

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN SAUNG ENDAH KARAWANG

Uus MD Fadli

Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Buana Perjuangan, Karawang 41361
uus.md.fadli@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan Pelanggan merupakan Sikap keseluruhan yang dimiliki konsumen terhadap barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan merupakan strategi utama untuk dapat memenangi persaingan pada industri bisnis rumah makan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu khususnya : Manajemen, Manajemen Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, yaitu mengumpulkan, menyajikan, menganalisis, dan melakukan pengujian hipotesis, serta membuat kesimpulan dan saran. Sampel dikumpulkan dengan metode Incidental Sampling dengan jumlah sampel 233 responden dari populasi 700 orang. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan :

1. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh RM Saung Endah Karawang, berdasarkan hasil analisis indikator-indikator, diperoleh berada pada garis rentang skala 792,2-987,6 dan dinilai baik.
2. Kepuasan Pelanggan berdasarkan hasil analisis indikator-indikator, diperoleh berada pada garis rentang skala 792,2-978,6 dan dinilai puas.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 13,4 %.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Berbagai macam kategori usaha mulai bermunculan pada era modern saat ini. Tidak terkecuali usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yaitu makanan dan minuman yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan kafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan kafe, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang. Banyak orang yang memilih mengambil usaha kategori kuliner karena dianggap memiliki prospek yang baik untuk jangka panjang. Menurut Sisca Soewitomo, pakar kuliner Indonesia (2012) bahwa dari hasil pengamatannya beberapa bulan terakhir, para pelaku bisnis yang bermain di lahan kuliner tradisional dan juga makanan cepat saji masih akan mendominasi pada 2012 dan akan terus berkembang sampai tahun mendatang.

Semakin berkembangnya usaha kuliner ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Terus bertambahnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun menjadi salah satu faktor utama menjamurnya bisnis kuliner. Dalam situasi semakin tinggi dan ketatnya tingkat persaingan usaha *foodservice*, para pelaku bisnis *foodservice* ditantang untuk menciptakan suatu perbedaan yang signifikan dan jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Persaingan yang sehat harus dibangun oleh setiap perusahaan untuk merebut konsumen.

Fenomena semakin menjamurnya bisnis rumah makan ini pun terjadi di Kabupaten Karawang. Salah satu destinasi rumah makan di Karawang yaitu Rumah Makan Saung Endah

yang berlokasi di Jalan Irigasi KW2 Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang dan tidak jauh dari pusat Kota Karawang. Rumah makan Saung Endah merupakan rumah makan yang menggunakan konsep khas sunda modern yang menyediakan berbagai jenis menu tradisional dan modern yang dikemas secara apik dengan dipadukan dengan nuansa alam parahyangan yang natural.

Bagi perusahaan yang khususnya bergerak pada bidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen.

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Buchari Alma (2013:243) menjelaskan bahwa pelayanan adalah jasa atau layanan yang diberikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu.

Sedangkan menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2008:134) bahwa kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu.

Menurut Kotler dalam Buchari Alma (2013:284) mengungkapkan ada lima (5) faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan disingkat TERRA yaitu :

1. *Tangible* (berwujud)
Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat, lancar, dan lain-lain.
2. *Emphaty* (empati)
Ketersediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap)
Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/complaint dari konsumen.
4. *Reliability* (kehandalan)
Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.
5. *Assurance* (kepastian)
Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:138) mengemukakan pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Sedangkan menurut Tse dan Wilson dalam Fandy Tjiptono (2008:24), kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra (2005:61) terdapat enam faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut :

