha kuliner ini, begitu juga di indonesia pola konsumsi masyarakat akan makanan telah mengalami pergeseran dimana masyarakat lebih senang untuk mengkonsumsi makanan diluar rumah terutama bagi masyarakat yang sibuk bekerja dan beraktifitas diluar rumah, pola konsumsi masyarakat ini menyebabkan semakin banyaknya usaha kuliner yang menyediakan makanan siap saji untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat makan diluar rumah,

Usaha kuliner terus menunjukan daya tariknya, pertumbuhan bisnis ini terus mengalami perkembangan yang positif, Pasarnya yang luas mulai merambah pada masyarakat kelas menengah, ke bawah hingga kelas atas. Berkebangnya usaha kuliner sering di kaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi, dimana masyarakat di sibukan dengan pekerjaannya di luar rumah sehingga lebih memilih sesuatu yang bersifat praktis dan instan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Dilihat dari prilaku masyarakat yang semakin berkembang inilah yang menyebabkan usaha yang bergerak di bidang kuliner terbilang sangat menjanjikan.

Rumah Makan Padang Sederhana adalah salah satu restoran yang berdiri di tengah menjamurnya bisnis restoran di kota karawang , Rumah Makan Padang Sederhana merupakan restoran dengan konsep yang sederhana yang menyajikan menu makanan dengan resep sendiri dan menawarkan suasana yang nyaman dengan fasilitas adanya musik organ yang di siapkan oleh pengelola rumah makan, yang menjadi ciri khas rumah makan ini.

Baik dan buruknya kualitas produk dan pelayanan akan berpengaruh terhadap kondisi perusahaan, Ketika konsumen merasa pada sebuah restoran sangat memuaskan, maka kemungkinan besar konsumen akan kembali mengkonsumsi dari restoran tersebut. Begitupun sebaliknya ketika konsumen merasa tidak puas, maka kemungkinan konsumen tersebut tidak akan kembali mengkonsumsi dari restoran tersebut. Ahli ekonomi berpandangan bahwa konsumen adalah orang yang bersifat selalu ingin memenfaatkan kegunaan semaksimal mungkin (utility maximizers) dari sumber daya yang terbatas sehingga ia berusaha mendapatkan atau membeli suatu yang memberikannya kepuasan tertinggi (Sofjan Assauri, 2014:154).

Kepuasan konsumen juga sangat di tentukan pula oleh baik tidaknya sebuah layanan yang di berikan perusahaan dalam memasarkan nya. Fandi Tjiptono dan Gregorius chandra (2012:74) Menyimpulkan kualitas layanan adalah mencerminkan semua dimensi penawaran yang menghasilkan manfaat (benefit) bagi pelanggannya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian tentang "Pengaruh dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dI Rumah makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut :

Bagaimana pada Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. Bagaimana kualitas pelayanan pada Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. Seberapa Besar korelasi antara dan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. Seberapa Besar pengaruh parsial dari dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. Seberapa Besar pengaruh simultan dari dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang.

Tinjauan pustaka

Manajemen adalah suatu alat yang digunakan dalam proses dimana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi. Manajemen yang baik akan memudahkan sebuah kegiatan dalam proses pencapaian tujuan agar bisa berjalan secara efektif dan efisien. Untuk lebih jelasnya berikut definisi manajemen menurut para ahli:

Menurut Melayu S.P Hasibuan (2009 : 2) Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Kemudian menurut Andrew F. Sikula dalam Hasibuan (2009:2) mengatakan :

> Manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktifitas-aktifitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu atau jasa secara efisien.

Selanjutnya menurut G.R Terry dalam buku Hasibuan (2009:2):

> Manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan seni dan ilmu untuk mengatur pemanfaatan sumber daya manusia dan sumberdaya yang lainnya secara efektif dan efisien melalui kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Pengertian Kualitas

Pengertian kualitas menurut Goest dan Davis (1994) dalam buku Bilson Simamora (2001:180) mendefinisikan " Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan , layanan, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Keller kevin Lene (2007:180), kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dan menurut siemens dalam buku Kotler & Amstrong (2008:273), Mendefinisikan "Kualitas adalah ketika pelanggan kita kembali dan kita tidak kembali."

