

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN KAKUNG SABLENG JAKARTA

Uuh Sukaesih<sup>1</sup>, Miswan<sup>2</sup>, Rosy Anjani<sup>3</sup>, Dedy Wahyudi<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sahid Jakarta*  
*Email korespondensi: sukaesihuu@gmail.com*

### ABSTRAK

Tujuan Penelitian: 1) Menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta, 2) Menganalisis pengaruh 5 dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama dan juga parsial terhadap kepuasan di Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta. Metode penelitian dekriftif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta pada tahun 2020 sebanyak 3.200 orang, sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 96 orang. Untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan dilakukan dengan cara menghitung persentase dan rata-rata, untuk menganalisis pengaruh 5 dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama dan secara parsial digunakan model regresi linear berganda. Hasil penelitian kualitas pelayanan Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta (nilai tertinggi = 5) nilai rata-rata bukti fisik = 4,64, kehandalan = 4,68, daya tanggap = 4,63, jaminan = 4,74, dan empati = 4,67 (kelima dimensi sangat baik). Kepuasan nilai rata-rata = 4,65 (nilai tertinggi = 5) termasuk sangat puas. Secara bersama-sama kelima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan (sig = 0,000) terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta, secara parsial jaminan tidak berpengaruh signifikan, namun jika kelima dimensi kualitas pelayanan digabungkan hasilnya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta.

**Kata Kunci:** Kualitas, Kepuasan, Rumah Makan

### ABSTRACT

*Research Objectives: 1) Analyze the quality of service and customer satisfaction of Kakung Sableng Restaurant Jakarta, 2) Analyze the influence of 5 dimensions of service quality together and also partially on satisfaction at Kakung Sableng Restaurant Jakarta. Quantitative descriptive research methods. The population in this study, namely consumers of the Kakung Sableng Jakarta Restaurant in 2020, was 3,200 people, while the sample in this study was 96 people. To analyze service quality and satisfaction is carried out by calculating percentages and averages, to analyze the influence of 5 dimensions of service quality together and partially used multiple linear regression models. The results of the research on the quality of service at Kakung Sableng Restaurant Jakarta (highest score = 5) average physical evidence value = 4.64, reliability = 4.68, responsiveness = 4.63, guarantee = 4.74, and empathy = 4.67 (all five dimensions are very good). Average satisfaction score = 4.65 (highest score = 5) including very satisfied. Together, the five dimensions of service quality have a significant effect (sig = 0.000) on consumer satisfaction at Kakung Sableng Restaurant Jakarta, partially guarantee no significant effect, but if the five dimensions of service quality are combined, the results of service quality have a significant effect on consumer satisfaction at Kakung Sableng Restaurant Jakarta.*

**Keywords:** Quality, Satisfaction, Restaurant

## PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya kegiatan ekonomi maka kegiatan atau aktifitas masyarakat terutama masyarakat kota mengalami perubahan sehingga gaya hidup dalam hal konsumsi atau dalam memenuhi kebutuhan makanan juga mengalami perubahan yaitu yang semula untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman dilakukan dengan memasak sendiri berubah menjadi mencari hal yang praktis dan ingin mencoba makanan yang dijual oleh penyedia jasa kuliner.

Banyaknya pelaku kuliner yang membuka usaha mengakibatkan persaingan yang makin berat. Untuk menghadapinya pengusaha atau wirausahawan harus kreatif dan inovatif agar memenangkan persaingan. Pengusaha harus mengetahui kebutuhan konsumen dan memberi layanan sangat baik agar konsumen sangat puas dan perusahaan dapat bertahan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya.

Goetsch & Davis dalam Tjiptono & Chandra (2019) berpendapat kualitas adalah suatu keadaan terkait produk, layanan, proses, dan merupakan ukuran baik tidaknya pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dari kedua definisi tersebut, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan yaitu bentuk aktifitas yang diberikan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi konsumen agar kepuasan terpenuhi.

Penilaian pelanggan didasarkan pada kualitas pelayanan. Dimana kualitas pelayanan adalah bagaimana suatu jasa sesuai dengan spesifikasinya. Menurut Kotler (2016) dan Parasuraman dkk dalam Lupiyoadi (2018), ada lima faktor penentu kualitas pelayanan, yaitu: (1) *Tangibles* (bukti fisik), (2) *Reliability* (kehandalan), (3) *Responsiveness* (daya tanggap), (4) *Assurance* (kepastian), (5) Empati.

