

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AWAN BENGI
KARTASURA**



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan Program
Diploma III Gizi

Disusun oleh :

PUTRI DWI CITA

J 300 130 007

**PROGRAM STUDI ILMU D3 GIZI
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AWAN BENGI
KARTASURA**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

PUTRI DWI CITA

J 300 130 007

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Rusdin Rauf, STP., MP

NIK/NIDN. 110.1634/06.1109.7803

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAAN DENGAN
TINGKAT KEPUASAN DI RUMAH MAKAN AWAN BENGI
KARTASURA

OLEH

PUTRI DWI CITA

J 300 130 007

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari kamis, 01 September 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

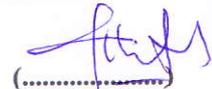
1. Rusdin Rauf, STP., MP
(Ketua Dewan Penguji)
2. Elida Soviana, S.Gz., M.Gizi
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Luluk Ria Rakhma, S.Gz., M.Gizi
(Anggota II Dewan Penguji)



(.....)



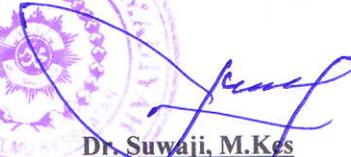
(.....)



(.....)

Dekan,




Dr. Suwaji, M.Kes

NIP/NIDN. 195311231983031002/00-2311-5301

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, September 2016

Penulis



PUTRI DWI CITA

J 300 130 007

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AWAN BENGI KARTASURA

ABSTRAK

Pendahuluan : Rumah makan merupakan tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial. Semakin pesatnya perkembangan rumah makan maka semakin ketatnya persaingan bisnis dalam bidang tersebut. Salah satu upaya dalam mempertahankan konsumen yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*)

Tujuan: Mengetahui hubungan antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan di Rumah Makan Awan Bengi.

Metode Penelitian: penelitian ini merupakan penelitian observasional dan pendekatan atau *cross sectional* teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *spearman*, data diatas pelayanan dan kepuasan konsumen di peroleh dengan cara memberikan kuisioner ke konsumen

Hasil: penelitian ini dilakukan pada 30 responden, berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden yang terbanyak adalah jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 18 (60 %), dan usia responden terbanyak 20-29 tahun sebanyak 19 responden (63,4%). Kualitas pelayanan dengan kategori cukup sebanyak 17 responden (56,7%), kepuasan konsumen dengan kategori puas sebanyak 24 responden (80%). Berdasarkan hasil uji *spearman* menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,981, dan nilai $p(0,000) < 0,05$ artinya bahwa terdapat hubungan yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Kesimpulan: berdasarkan hasil penelitian disimpulkan kualitas pelayanan dengan kategori cukup, kepuasan konsumen dengan kategori puas dan terdapat hubungan yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, kepuasan Konsumen, Rumah makan

ABSTRACT

Introduction: *The restaurant is a place of business that serves the guests who come to the scope of its activities to provide food and drinks were of a commercial nature. The rapid development of the restaurant business, the increasing competition in the field. One effort in maintaining consumer kualits yitu to provide good service. The main factors affecting the quality of service is a service that customers expect (expected service) and perception of the service (perceived service).*

Objective: *To determine the relationship between consumer satisfaction with the quality of services at Rumah Makan Awan bengi.*

Methods: *This study is a quantitative descriptive data analysis techniques used in this study is the correlation of Spearman.*

Results: *This study done on 30 respondents, based on the characteristics of sex that most respondents were female gender as many as 18 (60%), and most respondents aged 20-29 years were 19 respondents (63.4%). Quality of service with sufficient category were 17 respondents (56.7%), consumer satisfaction with the category are satisfied as much as 24 respondents (80%). Based on the test results indicate sparman corelasi value of 0,981, and the p-value (0.000) <0.05 means that there is a significant relationship kulaitas service to customer satisfaction.*

Conclusion: *based on the results of the study concluded the quality of service with enough categories, consumer satisfaction with the category are satisfied and there is a significant relationship kulaitas service to customer satisfaction.*

Keywords : *service quality, consumer satisfaction, Restaurant.*

1. PENDAHULUAN

Semakin maraknya persaingan bisnis, baik di pasar domestik maupun di pasar nasional, mengakibatkan suatu perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan harus dapat peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan perhatian kepada kepuasan dan ketidak puasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Tidak terkecuali dalam usaha kuliner yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan cafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan café, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang (Merry, 2014).

Semakin berkembangnya usaha kuliner disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan makanan siap saji semakin tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan pekerja atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik

itu pria maupun wanita yang selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah. Menurut Royan dalam Remiasa & Lukman, (2007) dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah cafe, rumah makan, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru seperti halnya sebuah rumah makan sederhana yang disebut *angkringan* kini mampu bersaing dan berdiri menjadi sebuah kafe ataupun restoran dengan menu yang sama. Di samping sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan utama yaitu makan dan minum, rumah makan dan kafe digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya (Merry, 2014).

Melihat perkembangan perilaku masyarakat terhadap kebutuhan makanan yang semakin berkembang ini secara cerdas dianggap sebagai sebuah peluang bisnis oleh para pelaku usaha di kategori kuliner khususnya cafe, rumah makan baik secara independen maupun tergabung dalam suatu *puja sera (foodcourt)* (Merry, 2014).

