ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Empiris D' Cost Sea Food Restaurant Solo)

ARTIKEL PUBLIKASI ILMIAH

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:
AKDI PURNAMA
B 100 090 023

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012/2013

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca artikel publikasi ilmiah dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Empiris D' Cost Sea Food Restaurant Solo)

Yang ditulis oleh:

AKDI PURNAMA
B100 090 023

Penandatanganan berpendapat bahwa artikel publikasi ilmiah tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Desember 2012

Pembimbing

(Drs. Wiyadi, MM.,Ph.D)

ANALYSIS OF EFFECT OF QUALITY SERVICES TO CUSTOMER SATISFACTION
(Empirical Study at D'Cost Sea Food Restaurant Solo)

By
Akdi Purnama

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of the level of service that consists of dimensions of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles to customer satisfaction D'cost Sea Food Restaurant Solo and identify and analyze the dimensions of the level of service that has the most dominant influence on customer satisfaction D'cost Sea Food Restaurant Solo. The results of this study are expected as input to the manager D'cost Sea Food Restaurant Solo for consideration in the decision making process a satisfactory level of customer service in the present and in the future.

Data analysis tools used in this research is the multiple linear regression t test, F test and the coefficient of determination (R2). The population in this study are all D'customers cost Sea Food Restaurant Solo. The samples in this study were 150 persons consumers visitors D'cost Sea Food Restaurant Solo with purposive sampling method as a sampling technique.

Based on the survey results revealed that the F-test analysis results obtained at 150.240 F_{value} value > 2.21 with a probability of 0.000 < 0.05 then it means accepting H1 H0 is rejected, it means that the reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible together significant effect on customer satisfaction D 'Cost Sea Food Restaurant Solo. As for the value of the coefficient of determination or R^2 at 0.839. This means that the variation in the change in customer satisfaction D 'Cost Sea Food Restaurant Solo can be explained by changes in the quality of services by 83.9%. While remaining 16.1% is explained by other factors not come observed. So that H_1 is accepted. The result shows that the assurance has a beta value of 0.339 koefieisen greater when compared to other variables. This shows that the most dominant influence assurance of customer satisfaction D 'Cost Sea Food Restaurant Solo. So H_2 is rejected.

Keywords: reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, serta perekonomian yang semakin meningkat memberi imbas positif pada masyarakat, seperti peningkatan daya beli. Hal tersebut mendorong tumbuhnya para pelaku bisnis untuk melakukan suatu usaha yang inovatif diberbagai bidang baik

dibidang jasa maupun di bidang produk. Salah satu usaha yang memiliki prospek yang cukup menjanjikan oleh para pelaku bisnis adalah bisnis di bidang kuliner.

Perkembangan bisnis kuliner saat ini semakin pesat dan marak. untuk itu konsumen semakin selektif dalam menentukan Rumah Makan ataupun restoran pilihanya. Para pihak pengelola dituntut untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui kualitas produk dan pelayanan yang baik akan menunjang keberhasilan restoran tersebut dalam meningkatkan intensitas dan loyalitas pelanggan.

Pengelola restoran harus dapat mengetahui kebutuhan, keinginan dan selera dari konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginannya. Pelanggan akan rela mengeluarkan uang lebih untuk dapat menikmati makanan yang dapat memuaskan mereka tak perduli harga yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan akan mendorong meningkatnya profit, pelanggan yang puas akan bersedia membayar lebih untuk produk yang diterima. Hal ini tentunya akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan dan kesetiaan pada perusahaan. Pelanggan yang puas biasanya akan melakukan pembelian ulang sehingga berpotensi menjadi pelanggan yang loyal.

Kepuasan pelanggan sangat penting demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya suatu usaha. Untuk itu salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengelola adalah dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan, karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi pengelola Rumah Makan ataupun restoran. Jika pelanggan merasa puas terhadap apa yang telah diberikan oleh pengelola restoran tersebut, maka terdapat tiga kemungkinan yaitu berminat untuk melakukan pembelian ulang, mereka berminat untuk merekomendasikan apa yang mereka rasakan kepada teman dan saudaranya dan terakhir mereka akan loyal terhadap produk tersebut. Kesuksesan pengelola restoran dapat dicapai melalui pemfokusan pada kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Menurut Tjiptono (2005:223) Kualitas pelayanan bisa dilihat dari segi *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Assurance* (jaminan layanan),

Empathy (kemampuan memahami keinginan pelanggan), dan *Tangibles* (tampilan fisik layanan).