Keberhasilan sebuah restoran atau rumah makan sangat tergantung pada kepuasan pelanggan, dan menjadi suatu persyaratan penting bagi keberhasilan bisnis. Jenis usaha yang dirintis oleh seorang pengusaha restoran dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu dengan mengembangkan kualitas produk dan layanan.

Kepuasan merupakan modal utama bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan bisnis, sehingga setiap perusahaan dapat memposisikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kinerja produk dan harapan pelanggan terkait. Apakah ada kesenjangan antara kinerja dan harapan. Jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan, klien yang bersangkutan akan tidak puas, tetapi jika kinerjanya sama dengan yang diharapkan, maka dia akan puas. Pada saat yang sama, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau bahkan senang.

Menurut Kotler (2017), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk (hasil) dengan yang diharapkan. Jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi yang diharapkan, konsumen puas, dan jika kinerja lebih dari yang diharapkan berarti sangat puas.

Pendapat Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2016:101), kepuasan konsumen antara lain:

1. Seperti yang diharapkan. Yaitu konsistensi antara kinerja dari pelayanan yang diinginkan dengan kinerja pelayanan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Minat untuk membeli lagi. Yaitu kesediaan konsumen untuk mengunjungi kembali atau menggunakan atau membeli kembali.
3. Bersedia merekomendasikan. Yaitu bersedia merekomendasikan layanan yang sudah mereka alami kepada teman atau keluarga.

Ketika melihat kepuasan, salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah persepsi konsumen. Persepsi konsumen adalah proses yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan yang diterima untuk membentuk gambaran yang bermakna. Persepsi konsumen akan menimbulkan munculnya persepsi dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diterima (Hamdanur, 2021).

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Rabiah, 2020; Panjaitan dan Yuliati, 2016; Basit dan Handayani, 2018; Annisa et.al, 2021; Majid et.al, 2021; Hamdanur et.al, 2021; Miswan, et.al,2022).

Tujuan dari penelitian adalah: 1) Menganalisa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta, 2) Menganalisis pengaruh 5 dimensi kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta.

## METODE PENELITIAN

Populasi adalah konsumen yang makan di tempat, dibawa pulang (dibungkus) , dan catering dari perusahaan yang sudah menjadi konsumen atau pelanggan dari Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta pada tahun 2020 sebanyak 3200 orang. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel maka digunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$n$  = Ukuran Sampel,  $N$ = Ukuran Populasi yaitu 3200 ,  $e$  = Batas Toleransi Kesalahan. Karena adanya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu, maka ditentukan batas toleransi kesalahan 10% , sehingga ukuran sampel ( $n$ ) :

$$n = \frac{3200}{1 + (3200 \times 0,1^2)} = 96$$

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel 96 orang. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive. Teknik Pengumpulan data dengan kuesioner yang terlebih dahulu dilakukan uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Validitas tujuannya untuk mengetahui agar kuesioner dapat mengukur variabel yang diteliti secara tepat, artinya mengukur yang seharusnya diukur. Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi kuesioner, artinya mempunyai hasil yang sama jika digunakan oleh peneliti lain. Kuesioner yang telah disiapkan diisi oleh konsumen setelah makan dan sebagian dikirimkan kepada konsumen atau pelanggan Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta dalam bentuk Google form. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas terhadap 50 responden disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Pelayanan dan Kepuasan**

Kualitas Pelayanan					
1. Bukti Fisik			3. Daya Tanggap		
	r	Signifikansi		r	Signifikansi
BP1.	0,846	0,00	DT1.	0,875	0,00
BP2.	0,654	0,00	DT2.	0,912	0,00
BP3.	0,665	0,00	DT3.	0,845	0,00
2. Kehandalan			4. Jaminan		
K1.	0,825	0,00	J1.	0,853	0,00
K2.	0,890	0,00	J2.	0,845	
5. Empati					
E1.	0,747	0,00			
E2.	0,848	0,00			
Kepuasan					
K1.	0,767	0,00	K6.	0,780	0,00
K2.	0,746	0,00	K7.	0,668	0,00
K3.	0,664	0,00	K8.	0,579	0,00
K4.	0,554	0,00	K9.	0,761	0,00
K5.	0,746	0,00			

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 1 semua indikator atau pernyataan yang dinilai oleh konsumen untuk kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah valid karena diperoleh nilai signifikansi 0,00 yaitu lebih kecil dari tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 1 %.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kualitas Pelayanan dan Kepuasan**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
Bukti Fisik	0,652	Jaminan	0,665
Kehandalan	0,669	Empati	0,689
Daya Tanggap	0,872	Kepuasan	0,913

Sumber : Data Hasil Penelitian diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2 nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 artinya semua variabel penelitian reliabel atau konsisten sebagai alat ukur dalam penelitian karena menurut Priyanto (2014) suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. .

