

# PENGARUH VARIABEL KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA RUMAH MAKAN SARI LAUT SELERA KITA KOTA PALOPO

Musrina

[musrina349@gmail.com](mailto:musrina349@gmail.com)

Institut Agama Islam Negeri Palopo

## Abstract:

Penelitian ini membahas Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Rumah Makan Sari Laut Selera Kita Kota Palopo (Tinjauan Ekonomi Syariah). Metode penelitian ini membahas tentang jenis penelitian yang digunakan kuantitatif dengan lokasi penelitian rumah makan sari laut selera kita. Dengan menggunakan populasi dengan rumus isac Michael dengan jumlah sampel 96 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel empathy memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan bukti pengujian yaitu dengan membandingkan besarnya nilai T hitung dan T tabel, memberikan hasil bahwa nilai T hitung lebih besar dari T tabel atau  $3,476 > 1,660$  dan  $< 0.05$  ( $0.04 < 0.05$ ) hasil ini memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sari Laut Selera Kita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya kontribusi yang mempengaruhi uji R koefisien determinasi dengan nilai kontribusi sebesar R square yaitu 15,6 hal ini berarti seluruh variabel empathy, tangible, realibility, assurance mempunyai kontribusi sebesar 15,6%. Sedangkan sisanya sebesar 84,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

## 1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dalam bidang makanan terutama dalam usaha rumah makan tergolong ketat karena semakin banyaknya saingan rumah makan yang menciptakan menu makanan yang berbeda dari rumah makan lainnya dan tentunya menciptakan rasa yang khas atau rasa yang mencirikan rumah makan itu sendiri dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dari segi pelayanan, segi rasa dan tentunya harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat, maka masyarakat atau konsumen pastinya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan terlebih lagi Indonesia dikenal dengan dunia kulinernya begitupun dengan kota palopo kaya akan dunia kulinernya dengan makanan khasnya sehingga dapat diperjual belikan dalam berbagai jenis makanan.

Karena Pangan merupakan kebutuhan manusia yang utama, maka usaha dibidang kulinerpun banyak bermunculan sehingga membuat persaingan didunia kulinerpun semakin tinggi dan para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran tidak sekedar memuaskan keinginan para pelanggan yang ada pada suatu kurun waktu dalam sejarah alih-alih pemasaran harus mencari berbagai macam cara baru dan lebih baik untuk menciptakan nilai dan melayani konsumen atau pelanggan para pemasar perlu bekerja lebih keras dan cerdas untuk menentukan berbagai cara yang memuaskan kebutuhan pelanggan. Semua pelanggan membutuhkan lingkungan hidup entah mereka menyadarinya atau yang akan digunakannya untuk menghadapi persaingan yang ada saat ini<sup>1</sup>

Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan karena tanpa pelanggan maka tidak akan terjadi transaksi jual beli. diantara keduanya untuk kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono kualitas layanan apabila dikelola dengan tepat berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan<sup>2</sup>. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan rumah makan. ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya rumah makan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan rumah makan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. sSebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi produk/jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah rumah makan. manfaat kualitas pelayanan ada gilirannya berkontribusi pada peningkatan daya saing berkelanjutan bagi organisasi. Yang mengupayakan pemenuhan kualitas yang bersifat *customer driven*. dalam jangka panjang perusahaan akan seperti ini akan tetap *survive* dalam menghasilkan laba.

Dalam penelitian ini Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang cukup penting dalam membuka suatu usaha, termasuk rumah makan. Misalkan dengan pelayanan karyawan yang ramah dalam melayani pembeli dapat mempengaruhi calon pembeli untuk membeli dan untuk

---

<sup>1</sup>Joseph P. Cannon Ph D, dkk, *Pemasaran dasar* (Jakarta: Selemba Empat Edisi 16 Buku II, 2009)h. 360-364

<sup>2</sup>Fandy Tjiptono *pemasaran jasa* (edisi pertama Malang: Bayu media 2005)h.75

datang lagi ke restoran atau rumah makan tersebut. karena pelayanan yang memuaskan akan berdampak terjadinya pembelian yang berulang-ulang kali dan dapat meningkatkan penjualan. Selain pelayanan yang ramah, penampilan diri seorang karyawan atau waiters di suatu tempat makan juga berpengaruh, mulai dari kerapian berbusana yang kurang pantas maupun seragam yang digunakan akan menimbulkan kesan yang buruk bagi konsumen.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu yang dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang posisi penelitian ini dalam kaitannya dengan penelitian sejenisnya yang pernah dilakukan oleh kalangan akademisi. Hal ini ditempuh guna menghindari kesamaan obyek penelitian dan untuk menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada. Pembahasan tentang kualitas layanan dan kepuasan konsumen banyak ditemukan berbagai literature seperti yang akan disebutkan berikut ini.

Artikel bertema, analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit (Studi kasus BPR Arthaguna Sejahtera), Karya Ferry Yudhy I., SE dan DR. E. Susy Suhendra. Artikel ini mengevaluasi untuk memperbaiki citra dan kinerja bank dengan mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPR Arthaguna Sejahtera. Didapat hasil bahwa semua variabel bebas baik secara persial atau bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah terletak pada desain penelitian, obyek penelitian dan lokasi penelitian.