D'cost Seafood Restaurant adalah restoran seafood dengan 38 cabang yang tersebar di 8 kota besar antara lain: Jakarta, Bandung, Surabaya, Solo, Pekanbaru, Balikpapan, Makassar, dan Bali. Mengusung tema "Mutu Bintang Lima Harga Kaki Lima",D'cost terus berusaha mewujudkan visi menyediakan seafood berkualitas dengan harga terjangkau bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dilakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat pelayanan yang terdiri dari dimensi *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles* terhadap kepuasan pelanggan D'cost Sea Food Restaurant Solo serta mengetahui dan menganalisis dimensi tingkat layanan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan D'cost Sea Food Restaurant Solo.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian *survey*. Menurut Singarimbun (dalam Singarimbun dan Effendi, 1989:3) penelitian *survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui peyebaran kuesioner kepada pelanggan D'cost Sea Food Restaurant Solo. Data primer adalah data yang diperoleh melalui komunikasi secara langsung terhadap responden dengan pengisian kuesioner oleh responden (Cooper dan Emory, 1996).

Populasi adalah jumlah keseluruhan obyek penelitian (Arikunto, 2006:130). Sedangkan menurut Sugiyono (2007:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Dalam suatu survai tidak perlu meneliti semua individu, karena akan memerlukan waktu, tenaga, dan biaya yang besar. Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh pelanggan D'cost Sea Food Restaurant Solo.

Sampel adalah bagian dari suatu populasi. penelitian ini adalah 150 orang konsumen pengunjung D'cost Sea Food Restaurant Solo. Agar sampel yang diambil representatif atau mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat. Oleh karena data yang diperoleh diketahui secara pasti jumlah populasinya, maka peneliti mengambil sampel menurut pendapat Malholtra. Menurut Malhotra (1993:622), jumlah responden sebesar paling sedikit 4 atau 5 x jumlah sub variabel atau item yang digunakan dalam penelitian. Jadi dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti sebesar 150 responden (5 kali indikator sebanyak 30) agar dapat lebih representatif (mewakili populasi yang ada) dan hasil yang diperoleh lebih akurat dalam menjawab hipotesis sebelumnya.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan desain *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2005). Dengan melihat karakteristik populasi yang ada dan tujuan penelitian ini, maka penentuan responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu dengan memilih responden anggota populasi yang memenuhi kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah konsumen D'cost Sea Food Restaurant Solo yang pernah melakukan pembelian dengan kriteria usia diatas 17 tahun.

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner selanjutnya akan diolah dan dianalisis dengan cara kuantitatif. Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis yang umum digunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengelola restoran harus dapat mengetahui kebutuhan, keinginan dan selera dari konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginannya. Pelanggan akan rela

mengeluarkan uang lebih untuk dapat menikmati makanan yang dapat memuaskan mereka tak perduli harga yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan akan mendorong meningkatnya profit, pelanggan yang puas akan bersedia membayar lebih untuk produk yang diterima. Hal ini tentunya akan meningkatkan keuntungan bagi perusahan dan kesetiaan pada perusahaan. Pelanggan yang puas biasanya akan melakukan pembelian ulang sehingga berpotensi menjadi pelanggan yang loyal.

Kepuasan pelanggan sangat penting demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya suatu usaha. Untuk itu salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengelola adalah dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan, karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi pengelola Rumah Makan ataupun restoran. Jika pelanggan merasa puas terhadap apa yang telah diberikan oleh pengelola restoran tersebut, maka terdapat tiga kemungkinan yaitu berminat untuk melakukan pembelian ulang, mereka berminat untuk merekomendasikan apa yang mereka rasakan kepada teman dan saudaranya dan terakhir mereka akan loyal terhadap produk tersebut. Kesuksesan pengelola restoran dapat dicapai melalui pemfokusan pada kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	***Coefficient***	**Beta**	t_{hitung}	***p***
(Constant)	0,596		1,010	0,314
Reliability (X_1)	0,182	0,205	3,606	0,000
Responsiveness (X_2)	0,246	0,207	3,338	0,001
Assurance (X_3)	0,471	0,339	6,753	0,000
Emphaty (X_4)	0,137	0,115	2,007	0,047
Tangible (X_5)	0,175	0,185	3,147	0,002
R^2 = 0,839 F_{hitung} = 150,240 F_{tabel} = 2,21 t_{tabel} = 1,984				

Sumber: data primer diolah 2012

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo diperoleh hasil bahwa variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost

Sea Food Restaurant Solo. *Reliability* merupakan kemampuan D' Cost Sea Food Restaurant Solo memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Sehingga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo senantiasa memberikan pelayanan yang berkualitas dengan memenuhi segala janji-janji yang telah diberikan kepada pelanggan dengan segera. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Kettinger dan Lee (1994) dan (Munawaroh (2002).