Metode analisa yang digunakan yaitu :

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta dilakukan dengan cara menghitung persentase dan rata-rata dari masing-masing jawaban kuesioner dan disajikan dalam tabel. Jawaban dari kuesioner menggunakan skala dari 1 sampai 5 disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Skala Pilihan Jawaban Kuesioner Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen**

No	Keterangan	Skala
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3

4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Untuk menentukan kriteria dari nilai rata-rata digunakan ketentuan berdasarkan pembulatan angka yang disajikan pada Tabel 4..

**Tabel 4. Nilai Rata-rata dan Kriteria Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen**

Nilai Rata-rata	Kriteria	
	Kualitas Pelayanan	Kepuasan
1,00 – 1,55	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
1,56 – 2,55	Tidak Baik	Tidak Puas
2,56 – 3,55	Cukup Baik	Cukup Puas
3,56 – 4,55	Baik	Puas
4,56 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Puas

- Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) terhadap kepuasan konsumen secara simultan atau bersama-sama dan secara parsial digunakan model regresi berganda dengan model persamaan :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Kepuasan konsumen)

$\alpha$  = Konstanta (Nilai Y saat  $X_1$  sampai  $X_5 = 0$ )

$\beta_1$  sampai  $\beta_5$  = Koefisien regresi dari masing-masing dimensi Kualitas Pelayanan

$X_1$  = Bukti Fisik ,  $X_2$  = Kehandalan,  $X_3$  = Daya Tanggap,  $X_4$  = Jaminan,

$X_5$  = Empati,  $\varepsilon$  = error

Pengolahan data digunakan program SPSS, untuk menguji secara simultan dengan cara membandingkan nilai signifikan dari F. Jika nilai signifikan  $F < \alpha$  (5 %) maka menunjukkan secara simultan semua dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk menguji secara parsial dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dari koefisien regresi masing-masing dimensi kualitas pelayanan. Jika nilai signifikan  $< \alpha$  (5%) maka menunjukkan secara parsial masing-masing dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah makan Kakung Sableng Jakarta adalah usaha kuliner dengan konsep prasmanan yaitu cara penyajian makanan dengan mempersilakan konsumen untuk mengambil dan memilih sendiri menu makan yang disajikan, serta rasa yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Ide peluang usaha rumah makan prasmanan memang bukan ide yang jarang ditemukan lagi dengan konsep yang berbeda-beda. Hal ini menjadikan rumah makan prasmanan diminati masyarakat dari berbagai golongan.

Rumah makan ini beralamat di Jalan Raya Tengah No. 7A, RT 6/RW 1 Kelurahan Gedong, Kecamatan Pasar Rebo, Jakarta Timur.

### Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta

Kualitas pelayanan dari 96 konsumen yang pernah membeli makanan baik dibawa pulang (*take away*), catering, dan makan di tempat dengan dimensi yaitu : Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati

#### 1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik menggambarkan keberadaan Rumah Makan Kakung Sableng yang dapat dilihat oleh konsumen, yang terdiri dari: penempilan karyawan, ketersediaan dan kebersihan ruangan, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Pendapat konsumen mengenai bukti fisik disajikan pada Tabel 5.

**Tabel 5. Pendapat Konsumen Mengenai “Bukti Fisik”**

No	Indikator	Jawaban					Jumlah	Skor	Rata Rata	KET
		SS	S	CS	TS	STS				
Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )		5	4	3	2	1				
1	Penampilan karyawan rapih dan sopan.	62	34	0	0	0	96	446	4,65	SS/SB
2	Ruangan dan meja yang tersedia bersih.	70	25	1	0	0	96	453	4,72	SS/SB
3	Lokasi strategis dan mudah dijangkau.	56	37	3	0	0	96	437	4,55	SS/SB
Rata-Rata		62,7	32	1,3	0	0	96	445,3	4,64	SS/SB
Rata-rata (%)		65,3	33,3	1,4	0	0	100			

Sumber : Data Hasil Penelitian, 2022

Pada Tabel 5 diperoleh 65,3 persen menilai sangat setuju atau sangat baik, 33,3 persen menilai setuju atau baik, dan 1,4 persen menilai cukup setuju atau cukup baik. Ternyata 98,6 persen menilai baik dan sangat baik, hanya 1,4 persen yang menilai cukup baik, dan tidak ada yang menilai tidak baik dan sangat tidak baik. Penilaian konsumen mengenai bukti fisik diperoleh nilai rata-rata 4,64 termasuk kategori sangat baik, penilaian atau pendapat konsumen untuk semua indikator bukti fisik termasuk kategori sangat baik, sedangkan penilaian terendah yaitu mengenai lokasi strategis dan mudah dijangkau dengan nilai rata-rata = 4,55. Dengan demikian Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta mampu memberikan yang terbaik untuk konsumen, dari sisi penampilan karyawan mengenai kerapihan dan kesopanan, kebersihan ruangan dan meja makan, serta lokasi yang strategis.