Dilihat dari definisi diatas maka dapat di simpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan dari fitur atau sifat atau jasa yang memenuhi harapan konsumen.

Pengertian pelayanan

Pengertian pelayanan menurut J.Stanton (1981:529) dalam buku buchari alma (2013:243) :

"Servises ere those separately identifiable, essentially intangible activities than provide want-satisfaction, and that aer not necessarily tired to the sale of a product or another service. To product a service may or may not required ther is no transfer of the title (permanent ownersip) to these tangible goods."

Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Sedangkan menurut Valarie A. Zeithamel dan mary jo Bitner (2000:3) dalam buku buchari Alma (2013:243) :

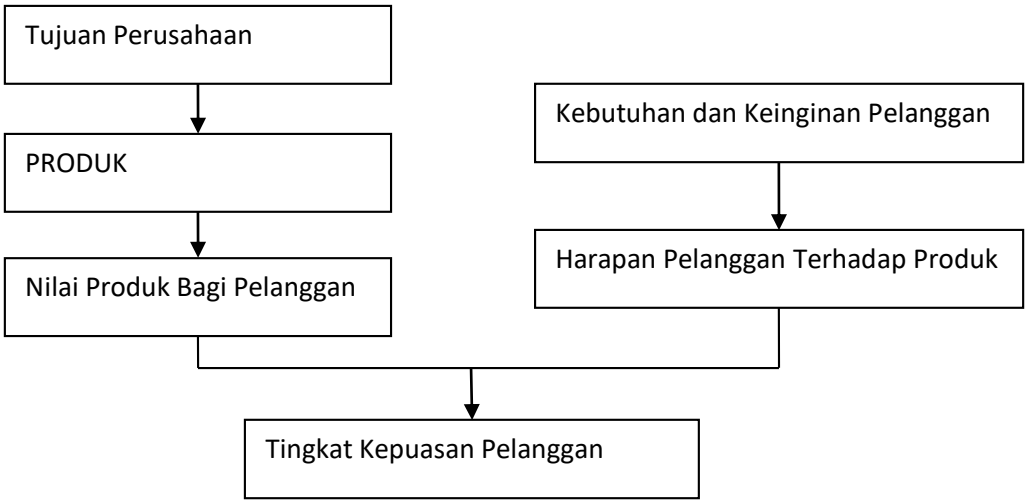
"Broad devinition is one that defines services "include all economic activities whose output is not a physical product or construction, is generally consumed at the time it is produced, and provide added value in form (such as convenience, amusement, timeliness, comfort, or health)that are essentially intangible concernsof its first purchaser."

Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan dikonsumsi bersamaan dengan waktu si dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Dilihat dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud yang bisa di rasakan manfaatnya.

Kepuasan Pelanggan

Dalam sebuah perusahaan, memberikan kepuasan terhadap pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, selain itu memuaskan kebutuhan pelanggan juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsep kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Fandy Tjiptono (2008:25)

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap , jasa atau perusahaan tertentu konsumen umumnya mengacu pada beberapa faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu manufaktur (Garvin dala 2008 : 25) antara lain meliputi:

1. Kinerja (performance) Karakteristik operasi pokok dari inti (*Core Product*) yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalkan kelengkapan interior dan eksterior.
3. Keandalan (Reliability) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauhmana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditentukan sebelumnya.
5. Daya tahan (Durability) berkaitan dengan berapa lama tersebut dapat bisa digunakan. Dimensi ini mencaqngkup umur teknismaupun umur ekonomis
6. Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi kenyamanan mudah direvarasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika yaitu daya tarik terhadap panca indra.

8. Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality) yaitu citra dan reputasi serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembelian atas atribut ciri-ciri yang akan dibeli, makan pembeli mempersiapkan kualitas dari aspek harga, nama merek,iklan reputasi perusahaan.

Dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut (Parasuraman, et al., (1985) dalam Fandi Tjiptono, 2008 : 26) yaitu:

1. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu pera pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemempuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan

Metodologi penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut sebagai metode positivitik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat di temukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan ststistik (Sugiyono, 2014:7). Adapun analisisnya menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2008:5) bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) anpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan

variabel yang lain. Penelitian verivikatif menurut Sugiyono (2010:13) bahwa metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memperoleh gambaran secara sistematis mengenai variabel dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Sedangkan secara verivikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan perhitungan statistik.

1. Desain Penelitian

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, dibutuhkan desain penelitian untuk membantu penelitian dalam pengumpulan dan menganalisis data, agar data yang diperoleh sesuai dengan permasalahan yang ada, maka digunakan beberapa desain penelitian berikut ini :

1) Desain Penelitian Berdasarkan Tujuan Penelitian

   Berdasarkan tujuannya penelitian ini merupakan penelitian terapan. Penelitian terapan dilakukan dngan tujuan menerapkan , menguji dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah praktis (Sugiyono, 2012:4). Desain penelitian ini ditujukan untuk melakukan kegiatan akademik yang terstruktur dan informative sehingga dapat memudahkan kegiatan peneliti dalam penambahan data dan pencarian data dengan sumber yang ada dilapangan.

2) Desain Penelitian Berdasarkan Metode Penelitian

   Berdasarkan metode penelitiannya yaitu termasuk penelitian survey. Menurut Sugiyono (2012:6) bahwa metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam mengumpulkan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara terstruktur dan sebaganya (perlaku

1) Desain Penelitian Berdasarkan Tingkat Eksplansi

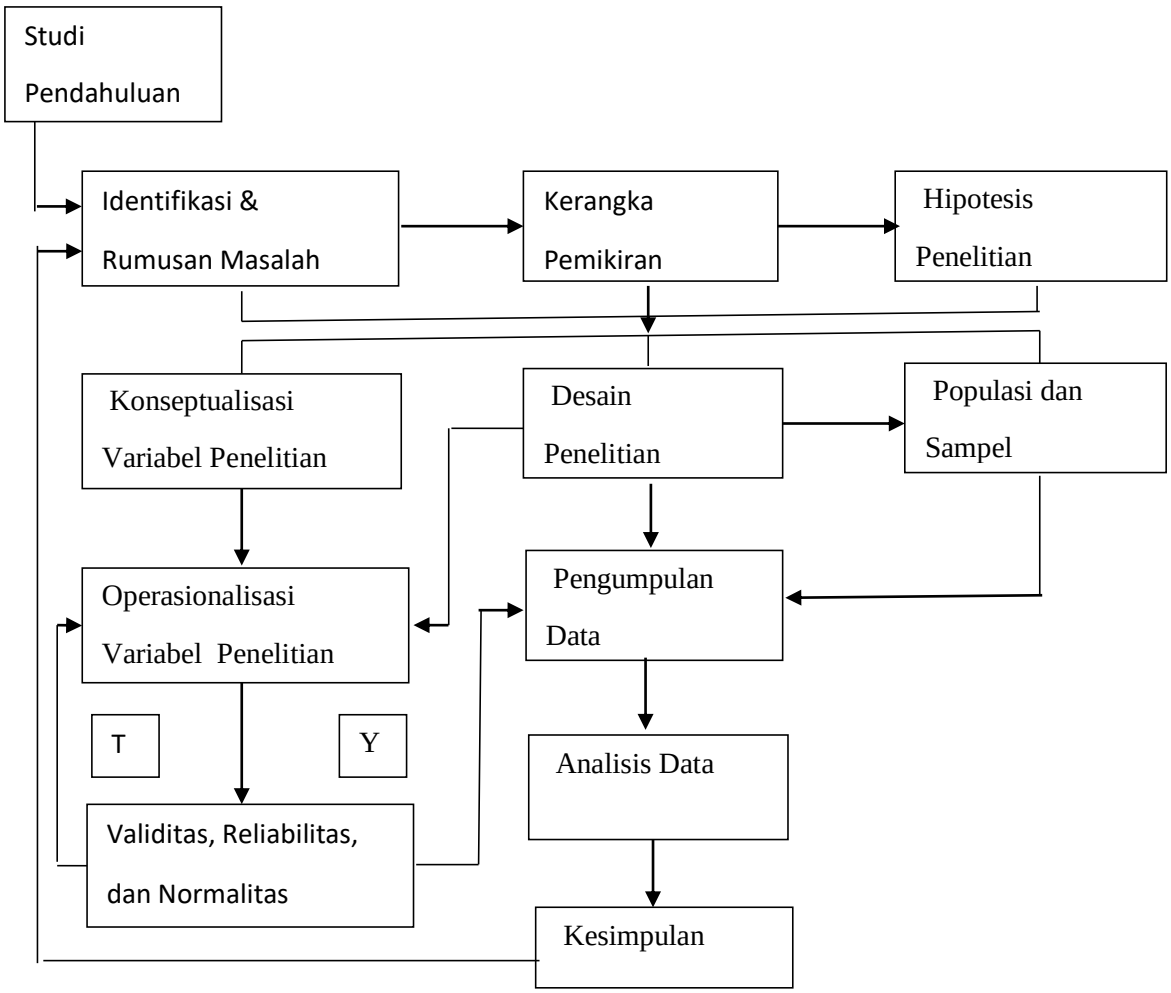
   Penelitian ini termasuk kedalam penelitian Assosiatif, Menurut Sugiyono (2008:5), Bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan

untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis.

2) Desain Penelitian Berdasarkan Jenis Data dan Analisisnya

Berdasarkan jenis datanya penelitian ini termasuk penelitian data kuantitatif, dengan menggunakan analisis statistik.

Adapun desian pada proses penelitiannya sebagai berikut :



Desain Penelitian

Sumber : Materi Workshop Penulisan Tugas Akhir (2013:9) dalam Yuyun Hoerunisa (2014: 47).

Dilihat dari gambar diatas, maka dapat dijelaskan bahwa tahapan pertama yang dilakukan adalah studi pendahuluan pada objek penelitian, yaitu pada Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang untuk mminta data dan melakukan observasi awal tentang kondisi rumah makan yang kemudian dapat dijadikan latar belakang penelitian, setelah itu dilakukan identifikasi masalah sebagai dasar dalam membuat suatu kerangka pemikiran penelitian yang selanjutnya menentukan hipotesis penelitian.

2. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38), Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel, dua variabel bebas (X1 da X2) dan satu variabel terkait (Y). Dalam penelitian ini variabel X1 adalah , X2 adalah kualitas layanan yang merupakan variabel yang mempengaruhi variabel Y yaitu kepuasan konsumen pada RM Rumah Makan Padang Sederhana.

3. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah suatu definisi yang dijabarkan secara konsep (teori) dari masing-masing variabel yang telah di kemukakan oleh para ahli atau pakar, Definisi konseptual dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

adalah kemampuan dari suatu baik berupa barang atau jasa dalam melaksanakan fungsinya untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atas kinerja tersebut.

Definisi dalam penelitian ini, adalah : suatu kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, dimana barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

4. Kualitas Pelayanan

Definisi konsep dari kualitas pelayanan Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang adalah ukuran seberapa baik pelayanan (P) yang diberikan (perceived service) yang sesuai dengan harapan (E) Konsumen (expected service) berdasarkan tingkat kepentingan (I) mereka atas keseluruhan pelayanan

yang diterima dari Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang yang digunakan sebagai acuan, sub variabel terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty yang mencakup seluruh aspek layanan Rumah Makan Padang Sederhana yang dihasilkan.

5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan yang dirasakan dengan harapan, supaya kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi melalui yang dikonsumsi.