1. Produk
Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen.

2. Harga
Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.
3. Promosi
Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.
4. Lokasi
Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen.
5. Pelayanan Karyawan
Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen.
6. Fasilitas
Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancara operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.
7. Suasana
Suasana merupakan faktor penukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Untuk menyusun penelitian ini peneliti memerlukan data, informasi, menganalisis dan menjelaskan secara lengkap serta akurat, dengan itu menggunakan metode desain penentuan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Tujuan Penelitiannya
Penelitian terapan dilakukan dengan tujuan menerapkan, menguji, mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah-masalah praktis.
2. Berdasarkan Metode Penelitiannya
Berdasarkan metode penelitian, rancangan penelitian ini termasuk penelitian survey yaitu penelitian yang dilakukan populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.
3. Berdasarkan Tingkat Eksplanasinya
Pada penelitian ini rancangan yang akan digunakan berdasarkan atas tingkat eksplanasi yang menjelaskan hasil penelitian termasuk pada penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.
4. Berdasarkan Jenis Analisisnya
Metode analisis data yang digunakan yaitu metode penelitian data kuantitatif karena data dan analisis yang digunakan secara kuantitatif yang memunculkan angka-angka untuk dianalisa.

Variabel Penelitian

Untuk lebih jelas mengenai penjabaran variabel, subvariabel, dan indikator dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No Pernyataan
Kualitas Pelayanan (X)*	1. <i>Tangible</i> (Berwujud)	1. Penampilan karyawan	1
		2. Luas area parkir	2
		3. Toilet	3
		4. Fasilitas peralatan makan	4
		5. Tempat ibadah	5
	2. <i>Emphaty</i> (Empati)	6. Kebersihan ruangan	6
		7. Komunikasi karyawan	7
		8. Kesiediaan membantu pelanggan	8
	3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	9. Kecepatan pelayanan	9
		10. Kemudahan pemesanan	10
	4. <i>Reliability</i> (Kehandalan)	11. Ketepatan pelayanan	11
		12. Kesungguhan pelayanan	12
	5. <i>Assurance</i> (Jaminan)	13. Keramahan karyawan	13
		14. Keamanan lokasi	14
		15. Kenyamanan konsumen	15
Kepuasan Pelanggan (Y)**	1. Produk	1. Mutu produk	1
		2. Persediaan produk	2
	2. Harga	3. Harga terjangkau	3
		4. Harga sesuai kualitas produk	4
		5. Daya saing harga	5
	3. Promosi	6. Papan petunjuk lokasi rumah makan	6
		7. Diskon produk	7
	4. Lokasi	8. Kebersihan ruangan	8
		9. Akses menuju lokasi	9
	5. Pelayanan Karyawan	10. Kecepatan menyelesaikan masalah	10
		11. Tatakrama/Kesopanan karyawan	11
	6. Fasilitas	12. Kelengkapan fasilitas	12
		13. Penataan fasilitas	13
	7. Suasana	14. Suhu udara area rumah makan	14
		15. Keasrian area rumah makan	15

Sumber :

* Buchari Alma (2013:284)

** Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra (2005:61)

Metode Analisis Data

A. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif yaitu suatu metode pengumpulan untuk memperoleh bahan-bahan teoritis yang dapat dijadikan dasar bagi pengkajian masalah. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah mean, standar deviasi, maksimum dan minimum.

- B. Analisis Verivikatif
 Penelitian verifikatif adalah penelitian yang digunaka untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistic. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.
- C. Analisis Jalur/*Path Analysis*
 Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Menurut Ridwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2012:2) *Path Analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).
- D. Uji Hipotesis
1. Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
 $H_0 ; \rho_{yx_2} = 0$ Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
 $H_a ; \rho_{yx_2} \neq 0$ Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Rekapitulasi Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 4.1
Rekapitulasi Kuisisioner Kualitas Pelayanan

No	Indikator Promosi	Skor	Persen	Keterangan
1	Penampilan karyawan	843	6,98 %	Baik
2	Luas area parkir	798	6,52 %	Baik
3	Toilet	847	6,93 %	Baik
4	Fasilitas peralatan makan	775	6,34 %	Cukup Baik
5	Tempat ibadah	812	6,64 %	Baik
6	Kebersihan ruangan	829	6,78 %	Baik
7	Komunikasi karyawan	806	6,59 %	baik
8	Kesediaan membantu pelanggan	796	6,51 %	Baik
9	Kecepatan pelayanan	811	6,63 %	Baik
10	Kemudahan pemesanan	811	6,63 %	Baik
11	Ketepatan pelayanan	822	6,72 %	Baik
12	Kesungguhan Pelayanan	829	6,78 %	Baik
13	Keramahan karyawan	787	6,43 %	Cukup Baik
14	Keamanan lokasi	822	6,72 %	Baik
15	Kenyamanan konsumen	833	6,81 %	Baik
Modus jawaban responden				Baik