#### 2. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan yaitu kemampuan rumah Makan Kakung Sableng Jakarta dalam memberi layanan dengan baik kepada konsumen. Pendapat konsumen mengenai kehandalan disajikan pada Tabel 6

**Tabel 6. Pendapat Konsumen Mengenai “Kehandalan”**

No	Indikator	Skor					Jumlah	Skor	Rata-Rata	KET
		SS	S	CS	TS	STS				
Kehandalan ( <i>Reliability</i> )		5	4	3	2	1				
1	Karyawan handal dan cepat dalam melayani pelanggan.	69	25	2	0	0	96	451	4,70	SS/SB
2	Memberikan kemudahan dalam pemesanan.	66	27	3	0	0	96	447	4,66	SS/SB
Rata-Rata		67,5	26	2,5	0	0	96	449	4,68	SS/SB
Rata-rata (%)		70,3	27,1	2,6	0	0	100			

Sumber : Data Hasil Penelitian, 2022

Pada Tabel 6 diperoleh 70,3 persen konsumen berpendapat sangat setuju atau menilai sangat baik, 27,1 persen konsumen berpendapat setuju atau berpendapat baik, dan 2,6 persen berpendapat cukup setuju atau menilai cukup baik. Ternyata yang menilai baik dan sangat baik yaitu 97,4 persen, hanya 2,6 persen yang menilai cukup baik, dan tidak ada yang berpendapat tidak baik dan sangat tidak baik. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu mengenai karyawan Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta handal dan cepat melayani konsumen, dengan perolehan skor 4,70 sedangkan skor terendahnya adalah indikator Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta memberikan kemudahan dalam pemesanan dengan rata-rata 4,66. Sementara untuk kehandalan nilai rata-rata yaitu 4,68 dapat dikategorikan sangat baik, yang berarti kualitas pelayanan pada dimensi kehandalan atau *Reliability* Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta Sangat Baik kepada konsumen. Dikatakan sangat baik karena karyawan Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta mampu melayani dengan sangat baik konsumen, sehingga handal dan cepat dalam melayani konsumen juga memberikan kemudahan dalam pemesanan.

### 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap merupakan keinginan dalam memberikan pelayanan juga membantu konsumen secara cepat dengan memberikan informasi yang jelas. Pendapat konsumen mengenai daya tanggap disajikan pada Tabel 7 .

**Tabel 7. Pendapat Konsumen Mengenai “Daya Tanggap”**

No	Indikator	Skor					N	Skor	Rata-rata	KET
		SS	S	CS	TS	STS				
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )		5	4	3	2	1				
1	Karyawan cepat dalam memenuhi kebutuhan konsumen.	73	20	3	0	0	96	454	4,73	SS/SB
2	Karyawan komunikatif dalam memberikan pelayanan.	60	33	3	0	0	96	441	4,59	SS/SB
3	Karyawan cepat dalam melayanin keluhan konsumen.	60	32	4	0	0	96	440	4,58	SS/SB
Rata-Rata		64,3	28,4	3,3	0	0	96	445	4,63	SS/SB
Rata-rata (%)		67	29,6	3,4	0	0	100			

Sumber : Data Hasil Penelitian, 2022

Pada Tabel 7 diperoleh 67 persen konsumen berpendapat sangat setuju atau menilai sangat baik, 29,6 persen konsumen berpendapat setuju atau berpendapat baik, dan 3,4 persen berpendapat cukup setuju atau menilai cukup baik. Jadi yang menilai baik dan sangat baik sebanyak 96,6 %, hanya 3,4 persen yang menilai cukup baik dan tidak ada yang berpendapat tidak baik juga sangat tidak baik.

