

NASKAH PUBLIKASI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus pada Warung Makan Bebek Goreng
Haji Slamet Kartasura)**



Oleh :

ANANG BUDI SANTOSO
B 100 090 014

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2013**

PENGESAHAN

Naskah publikasi yang berjudul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Warung Makan
Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANANG BUDI SANTOSO
NIM : B 100 090 014
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal : 18 Oktober 2013

Surakarta, Oktober 2013


Dra. Mabruroh, MM

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


(Dr. Triyono, SE., M.Si)

ABSTRAK

Bisnis kuliner dewasa ini berkembang pesat dan masih berpotensi untuk berkembang lagi. Agar bisnis kuliner tetap terjaga kepercayaannya, maka salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang dirumuskan. Penelitian dilaksanakan di Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura. Sampel diambil sebanyak 100 orang yang diambil dengan teknik *convenience sampling*. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,304 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_1 diterima. Artinya karyawan yang andal dalam memberikan pelayanan menyebabkan konsumen puas; (2) Terdapat pengaruh yang signifikan dari *tangible* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,161 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_2 diterima. Artinya pemberian bukti pelayanan secara langsung menyebabkan konsumen merasa puas; (3) Terdapat pengaruh yang signifikan dari *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,266 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_3 diterima. Artinya karyawan yang memiliki daya tangkap tepat dalam menanggapi keluhan konsumen menyebabkan konsumen merasa puas; (4) Terdapat pengaruh yang signifikan dari *assurance* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,027 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_4 diterima. Artinya pemberian jaminan pelayanan menyebabkan konsumen merasa puas; (5) Terdapat pengaruh yang signifikan dari *empathy* terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura.. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,494 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_5 diterima. Artinya pemberian perhatian terhadap keluhan konsumen menyebabkan konsumen merasa puas.

Kata kunci: *kepuasan konsumen, tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*

A. Pendahuluan

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat. Keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen. Hubungan baik akan tercipta bila sebuah bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen.

Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura, meskipun merek (*brand*) ini telah terkenal dan mampu membuka cabang-cabang baru di berbagai kota, namun semakin ketatnya persaingan bisnis kuliner berdampak pada semakin meningkatnya tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Hal ini perlu diantisipasi dengan strategi yang tepat, diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (dalam hal ini Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura). Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan

menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan *service quality (Servqual)*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) (Kotler, 2000:53).

Bertitik tolak dari latar belakang maka akan dikaji lebih jauh tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura).”

B. Tujuan Penelitian

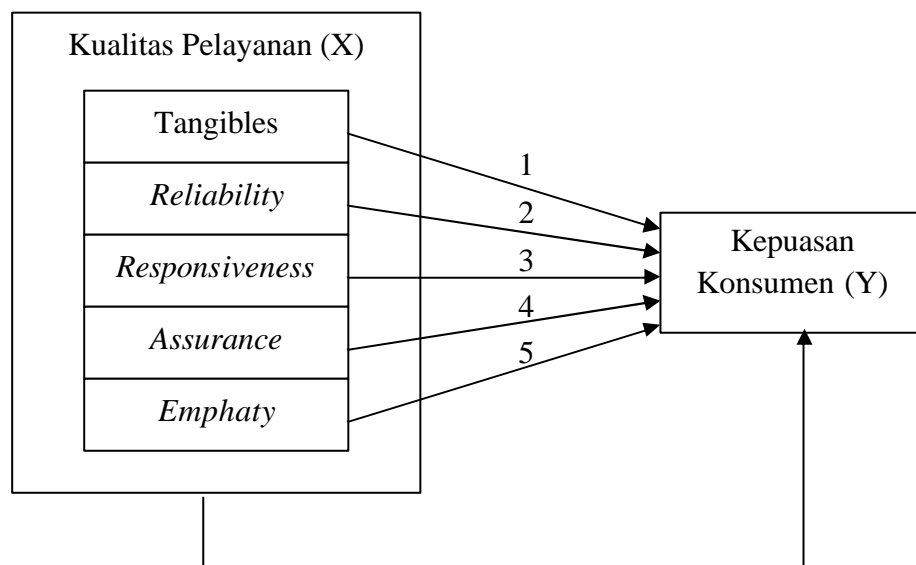
Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara serentak terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura

4. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling signifikan di antara variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura.