Bagi perusahaan, untuk menciptakan kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas jasa yang baik dianggap sebagai suatu strategi yang tepat untuk bertahan dan mendapatkan hasil yang terbaik pada suatu persaingan. Tentunya citra kualitas yang baik bukan berdasarkan persepsi pihak penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi konsumen (Tjiptono, 2008).

Menurut Tjiptono (2008) dalam upaya mewujudkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menerapkan pendekatan kualitas pelayanan (*servqual*) yang berupa aspek atau dimensi bukti fisik (*Tangibles*), reliabilitas (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurances*) dan empati (*Emphaty*).

Menurut Soekresno (2004), rumah makan merupakan tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial. Di Kota Surakarta perkembangan rumah makan sangat pesat. Hal ini disebabkan masyarakat Surakarta yang

Konsumtif. Salah satu rumahmakan di Kartasura adalah rumah makan Awan Bengi. Rumah makan ini berlokasi di jalan duwet raya bulak indah rt 05 rw 07, Surakarta, Jawa Tengah. Ketatnya persaingan rumahmakan di Kota Surakarta membuat rumah makan Awan Bengi terus melakukan terobosan salah satunya adalah meningkatkan kualitas pelayan yang meliputi lebih banyak alternative produk, harga dan kualitas yang bervariasi sehingga akan selalu mencari nilai yang dianggap tinggi dari beberapa produk karna kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidak puasan konsumen tidak hanya konsumen yang makan di rumah makan tersebut tapi juga berdampak pada orang lain karena konsumen yang kecewa akan bercerita kepada orang lain. Dampaknya calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Dokumentasi RM. Awan Bengi, 2016).

Faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*) (Tjiptono, 2003).

2. METODE PENELITIAN

Jeni dan metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pendekatan *crosssectional*. Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Awan Bengi pada bulan Agustus 2016. Populasi ini mewakili dari konsumen Rumah Makan Awan Bengi yang setiap harinya lebih dari 100 konsumen. Jumlah sampel yang digunakan yaitu berdasarkan patokan umum atau *rule of thumb*, setiap penelitian yang dianalisis dengan analisis bivariat membutuhkan minimal 30 sampel subjek penelitian Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *insidental sampling* yaitu Pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa responden kebetulan muncul saat penelitian dilaksanakan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis univariat dan analisis bivariat dengan menggunakan korelasi *spearman*.

3. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan data bahwa responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 12 responden (40%) dan responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 18 responden (60%) sehingga dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah wanita.

Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan table diatas menunjukkan data bahwa responden dengan usia 20-29 tahun sebanyak 19 responden (63,4%), 30-39 sebanyak 6 responden (19,9%) dan usia 40-49 sebanyak 5 responden. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan data bahwa responden terbanyak dengan usia 20-29.

Hasil penelitian menunjukkan data bahwa responden yang menyatakan kualitas pelayanan baik sebanyak 7 responden (23,3%), Cukup sebanyak 17 responden (56,7%), dan Kurang sebanyak 6 responden (20%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak menyatakan kualitas pelayanan dengan kategori cukup.

Hasil penelitian menunjukkan data bahwa konsumen yang menyatak cukup puas sebanyak 5 responden (16,7%), puas sebanyak 24 responden (80%) dan tidak puas sebanyak 1 responden (3,3%) sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terbanyak dengan kategori puas.

Berdasarkan hasil uji sparman diatas menunjukkan data bahwa nilai corelasi sebesar 0,981, dan nilai $p(0,000) < 0,05$ artinya bahwa terdapat hubungan yang signifikan kulaitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Haerul (2012) dalam penelitiannya menunjukkan hasil Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan yang positif sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Ditunjukan oleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0,463$ dengan taraf signifikasi 0,000 ($p < 0,01$). Sumbangan efektif sebesar 21,5%

4. PENUTUP

4.1 KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan di rumah makan Awan Bengi Dalam Kategori Cukup
2. Kepuasan konsumen rumah makan Awan bengi Dengan kategori puas

3. Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Awan bengi.

4.2 SARAN

1. Bagi pihak rumah makan diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda yaitu faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fornell.1992.A *National Customer Satisfaction Barometer:The webis Experience*,Jurnal Of Marketing Vol 56
- Nurssalam.2003.*Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian*.Cetakan ke 3.Rineka Cipta:Jakarta
- Supranto.2006.*Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*.Cetakan ke #.Rineka Cipta.Jakarta
- Almatsier.S. 2002. *Prinsip Dasar. Ilmu. Gizi*. Penerbit.PT Gramedia. Pustaka Utama. Jakarta.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*. Cetakanke #.Rineka Cipta. Jakarta
- Andriani Kusumawati: 2011. *Analisis pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan danoyalitas pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (MATOS)*Vol. 3 No.1, ISSN 2085-0972
- Tjiptono, Fandy. 2002.*Strategi Pemasaran*. EdisiKedua. Yogyakarta : Andi
- rawan, Denny dan Edwin Japarianto. 2013.“*Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran PorKee Surabaya*”. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1 No. 2, pp 1-8.