Indikator dengan nilai tertinggi yaitu karyawan rumah makan Kakung Sableng memberikan pelayanan yang cepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan rata-rata 4,73 sedangkan untuk nilai terendah ada pada indikator Karyawan Rumah Makan Kakung Sableng cepat dalam melayani keluhan konsumen dengan skor rata-rata 4,58. Untuk nilai rata-rata seluruh indikator daya tanggap yaitu 4,63 dapat dikategorikan sangat baik, artinya kualitas pelayanan dalam dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta Sangat Baik. Dikatakan sangat baik karena karyawan Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta mampu memberikan yang terbaik untuk konsumen, dari sisi kecepatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, komunikatif dalam memberikan pelayanan dan juga cepat dalam melayani ketika ada keluhan konsumen.

#### 4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah kemampuan juga pengetahuan karyawan untuk membuat konsumen percaya kepada perusahaan. Diantaranya mengenai memberikan produk sesuai pesanan, dan beretika baik. Pendapat konsumen mengenai jaminan disajikan pada Tabel 8 .

**Tabel 8. Pendapat Konsumen Mengenai “Jaminan”**

No	Indikator	Skor					N	Skor	Rata-Rata	KET
		SS	S	CS	TS	STS				
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>		5	4	3	2	1				
1	Karyawan memberikan produk sesuai dengan pesanan konsumen	73	23	0	0	0	96	457	4,76	SS/SB
2	Karyawan memiliki pengetahuan tentang produk dan beretika baik kepada konsumen.	68	28	0	0	0	96	452	4,71	SS/SB
Rata-Rata		70,5	25,5	0	0	0	96	454,5	4,73	SS/SB
Rata-rata (%)		73,4	26,6	0	0	0	100			

Sumber : Data Hasil Penelitian, 2022

Pada Tabel 8 diperoleh sebanyak 73,4 persen konsumen berpendapat sangat setuju atau menilai sangat baik, 26,6 persen konsumen berpendapat setuju atau berpendapat baik, dan 3,4 persen berpendapat cukup setuju atau menilai cukup baik, Jadi yang menilai baik dan sangat baik yaitu 100 %, tidak ada yang menilai cukup baik, tidak baik juga sangat tidak baik. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu Karyawan Rumah Makan Kakung Sableng memberikan produk sesuai dengan pesanan konsumen nilai rata-rata 4,76 yang artinya sangat baik. Nilai terendah yaitu mengenai Karyawan Rumah Makan Kakung Sableng memiliki pengetahuan tentang produk dan beretika baik kepada konsumen dengan skor rata-rata 4,71. Rata-rata mengenai Jaminan yaitu sebesar 4,73 artinya kualitas pelayanan pada dimensi *Assurance* atau Jaminan Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta Sangat Baik.

### 5. Empati (*Emphaty*)

Empati adalah diberikannya perhatian yang bersifat pribadi kepada konsumen dengan memahami yang diinginkan oleh konsumen, diantaranya karyawan bersifat ramah dan sopan saat melayani dan bersedia mendengarkan saran. Pendapat konsumen mengenai empati disajikan pada Tabel 9.

**Tabel 9. Pendapat Konsumen Mengenai “Empati”**

No	Indikator	Skor					N	Skor	Rata-Rata	KET
		SS	S	CS	TS	STS				
Empati ( <i>Emphaty</i> )		5	4	3	2	1				
1	Karyawan ramah dan sopan memberikan pelayanan.	73	23	0	0	0	96	457	4,76	SB
2	Karyawan bersedia mendengarkan saran.	62	31	3	0	0	96	443	4,61	SB
Rata-Rata		67,5	27	1,5	0	0	96	450	4,69	SS/SB
Rata-rata (%)		70,3	28,1	1,6	0	0	100			

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Pada Tabel 9 diperoleh 70,3 persen konsumen berpendapat sangat setuju atau menilai sangat baik, 28,1 persen konsumen berpendapat setuju atau berpendapat baik, dan 1,6 persen berpendapat cukup setuju atau menilai cukup baik. Jadi yang menilai baik dan sangat baik = 98,4 persen, hanya 1,6 persen yang menilai cukup baik dan tidak ada yang menilai tidak baik dan sangat tidak baik. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu Karyawan Rumah Makan Kakung Sableng ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan dengan perolehan nilai rata-rata 4,76, adapun indikator dengan nilai terendah mengenai Karyawan Rumah Makan Kakung Sableng bersedia untuk mendengarkan kritik dan saran dengan skor rata-rata 4,61. Rata-rata dimensi empati 4,69 termasuk kategori sangat baik artinya pendapat atau penilaian konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta mengenai empati yaitu sangat baik. Adapun rekapitulasi nilai rata-rata dan persentase kelima dimensi dari kualitas pelayanan Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta disajikan pada Tabel 10.