Definisi konseptual kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah perasaan senang atau kecewa seseorang atas kinerja yang dipersepsikan melelui penilaian evaluatif yang dihasilkan dari seleksi spesifik, sehingga terbentuk tingkat kepuasan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mencerminkan semua dimensi penawaran atas pelayanan yang di janjikan bagi konsumen Rumah makan MM Rsto Karawang. Definisi operasional kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Skor penilaian responden tentang seberapa baik kualitas pelayanan dengan menggunakan lima dimensi pokok yaitu reliabilitas, responsivitas, jaminan (assurance), empati, bukti fisik (tangibles) terhadap pencapaian kepuasan konsumen. Berdasarkan apa yang dilihat dan dialami responden selama ini, untuk setiap jawaban responden yang menyatakan :

1) Sangat baik diberi skor 5
2) Baik diberi skor 4
3) Cukup baik diberi skor 3
4) Tidak baik diberi skor 2
5) Sangat tidak baik diberi skor 1

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen yaitu suatu keadaaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari konsumen Rumah Makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang dapat terpenuhi melalui dan pelayanan yang maksimal. Untuk mengukur kepuasan konsumen digunakan lima dimensi pokok yaitu Bukti langsung

(Tangible), Keandalan (Reability), Daya tanggap (Resvonsiveness), jaminan (Assurance), dan empati (empaty). Berdasarkan apa yang dilihat dan dialami responden selama ini, untuk setiap jawaban responden yang menyatakan :

1) Sangat puas diberi skor 5
2) Cukup puas diberi skor 4
3) Puas diberi skor 3
4) Tidak puas diberi skor 2
5) Sangat tidak puas diberi skor 1

Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian disebut instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena disebut variabel. Instrumen penelitian dilakukan sebagai berikut :

Tabel 3.1

Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator
(X1)*	Kinerja (Performance)	1. Rasa 2. Kelengkapan Bumbu
	Fitur (Features)	3. Pilihan jenis menu 4. Pilihan Paket Menu
	Reliabilitas (Keandalan)	5. Menghilangkan Lapar 6. Sesuai Kebutuhan
	Konformasi (conformasi)	7. Kebersihan 8. Ukuran / Porsi
	Daya Tahan (durability)	9. Daya tahan
	Serviceability (kemampuan Pelayanan)	10. Waktu Penyajian 11. Pelayanan
	Estetika (aestetics)	12. Penyajian Makanan 13. Desain

	Preceived quality (Kualitas yang dirasa)	14. Kualitas yang dipersepsikan 15. Kepuasan terhadap
Kualitas Layanan (X2)**	Reliabilitas	16. Kecepatan dalam Pelayanan 17. Ketepatan transaksi Pembayaran 18. Kemampuan memberikan Pelayanan 19. Memiliki standar pelayanan yang jelas
	Responsivitas	20. Keramahan pelayan dalam melayani konsumen 21. Penanganan keluhan 22. Ketanggapan pelayan terhadap keluhan konsumen

Tabel Lanjutan

Tabel Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator
	Jaminan (assurance)	23. Pengetahuan tentang harga 24. Kesopanan dan sifat pelayan 25. Tanggung jawab pelayan 26. Komunikasi dengan konsumen Memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.
	Empati	27. Pemahaman terhadap kebutuhan konsumen 28. pelayan melayani dengan tidak diskriminatif (Membeda-bedakan)
	Bukti fisik (tangibles)	29. Pengunaan alat bantu dalam pelayanan 30. Kelengkapan peralatan 31. Penampilan karyawan

	Bukti langsung (Tangible)	32. Alat bantu dalam pelayanan 33. Kelengkapan Peralatan 34. Penampilan karyawan
Kepuasan Konsumen (Y)***	Keandalan (Reability)	35. Kecepatan dalam Pelayanan 36. Ketepatan transaksi Pembayaran 37. Kemampuan memberikan Pelayanan 38. Memiliki standar pelayanan yang jelas
	Daya tanggap (Resvonsiveness)	39. Keramahan pelayan dalam melayani konsumen 40. Penanganan keluhan 41. Ketanggapan pelayan terhadap keluhan konsumen
	Jaminan (Assurance)	42. Pengetahuan tentang harga 43. Kesopanan dan sifat pelayan 44. Tanggung jawab pelayan