C. Kerangka Pemikiran

Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan maka perusahaan harus menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Berdasarkan uraian diatas dapat dibuat skema sebagai berikut:



Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2001) menentukan lima dimensi kualitas pelayanan meliputi : *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy*

(empati). Menurut Kotler (2000) *service quality* merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*) dengan harapan para pelanggan atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Ketidaksesuaian *perceived service* atas *expected services* akan menimbulkan kesenjangan (*gap*) yang merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan, persepsi konsumen ini selanjutnya akan mempengaruhi kepuasan nasabah (*consumer satisfaction*). Sehingga kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama bagi perusahaan dalam mencapai keberhasilan.

D. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan survey yang bermaksud melakukan pengujian hipotesis dengan analisis statistik. Hipotesis yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura
2. Diduga variabel kualitas pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura
3. Diduga variabel kualitas pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura

4. Diduga *tangibles* merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura.

Definisi operasional dari variabel yang diteliti yaitu:

- 1) Kualitas pelayanan, adalah tingkat keunggulan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan didasarkan pada lima dimensi *Servqual* mencapai 22 item, yaitu:

- a. *Reliability* (keandalan para karyawan dalam melayani)

Variabel ini diukur dengan indikator berupa pemberian pelayanan dengan segera, keakuratan dan sesuai dengan menu yang ditawarkan

- b. *Tangibles* (bukti langsung adanya stok produk yang mencukupi dan variasi produk)

Variabel ini diukur dengan indikator berupa keadaan fasilitas, perlengkapan, kemampuan karyawan, dan sarana komunikasi yang disediakan

- c. *Responsiveness* (daya tanggap para penjaga toko untuk menangani keluhan pelanggan)

Variabel ini diukur dengan indikator berupa keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan cepat dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.

- d. *Assurance* (jaminan kualitas terhadap barang)

Variabel ini diukur dengan indikator berupa pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan.

e. *Empathy* (empaty dan perhatian terhadap pelanggan)

Variabel ini diukur dengan indikator berupa kemudahan dalam melakukan komunikasi, perhatian kepada pelanggan secara pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

- 2) Kepuasan pelanggan, yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan yang dimaksud adalah kepuasan yang dirasakan setelah menerima pelayanan. Kualitas pelayanan diukur dengan lima (5) item pertanyaan. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala lima alternatif pilihan (skala likert). Variabel kualitas pelayanan jasa diberikan penilaian sebagai berikut: sangat tidak puas tidak puas netral.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *convenience sampling*, yaitu 100 orang konsumen yang mudah ditemui dan dilakukan pada saat berkunjung ke Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data penelitian diperoleh langsung dari responden, yaitu mahasiswa akuntansi yang didapat dari kuisioner yang disebarakan oleh penulis. Teknik Analisis Data menggunakan: 1) Uji Instrumen, dilakukan uji validitas dan reliabilitas; 2) Uji asumsi klasik, dilakukan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas; dan Uji hipotesis. Uji hipotesis

menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel dependen dengan variabel-variabel independennya.

E. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda dengan program *SPSS versi 15.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Analisis Regresi Berganda

	Koefisien	t _{hitung}	Signifikansi
Konstanta	-5,657		
Reliability	0,288	3,304	0,001
Tangibles	0,501	4,161	0,000
Responsiveness	0,366	3,266	0,002
Assurance	0,317	2,346	0,003
Empathy	0,402	3,494	0,001
R ²	0,504		
F Statistik	19,080		0,000

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka persamaan garis regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = -5,657 + 0,288.X_1 + 0,501.X_2 + 0,366.X_3 + 0,317.X_4 + 0,402.X_5$$