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo. *Responsiveness* adalah tanggapan para karyawan D' Cost Sea Food Restaurant Solo untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sehingga untuk semakin meningkatkan kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo, maka pihak D' Cost Sea Food Restaurant Solo senantiasa memberikan bantuan pada pelanggan dengan segera serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Fajarwati dan Muriko (2004) bahwa variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo. *Assurance* adalah jaminan, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan pada D' Cost Sea Food Restaurant Solo. Sehingga untuk semakin meningkatkan kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo, karyawan senantiasa memberikan pelayanan dengan penuh jaminan yang diantaranya mencakup tingkat pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan. Selain itu pelayanan yang diberikan oleh D' Cost Sea Food Restaurant Solo harus bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan dari dalam diri pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Fajarwati dan Muriko (2004) yang menunjukkan bahwa *assurance*

merupakan variabel mempunyai koefisien regresi yang positif atau menunjukkan adanya pengaruh yang searah dengan kepuasan.

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa variabel *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo. *Emphaty* merupakan kepedulian karyawan D' Cost Sea Food Restaurant Solo dengan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Sehingga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo perlu meningkatkan kepeduliannya terhadap pelanggan, yaitu melalui hubungan komunikasi yang baik, pemberian perhatian secara pribadi dan memahami segala kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Aisyati, dkk (2007) bahwa *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian untuk variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo. *Tangible* berkaitan dengan fasilitas fisik, meliputi penampilan fisik seperti gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan pada D' Cost Sea Food Restaurant Solo. Sehingga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo perlu ditingkatkan masalah fasilititas fisik, meliputi penampilan fisik seperti pembangunan gedung yang memadai serta meningkatkan pelayanan tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Pertiwi (2008) bahwa variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

Berdasarkan hasil analisis uji F diketahui bahwa *reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangible* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo. Sehingga **H_1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo terbukti kebenarannya.**

Hasil penelitian relevan dengan penelitian Pertiwi (2008) bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 150,240 > 2,21 dengan probabilitas sebesar 0,000 < 0,05 berarti bahwa *reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangible* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo terbukti kebenarnnya.
2. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel *assurance* paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo.

SARAN

Adanya berbagai temuan, serta keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi D' Cost Sea Food Restaurant Solo diharapkan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dengan senantiasa memenuhi janjinya untuk menyajikan makan secara cepat, memberikan informasi yang tepat tentang makanan, membentuk kepercayaan pada diri pelanggan, memberikan perhatian secara personal serta menampilkan tata ruang dan bangunan yang baik.
2. Berpengaruh dominannya *assurance* terhadap kepuasan pelanggan D' Cost Sea Food Restaurant Solo diharapkan pihak manajemen senantiasa

meningkatkan rasa percaya pelanggan melalui sikap yang baik dan ramah serta pengetahuan yang baik pada setiap karyawan tentang produk yang ada di D' Cost Sea Food Restaurant Solo.

3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel serta mencari variebel-variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Andari, 2005, "*Perilaku Konsumen dan Implikasinya pada Strategi Bauran Pemasaran Restoran Tradisional pada Restoran Galuga 3*", Bogor.

Dajan Anto, 1986, "*Pengantar Metode Statistik*", Cetakan 2, Jakarta, Lp 3 Es.

David Gilbert, 2003, "*Retail Markting Management*", (Second Edition), New Jersey, Prentice Hall.

Fajarwati dan Nofriadi Muriko.2004, "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Astra International* Tbk.", Surakarta:UMS.

Husein Umar, 2000, "*Metodologi Penelitian*", Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Janowits et al, 2002; Teori Permintaan, Hal 281-287.

Kotler Phiip, 2000, "*Marketing Management*", Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler Phiip, 2004, "*Manajemen Pemasaran*", Edisi Milenium 1, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kasmir, 2007, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Lupioyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Naresh Malhota, 1993, "*Riset Pemasaran*". *Manajemen Pemasaran Riset*, Jakarta, Indeks Kelompok Gramedia.

Payne Andrian, 2000, "*Pemasaran Jasa*", Diterjemahkan Fandy Chiptono, yogyakarta, Ed.1

Pratiko, 2005, "*Menganalisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran Famili Resto Cibubur*", Jakarta.

Richard Gerson, 2001, "*Mengukur Kepuasan Pelanggan*", *Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*, Jakarta, Ppm.

Rangkuti. 2002. *The Power of Brand*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Siska, 2004, "*Menganalisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Restoran Padang, pada Kasus Restoran Trio Permai, Bogor".* Bogor

Sugiyono, 2007, "*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*", Bandung, Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2005, "*Pemasaran Jasa*" Malang : Penerbit Bayumedia Publishing.

Wisniewsaki, Mik and Wisniewsaki, Hasel. 2005. Measuring Service Quality in a Hospital Colposcopy Clinic. International Journal of Healt Care Quality Assurance. Emerald Group Publishing Limited.