Tabel Lanjutan

Tabel Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator
		45. Komunikasi dengan konsumen 46. Memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.
	Empati (Emphaty)	47. Pemahaman terhadap kebutuhan konsumen 48. pelayan melayani dengan tidak diskriminatif (Membeda-bedakan)

Sumber : *Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012:75)

***Kotler dalam Buchari Alma (2013:284)**

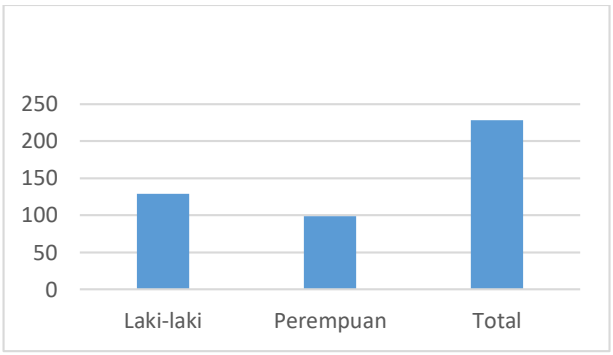
*** Parasuraman (2008 :26)**

Hasil penelitian dan pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti mengambil sampel dari penelitian sebanyak 228 responden dan dalam penelitian ini profil responden dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, fekuensi kunjungan, dan sifat kunjungan. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Jumlah responden yang mengisi kuisoner berdasarkan kriteria Jenis Kelamin dapat dijelaskan pada gambar sebagai berikut :



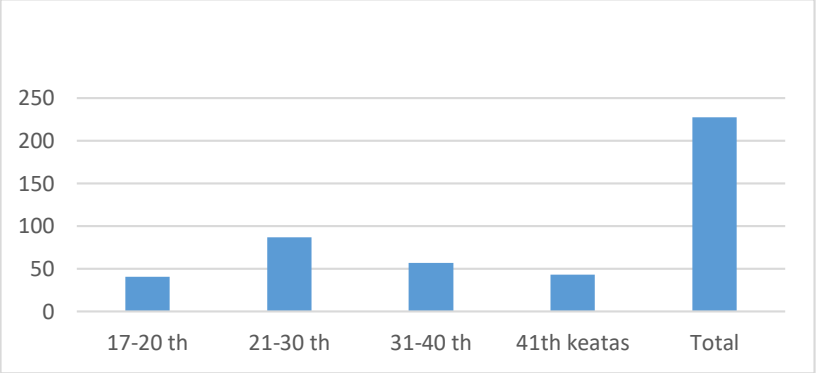
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data Primer, Dianalisis. 2015

Berdasarkan gambar 4.2 di atas, terlihat bahwa responden terbanyak adalah jenis kelamin laki-laki dengan jumlah sebanyak 129 orang atau persentase sebesar 57 %, sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 99 orang atau persentase sebesar 43 % dengan total jumlah responden 228 orang.

2. Usia

Jumlah responden yang mengisi kuisoner berdasarkan kriteria usia dapat dijelaskan pada gambar sebagai berikut :



Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Data Primer, Dianalisis. 2015

Berdasarkan gambar 4.3 di atas, terlihat bahwa responden usia 17 – 20 tahun sebanyak 41 orang atau persentase sebesar 18 %, responden usia 21 – 30 tahun sebanyak 87 orang atau persentase sebesar 38 %, responden usia 31 – 40 tahun sebanyak 57 orang atau persentase sebesar 25 % dan responden usia 41 tahun keatas sebanyak 43 orang atau persentase sebesar 19 % dengan total jumlah responden 228 orang.