Persamaan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Dari uraian pengujian hipotesis tentang pengaruh *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan memperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($19,080 > 2,29$) pada taraf signifikansi 5%. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen. Hal ini

berarti hipotesis yang diajukan dinyatakan telah terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel *tangibles* merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} variabel *tangibles* (4,161) lebih tinggi dari t_{hitung} variabel lainnya *reliability* (3,304), *responsiveness* (3,266), *assurance* (3,027), dan *emphaty* (3,494). Hal ini berarti jika kehandalan dalam memberikan pelayanan menyebabkan konsumen merasa puas.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang membentuk kepuasan konsumen. Hal ini karena adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu memberikan pelayanan pada konsumennya. Adapun tujuan dari manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai kualitas pelayanan tertentu dimana erat kaitannya bila dihubungkan dengan kepuasan konsumen. Orientasi kepuasan konsumen diperlukan karena : (1) konsumen akan merasa loyal kepada sehingga dapat mempertahankan konsumennya tidak beralih ke lainnya, (2) konsumen akan menceritakan mengenai pelayanan yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif (Sunardi, 2003 : 69).

Berdasarkan uraian di atas, maka untuk menjamin kepuasan konsumen salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menjamin kualitas jasa layanan agar tetap baik. Sebab kontribusi atau pengaruh kualitas jasa layanan terhadap kepuasan konsumen ini relatif tinggi. Tingginya pengaruh kualitas jasa layanan terhadap kepuasan nasabah dikarenakan pada bisnis jasa, kualitas pelayanan kedudukannya sangat vital untuk menjamin kepuasan konsumen.

F. Kesimpulan

1. Hasil analisis regresi ganda memperoleh persamaan: $Y = -5,657 + 0,288.X_1 + 0,501.X_2 + 0,366.X_3 + 0,317.X_4 + 0,402.X_5$. Persamaan menunjukkan bahwa *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil uji F memperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($19,080 > 2,29$) pada taraf signifikansi 5%. Artinya berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.
3. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) memperoleh nilai R^2 sebesar = 0,504, artinya 50,4% dari variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, sedangkan 49,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability* terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,304 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_1 diterima. Artinya karyawan yang andal dalam memberikan pelayanan menyebabkan konsumen puas.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan dari *tangible* terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,161 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_2 diterima. Artinya pemberian bukti pelayanan secara langsung menyebabkan konsumen merasa puas.

6. Terdapat pengaruh yang signifikan dari *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,266 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_3 diterima. Artinya karyawan yang memiliki daya tangkap tepat dalam menanggapi keluhan konsumen menyebabkan konsumen merasa puas.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan dari *assurance* terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,027 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_4 diterima. Artinya pemberian jaminan pelayanan menyebabkan konsumen merasa puas.
8. Terdapat pengaruh yang signifikan dari *empathy* terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,494 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5% dan H_5 diterima. Artinya pemberian perhatian terhadap keluhan konsumen menyebabkan konsumen merasa puas.

G. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan adalah:

1. Pihak hendaknya tetap mempertahankan atau lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah baik agar konsumen merasa lebih nyaman dan puas ketika membeli. Hal ini antara lain dapat dilakukan dengan menyiapkan karyawan yang profesional dan mengerti bagaimana melayani konsumen.
2. Karyawan harus siap jika pelanggan membutuhkan bantuan, karyawan tersebut harus memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang memadai dalam

bidang pelayanan pelanggan, bersikap sopan dalam melayani pelanggan, dan cepat tanggap akan apa yang diinginkan oleh konsumen/pelanggan

3. Pihak hendaknya meningkatkan fasilitas pelayanan dengan ruang yang lebih luas dan nyaman, penerangan yang memadai, pengadaan tempat parkir, sholat, dan istirahat yang memadai.
4. Untuk penelitian berikutnya sebaiknya perlu dilakukan riset lebih mendalam tentang perilaku konsumen sebab masih terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, F. James, Blackwell, D. Roger, Miniard, Paul., 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid I, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP. Undip.
- Kotler, Philip, 2000. *Marketing Management*, Edisi bahasa Indonesia, PT Prehallindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- Parasuraman, Barry, dan Zeitamal, 1985, *Service Operation Management*, A Division of Simons & Sciser, Inc, Massachuset.
- Ristiyanto dan John Ihalauw, 2005, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi O
- Swastha, Basu dan Handoko, Irawan. 1997, *Manajemen Pemasaran, Anatisa Konsumen*, Edisi Kesatu, Cetakan Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Stanton, William J. 2003. *Fundamental Marketing*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husesin. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.