Rekapitulasi Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.2
Rekapitulasi Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

No	Indikator Promosi	Skor	Persen	Keterangan
1	Mutu produk	854	6,99 %	Puas

Tabel 4.2
Rekapitulasi Kuisisioner Kepuasan Pelanggan (Lanjutan)

2	Persediaan produk	791	6,48 %	Cukup Puas
3	Harga terjangkau	836	6,84 %	Puas
4	Harga sesuai kualitas produk	795	6,51 %	Puas
5	Daya saing harga	839	6,87 %	Puas
6	Papan petunjuk lokasi rumah makan	814	6,66 %	Puas
7	Diskon produk	813	6,66 %	Puas
8	Kebersihan ruangan	793	6,49 %	Puas
9	Akses menuju lokasi	816	6,68 %	Puas
10	Kecepatan menyelesaikan masalah	825	6,75 %	Puas
11	Tatakrama/Kesopanan karyawan	807	6,61 %	Puas
12	Kelengkapan fasilitas	807	6,61 %	Puas
13	Penataan fasilitas	803	6,57 %	Puas
14	Suhu udara area rumah makan	804	6,57 %	Puas
15	Keasrian area rumah makan	808	6,62 %	Puas
	Modus jawaban responden			Puas

Analisis Jalur/Path Analysis

Tabel 4.3
Koefisien Jalur

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	8.678	2.584		3.359	.001
	Kualitas_Pelayanan	.361	.051	.367	7.139	.000

Sumber : Data Primer, Dianalisis, SPSS 16

Analisis Koefisien Determinasi

Adapun nilai koefisien determinasi/*Coefficient Determined* (CD) antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$CD = r^2 \times 100\%$$

$$\begin{aligned}
 CD &= (0,367)^2 \times 100\% \\
 &= 0,1346 \times 100\% \\
 &= 13,46\%
 \end{aligned}$$

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil analisa mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan RM Saung Endah Karawang, maka beberapa hal yang bisa penulis jadikan kesimpulan hasil penelitian yaitu :

1. Kualitas Pelayanan RM Saung Endah Karawang berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu diperoleh diperoleh modus jawaban responden pada rentang skala 792,2 -978,6 sehingga dinilai baik.
2. Kepuasan Pelanggan RM Saung Endah Karawang berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu diperoleh modus jawaban responden pada rentang skala 792,2 - 978,6 sehingga dinilai puas.
3. Terdapat pengaruh parsial dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan RM Saung Endah Karawang dengan koefisien jalur sebesar 0,134 atau 13,4 %.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil analisa mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan RM Saung Endah Karawang, maka penulis memberikan saran-saran yang berguna bagi RM Saung Endah Karawang.