**Tabel 10. Rekapitulasi Nilai Rata-rata dan Persentase Kelima Dimensi dari Kualitas Pelayanan**

No	Dimensi	Skor					N	Skor	Rata-Rata	KET
		SB	S	CS	TS	STS				
1	Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	62,7	32	1,3	0	0	96	445,33	4,64	SB
		65,3	33,3	1,4	0	0	100%			
2	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	67,5	26	2,5	0	0	96	449	4,68	SB
		70,3	27,1	2,6	0	0	100%			
3	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	64,3	28,4	3,3	0	0	96	445	4,63	SB
		67	29,6	3,4	0	0	100%			
4	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	70,5	25,5	0	0	0	96	454,5	4,73	SB
		73,4	26,6	0	0	0	100%			
5	Empati ( <i>Emphaty</i> )	67,5	27	1,5	0	0	96	450	4,67	SB
		70,3	26,1	1,6	0	0	100%			

No	Dimensi	Skor					N	Skor	Rata-	KET
	Rata-Rata skor								4,67	SB
	Rata-rata (%)	69,6	28,6	1,8	0	0	100%			

Berdasarkan Tabel 10 hasil penelitian mengenai lima dimensi kualitas pelayanan diperoleh 69,6 persen sangat baik, 28,6 persen baik, 1,8 persen cukup baik, tidak ada yang berpendapat tidak baik dan sangat tidak baik. Jadi yang yang berpendapat sangat baik dan baik = 98,2 persen, hanya 1,8 persen yang berpendapat cukup baik. Nilai rata-rata kualitas pelayanan diperoleh 4,67 dengan nilai terendah yaitu mengenai dimensi daya tanggap dengan nilai rata-rata = 4,63 adapun nilai tertinggi adalah mengenai jaminan yang nilainya rata-rata = 4,73.

### Analisis Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta

Pada bagian ini akan menganalisis kuesioner dari 96 responden yang pernah melakukan pembelian makanan dan minuman *take away*, catering, maupun makan di Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta mengenai kepuasan konsumen. Dimensi untuk menganalisis kepuasan konsumen berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2017) diantaranya: Kesesuaian dengan harapan, minat untuk berkunjung lagi, dan bersedia untuk merekomendasikan. Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta disajikan pada Tabel 11.

**Tabel 11. Pendapat Konsumen Mengenai Kepuasan**

No	Indikator	Skor					N	Skor	Rata-Rata	KET
		SS	S	CS	TS	STS				
<b>Kesesuaian Harapan</b>		5	4	3	2	1				
1	Makanan dan minuman sangat sesuai selera	61	33	2	0	0	96	443	4,61	SS/SP
2	Karyawan memberikan pelayanan sangat baik	64	32	0	0	0	96	448	4,67	SS/SP
3	Fasilitas yang diberikan sangat sesuai yang diharapkan	58	38	0	0	0	96	442	4,60	SS/SP
<b>Minat Berkunjung Kembali</b>										
4	Berminat berkunjung kembali karena makanan dan minuman sangat memuaskan	71	24	1	0	0	96	454	4,73	SS/SP
5	Berminat berkunjung kembali karena pelayanan sangat memuaskan	64	32	0	0	0	96	448	4,67	SS/SP
6	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas sangat memadai	56	37	3	0	0	96	437	4,55	SS/SP
<b>Kesediaan Merekomendasikan</b>										
7	Bersedia merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena makanan dan minuman yang dihidangkan sangat enak	70	25	1	0	0	96	453	4,72	SS/SP

No	Indikator	Skor					N	Skor	Rata-Rata	KET
		SS	S	CS	TS	STS				
8	Bersedia merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena pelayanan yang diberikan sangat memuaskan	67	28	1	0	0	96	450	4,69	SS/SP
9	Bersedia merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena fasilitas yang disediakan sangat nyaman	64	30	2	0	0	96	446	4,65	SS/SP
Rata-rata		63,89	31	1,11	-	-	96	446,78	4,65	SS/SP
Rata-rata (%)		66,55	32,29	1,16	-	-				