Analisis Rentang Skala

Skor Skala	Rentang Skala	Deskripsi Skor		
			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
1	228-410	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
2	411-593	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Puas
3	594-776	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Puas
4	777-959	Baik	Baik	Puas
5	960-1140	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Puas

Persentase tanggapan responden mengenai fasilitas peralatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Baik	2	.9	.9	.9
	Tidak Baik	114	50.0	50.0	50.9
	Cukup Baik	71	31.1	31.1	82.0
	Baik	25	11.0	11.0	93.0
	Sangat Baik	16	7.0	7.0	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer, Dianalisis. 2015, SPSS 16

Tabel 4.32 menunjukan tanggapan responden mengenai fasilitas peralatan pada rumah makan Rumah Makan Padang Sederhana Karawang menyatakan bahwa sangat tidak baik sebanyak 2 orang atau 1%, tidak baik sebanyak 114 orang atau 50%, cukup baik sebanyak 71 orang atau 31%, baik sebanyak 25 orang atau 11%, sangat baik 16 orang atau 7%.

Pembahasan

Adapun pembahasan dari metode verifikatif dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Korelasi (X1) dengan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,822 dan mempunyai tingkat hubungan yang searah karena nilainya positif. Karena adalah totalitas fitur dan karakteristik atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Konsumen tidak tergerak dengan imbauan untuk membeli dan menggunakan suatu dengan alasan patriotik. Konsumen mencari kualitas (nilai) terbaik dalam membeli dan jasa pelayanan yang dibutuhkannya.

2. Pengaruh parsial (X1) dengan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
   (1) Pengaruh parsial (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 0,269atau 26,9%. Hal ini menunjukkan pengaruh positif antara (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Karena yang baik akan berdampak pada Kepuasan Pelanggan.
   (2) Pengaruh parsial Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 0,154 atau 1,54%. Hal ini menunjukkan pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Karena Kualitas Pelayanan yang baik berdampak pada Kepuasan Pelanggan.

   Karena (X1) memiliki pengaruh sebesar 0,269 terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), lebih besar dibandingkan pengaruh yang dimiliki Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu sebesar 0,154, dapat dinyatakan bahwa variabel (X1) lebih banyak memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dibandingkan variabel Kualitas Pelayanan (X2). Konsumen merasa lebih tertarik dengan aspek-aspek yang diberikan dibandingkan dengan aspek kualitas pelayanan yang diberikan oleh RM Rumah Makan Padang Sederhana Karawang.

3. (X1) dengan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dengan kriteria uji nilai Sig. (0,000) $<\alpha$ (0,05) dan f_{hitung}-(269,119) $>f_{tabel}$ (3,04) artinya Ho ditolak. Total pengaruh (X1) dengan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 42,3 %. Hal ini menunjukan bahwa (X1) dengan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 42,3% sedangkan sisanya 57,7% merupakan kontribusi variabel lain (ε) yang tidak diteliti.

Daftar Rujukan

Alma, Buchari. 2013. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Edisi Revisi. Cetakan Ke-9. Bandung: Alfabeta

Assauri, Sofjan, 2014. **Manajemen Pemasaran**, Edisi Kesatu, Penerbit : Rajawali Pers, Jakarta

Basrah, Saidani, 2012. **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Analisis**. Bandung : Alfabeta

Sugiyono, 2014. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**, Bandung : Alfabeta

Sugiyono, 2008, **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**, Bandung Alfabeta

Tjipton, Fandi, 2004, **Strategi Pemasaran**, Edisi Kedua, Bandung : Linda Karya

Yamit, Zulian, 2013. **Manajemen dan Jasa**, Cetakan Keenam, Yogyakarta : Ekonisia

Sugiyono, 2008, **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**, Bandung Alfabeta

Tjipton, Fandi, 2004, **Strategi Pemasaran**, Edisi Kedua, Bandung : Linda Karya

Yamit, Zulian, 2013. **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa**, Cetakan Keenam, Yogyakarta : Ekonisia

Rangkuti, Freddy, 2002. **Riset Pemasaran**, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Riduwan dan Achmad Kuncoro. 2012. **Cara Menggunakan dan Memakai Path Analisis**. Bandung : Alfabeta