1. Secara umum responden menyatakan pendapat Baik bahwa Kualitas Pelayanan dipengaruhi oleh indikator-indikator yang diungkap dalam kuisioner dengan rata-rata skor sebesar 815. Namun masih terdapat indikator dengan nilai terendah yaitu yaitu indikator kelengkapan fasilitas dan keramahan karyawan dengan skor 775 dan 787. Dalam upaya peningkatan , maka disarankan kepada pihak RM Saung Endah Karawang untuk lebih melengkapi fasilitas yang sekiranya dibutuhkan oleh pelanggan dan menginstruksikan karyawan RM Saung Endah Karawang agar lebih ramah terhadap pelanggan.
2. Secara umum responden menyatakan pendapat Baik bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh indikator-indikator yang diungkap dalam kuisioner dengan rata-rata skor sebesar 814. Namun masih terdapat indikator dengan nilai terendah yaitu yaitu indikator persediaan produk dengan skor 791. Dalam upaya peningkatan , maka disarankan kepada pihak RM Saung Endah Karawang untuk lebih menyediakan bahan baku produk yang lebih banyak agar dapat memuaskan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diharapkan RM Saung Endah Karawang mampu mempertahankan, menjaga atau meningkatkan kualitas pelayanan yang telah ada. Jika kualitas pelayanan dinilai positif maka akan tercipta kepuasan pelanggan yang positif . Hal yang paling utama ditingkatkan yaitu Keramahan karyawan karena indikator tersebut memperoleh skor terendah dari indikator lainnya.
4. Diharapkan RM Saung Endah Karawang mampu mempertahankan, menjaga atau meningkatkan kualitas pelayanan karena tujuannya adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas, maka mereka akan menjadi loyal kepada RM Saung Endah Karawang sehingga berdampak sangat positif bagi masa depan RM Saung Endah Karawang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alma, Buchari. 2011. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Edisi Revisi. Cetakan Ke-9. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2005. **Manajemen Penelitian**. Jakarta. Rineka Cipta

- Hasibuan, Malayu SP. 2011. **Manajemen : Dasar, Pengertian, dan Masalah**. Edisi Revisi. Cetakan Ke-9. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ke-13. Jakarta: Erlangga
- Nasution. 2004. **Manajemen Mutu Terpadu**. Cetakan Ke-3. Bogor: Ghalia Indonesia
- Riduwan dan Engkos Ahmad Kuncoro. 2012. **Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)**. Bandung. Alfabeta
- Riduwan dan Sunarto. 2009. **Pengantar Statistika**. Bandung : Alfabeta
- Robbins, P. Stephen & Mary Coulter. **Manajemen**. Edisi Ke-10. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2012. **Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D**. Bandung. Alfabeta
- _____. 2013. **Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)**. Bandung. Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. **Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Cetakan Ke-1. Edisi Ke-2. Bogor: Ghalia Indonesia
- Tanjung, Hendri & Syamsul Ma'arif. 2003. **Manajemen Operasi**. Jakarta: PT Gramedia
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2012. **Strategi Pemasaran**. Edisi Ke-2. Yogyakarta: Andi
- _____. 2005. **Service Quality and Satisfaction**. Yogyakarta : Andi
- _____. 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. 2009. **Study Kelayakan Bisnis**. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Winarsih, Atik Septi & Ratminto. 2013. **Manajemen Pelayanan**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Yamit, Zulian. 2013. **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa**. Cetakan Ke-6 Yogyakarta: Ekonisia

Sumber Internet:

- Indikator Jumlah Penduduk. 2013 <http://karawangkab.bps.go.id/>
- Persaingan Bisnis. 2012. <http://female.kompas.com/>
- BPS Restoran. 2012. <http://www.blog.renggagumilar.com/daftar-rumah-makan-di-kabupaten-karawang/#sthash.txt8gzfM.dpbs>
- Industri Kreatif Dunia Kuliner. 2012. <http://www.academia.edu/3823379/>
- Perkembangan retoran Karawang. 2012. <http://www.parekraf.go.id/>
- Pertumbuhan *Foodservice* Nasional. 2014. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2>
<http://www.karawangkab.go.id/tags/disbudpar>
- Rekapitulasi Jumlah Penduduk. 2013. <http://karawangkab.bps.go.id/>
<http://kpu.go.id/dmdocuments/%288.1.2013%29%20JABAR.pdf>

<http://ekonomi.kompasiana.com>

Jurnal :

Jaisy Agniarahim Putritamara. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan *Brand Image* pada Rumah Makan Ayam Penyet Suroboyo. Universitas Brawijaya Malang

Ndaru Prasastono & Sri Yulianto. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di KFC Semarang Candi. Universitas Stikubank Semarang

Qingqing Tan. 2014. *Service Quality and Customer Satisfaction Chinese Fast Food Sector*. University of Wolverhampton