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Pada Tabel 11 pendapat konsumen mengenai kepuasan di Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta yaitu 66,55 persen merasa sangat puas, 32,29 persen merasa puas, yang merasa cukup puas 1,16 persen, tidak ada yang merasa tidak puas juga sangat tidak puas. Jadi yang merasa sangat puas dan puas = 98, 84 persen. Banyaknya yang merasa sangat puas dan puas juga dapat dilihat dari nilai rata-rata = 4,65 termasuk kategori sangat puas. Indikator yang memiliki nilai atau skor tertinggi yaitu berminat berkunjung kembali karena makanan dan minuman di Rumah Makan Kakung Sableng sangat memuaskan yang terdapat pada dimensi Minat Berkunjung Kembali dengan perolehan skor rata-rata 4,73 artinya konsumen merasa sangat puas makan di rumah makan Kakung Sableng. Indikator yang memiliki skor tertinggi kedua adalah indikator bersedia merekomendasikan rumah makan Kakung Sableng kepada teman dan keluarga karena makanan dan minuman yang dijual sangat enak, yang terdapat pada dimensi Kesiediaan Merekomendasikan dengan perolehan skor rata-rata 4,72. Indikator yang memiliki skor tertinggi ketiga adalah indikator bersedia merekomendasikan Rumah Makan Kakung Sableng kepada teman dan keluarga karena pelayanan yang diberikan sangat memuaskan yang terdapat pada indikator Kesiediaan Merekomendasikan dengan perolehan skor 4,69. Kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta diperoleh nilai rata-rata = 4,65. Dapat diartikan konsumen atau responden sangat puas akan pelayanan yang diberika Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta**

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu : 1. Bukti fisik, 2. Keandalan, 3. Daya tanggap, 4. Jaminan, 5. Empati terhadap kepuasan konsumen menggunakan model regresi linear berganda dengan pengolahan data digunakan Program SPSS dengan hasil disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Pengolahan Data Regresi Linear Berganda

R	R <sup>2</sup>	Adjusted R Square		Estimasi Standar Error		
.880 <sup>a</sup>	.774	.761		.18731		
Sum of Squares		df	Mean squares	F	Sig.	
Regression		10.790	5	2.158	61.508	.000 <sup>b</sup>
Residual		3.158	90	.035		
Total		13.947	95			
Koefisien			Standardized Coefficients			
B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
Konstanta	.336	.260		1.293	.199	
FISIK	.262	.089	.266	2.955	.004	
HANDAL	.209	.067	.247	3.137	.002	
TANGGAP	.109	.064	.138	1.687	.095	
JAMINAN	.100	.090	.100	1.120	.266	
EMPATI	.245	.078	.275	3.133	.002	

Dependent Variable: KEPUASAN

Pada Tabel 12 dapat dilihat koefisien korelasi (nilai R) = 0,88 dan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) = 0,774 artinya kepuasan konsumen ditentukan oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati = 77,4 persen, sedangkan sisanya yaitu 22,6 persen ditentukan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti. Pada Tabel 12 juga dapat dilihat secara simultan atau secara bersama-sama bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta dengan nilai signifikansi = 0,000. Secara parsial bukti fisik (sig = 0,004), kehandalan (sig = 0,002), daya tanggap (sig = 0,095), dan empati (sig = 0,002) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng. Daya tanggap masih dapat dikatakan berpengaruh signifikan karena nilai signifikan masih dibawah 10 persen, namun jaminan menunjukkan tidak berpengaruh secara signifikan karena nilai signifikannya = 0,266 (26,6 persen). Model regresi linear berganda yang baik artinya bisa digunakan untuk membuat peramalan yaitu jika hasil pengujian secara simultan menunjukkan berpengaruh signifikan dan secara parsial semua variabel bebas (independen) juga harus berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian di Rumah Makan Kakung Sableng secara simultan berpengaruh namun secara parsial jaminan tidak berpengaruh signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Panjaitan dan Yuliati (2016) yaitu secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Bandung, namun secara parsial hanya empati yang berpengaruh, sedangkan dimensi lainnya menunjukkan tidak berpengaruh. Sesuai juga dengan hasil penelitian Basit & Handayani (2018) hasilnya yaitu secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Allium Hotel Tangerang, namun secara parsial hanya jaminan yang berpengaruh, sedangkan dimensi lainnya menunjukkan tidak berpengaruh.

Mengingat ada dimensi yang tidak berpengaruh maka kelima dimensi kualitas pelayanan digabungkan sehingga model regresi yang digunakan adalah regresi linear sederhana, hasil pengolahan datanya disajikan pada Tabel 13 .

**Tabel 13. Hasil Pengolahan Data Model Regresi Linear Sederhana**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	B		
(Constant)	.410	.246		1.668	.099
KUALITAS	.909	.053	.872	17.306	.000

Dependent Variable: KEPUASAN

Pada Tabel 13 diperoleh hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif (nilai koefisien regresi kualitas pelayanan positif = 0,909) dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng, ini ditunjukkan dengan nilai signifikan dari kualitas pelayanan = 0,000 yaitu lebih kecil dari derajat kesalahan yang bisa ditoleransi ((  $\alpha = 1\%$ ). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng artinya semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak rumah makan maka kepuasan konsumen atau pelanggan akan semakin tinggi dan kualitas pelayanan yang diberikan harus senantiasa ditingkatkan agar konsumen tetap merasa sangat puas, sehingga konsumen atau pelanggan akan merekomendasikan kepada teman, saudara dan yang lainnya bahwa Rumah Makan Kakung Sableng masakannya sangat enak, tempatnya sangat baik. Hasil ini sesuai penelitian Rabiah (2020), Annisa et.al (2021), Majid et.al (2021), Hamdanur et.al (2021), Miswan et.al (2022).

Pada Tabel 13 diperoleh persamaan regresi linear sederhana  $Y = 0,41 + 0,909X$ , dapat diartikan dari persamaan tersebut yaitu jika penilaian mengenai kualitas pelayanan (X) = 0 yaitu sangat tidak baik, maka kepuasan konsumen = 0,41 merasa sangat tidak puas. Nilai koefisien regresi dari kualitas pelayanan = 0,909 dapat diartikan jika penilaian mengenai kualitas pelayanan (X) meningkat satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat = 0,909.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kesimpulan dan dan saran yaitu:

1. Pendapat konsumen mengenai kualitas pelayanan (lima dimensi) Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta yaitu tidak ada yang berpendapat tidak baik dan sangat tidak baik, yang berpendapat cukup baik = 1,8 persen, yang berpendapat baik dan sangat baik = 98,2 persen. Nilai rata-rata bukti fisik = 4,64, kehandalan = 4,68, daya tanggap = 4,63, jaminan = 4,73, dan empati = 4,67 (nilai tertinggi = 5) termasuk kategori sangat baik. Nilai rata-rata terendah mengenai lokasi yang strategis dengan nilai rata-rata 4,55.
2. Pendapat konsumen mengenai kepuasan yaitu tidak ada yang merasa tidak puas dan sangat tidak puas, yang merasa cukup puas = 1,16 persen, yang merasa puas = 32,29 persen, dan sangat puas sebanyak 66,55 persen. dengan nilai rata-rata dari seluruh indikator kepuasan = 4,65 (nilai tertinggi = 5) termasuk kategori sangat puas.

3. Secara bersama-sama lima dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh signifikan ( $sig = 0,000$ ) terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta, secara parsial jaminan tidak berpengaruh signifikan. Namun jika kelima dimensi kualitas pelayanan digabungkan hasilnya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta.
4. Kualitas pelayanan harus tetap ditingkatkan supaya kepuasan konsumen dapat dipertahankan juga konsumen akan terus merekomendasikan kepada teman-teman, dan keluarga karena rekomendasi merupakan promosi yang sangat ampuh.
5. Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta harus terus berinovasi mengenai variasi menu makanan dan minuman yang dijual karena keunggulan dari rumah makan adalah rasa dan banyaknya variasi pilihan dari makanan dan minuman yang dijual.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan banyak terima kasih kepada pihak Universitas Sahid Jakarta yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil berupa biaya untuk pelaksanaan penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amstrong, G., & Kotler, P. (2016). Prinsip-prinsip pemasaran. *Jakarta: Erlangga.*
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2017). Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran dan Analisis Strategi Pemasaran, Perencanaan Strategi Pemasaran, Implementasi. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Annisa, P. A., Mustari, M., Ahmad, M. I. S., Nurdiana, N., & Supatminingsih, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM (Studi Kasus: Djoin Cafe di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar). *Indonesian Journal of Pedagogical and Social Sciences*, 1(1), 119 – 137.
- Basit, A., & Handayani, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Allium Tangerang Hotel. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 165-177.
- Hamdanur, P., Yusuf, A. M., & Kasman, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Akulaku Indonesia di Jakarta. *Journal Management and Accounting Expose*, 4(2), 91 – 102.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2017. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi; Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Majid, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., Santika, D., Ummah, F., Fitriana, L., & Ummah, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal Of Economics, Management, and Business Research*, 2(1), 214 – 226.

- Miswan, M., Austriana, S., & Sukaesih, U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Virtual Experience Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Penerangan Di Tmii Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 161-177.
- Panjaitan, J.E dan Yuliati, A.L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11 (2), 265 – 289.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rabiah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo di Samarinta. *Journal Administrasi Bisnis*, 8(1), 65 – 74.
- Tjiptono, F. (2016). *Service & Satis, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.