Skripsi yang disusun oleh Muhammad Iqbal Fauzi dengan Judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada BMT Bina Ihsanul Fiqri, Gedong Kuning, Yogyakarta)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada BMT Bina Ihsanul Fiqri Yogyakarta. BMT BIF adalah salah satu lembaga keuangan mikro yang sekarang sudah berkembang pesat dengan aset yang besar, usaha ini dibangun dari bawah dengan ketekunan dan kerja keras. Penelitian ini merupakan lapangan. Data yang dipakai adalah data primer yang didapatkan oleh kuesioner dan observasi langsung kelapangan atau objek penelitian.

Menurut kesimpulan yang ditemukan oleh penelitian diatas maka penulis berasumsi bahwa penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha rumah makan sari laut selera kita kota palopo membuktikan dan menunjukkan bahwa kualitas layanan yang meliputi *responsivnes*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* memberi pengaruh besar dalam membentuk kepuasan terhadap konsumen atau masyarakat

## 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya, seperti kata-kata atau kalimat tersusun dalam angket, kalimat hasil konsultasi atau wawancara antara peneliti dan informan. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kualitatif yang diangkakan dalam skala pengukuran. Suatu pertanyaan/pertanyaan yang memerlukan alternative jawaban, dimana masing-masing: sangat setuju diberi angka 5, setuju 4, setuju 3, tidak setuju 2 dan sangat tidak setuju 1.

Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori Isac Michael dengan rumus sebagai berikut:<sup>3</sup>

$$\text{Rumus: } n = \frac{(Z\alpha/2)^2 p \cdot q}{e^2}$$

$$\text{Rumus: } n = \frac{(1,96)^2 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2}$$

$$= 0,9604$$

= 96 pelanggan rumah makan sari laut selera kita

Keterangan: n= sampel

P= proposi populasi

q= 1-p

Z= tingkat keyakinan/signifikan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel = 1,96

e= margin off error atau kesalahan maksimum yang bias ditoleransi, biasanya 10

Seluruh data dikumpulkan dengan teknik observasi melalui survei dengan angket, serta dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan analisis statistik deskriptif.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### a. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini karakteristik responden disajikan dalam tabel yang menyajikan sesuatu yang terjadi dinyatakan dalam bentuk presentase. Dari 50 responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti dapat diketahui perbedaan karakteristik antara responden yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran tiap bulan, jumlah kunjungan ke Rumah Makan Sari Laut, jumlah transaksi setiap kali berkunjung Rumah Makan Sari Laut.

Tabel 1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

<i>No.</i>	<i>Jenis kelamin</i>	<i>Jumlah</i>	<i>Persen</i>
1.	<i>Laki-laki</i>	47	49%
2.	<i>Perempuan</i>	49	51%
<i>Total</i>		96	100

<sup>3</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Cet.II; Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 62.

Tabel 2. Responden berdasarkan Pengeluaran/Bulan

NO	Pengeluaran	Jumlah	Persen
1	<250.000	47	49%
2	251.000-500.000	23	24%
3	501.000-750.000	15	15,6%
4	751.000-1.000.000	3	3,1%
5	1.000.000	8	8,3%
Total		96	100

Tabel 3. Responden berdasarkan Total Transaksi / Bulan

No	Jumlah Transaksi	Jumlah	Persen
1	Rp. 25.000-Rp. 50.000	30	31,3%
2	Rp. 50.000-Rp. 100.000	29	30,2%
3	Rp. 100.000-Rp.150.000	25	26%
4	Rp. 200.000-Rp.250.000	9	9,4%
5.	Rp. 250.000	3	3,1%
Total		96	100

b. Hasil Uji Hipotesis

1) Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.148	5	12.230	3.368	.008 <sup>b</sup>
	Residual	326.842	90	3.632		
	Total	387.990	95			

Dari hasil uji Anova dari output tersebut nilai  $F_{hitung} = 3,368$  dengan degree of freedom derajat bebas (df) regression sebesar 5 dan nilai residual 90 maka dapat diketahui besarnya nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikan 5%.

( $\alpha = 0,05$ ) yaitu 2,32 (lihat tabel F pada lampiran)

asil pengujian hipotesis perama dapat diketahui  $F_{hitung}$  dari perhitungan regresi tersebut. Untuk pengujian hipotesis pertama yang dilakukan nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 3,368 sedangkan  $F_{tabel}$  2,32 maka nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $3,368 > 2,32$ ) atau nilai signifikan  $0,008 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan demikian secara statistic dapat disimpulkan variabel *tangible, realibility, responsive, assurance, emphaty* bersama-sama terdapat pengaruh yang simultan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Uji t.

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.881	3.443		3.451	.001
tangibleX1	.085	.113	.076	.755	.452
realibilityX2	-.161	.139	-.122	-1.162	.248
responsivnesX3	-.050	.111	-.048	-.448	.655
assuranceX4	.126	.098	.138	1.291	.200
emphatyX5	.475	.127	.377	3.746	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil berdasarkan coefficient nilai p-value menunjukkan secara parsial kualitas pelayanan variabel *emphaty* (perhatian) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan sari laut selera kita. Dengan  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $3,746 > 1,660$  dan  $P\ value < 0,05$ .  $0,04 < 0,05$  sehingga hipotesis nol ditolak pelanggan di rumah makan sari laut selera kita. Adapun variabel tingkat kualitas pelayanan variabel *tangible* (0,755), *realibility* (-1,162), *responsivnes* (0,048), *assurance* (1,291), *emphaty* (3,746).

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan-temuan hasil penelitian yang telah dianalisis maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut: (1) Hasil ini memberikan bukti kepada hasil uji realibilitas dari kelima variabel X cronbach *alpha* sebesar 0,572 yaitu lebih besar dari 0,5 berdasarkan ketentuan maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan *reliable*. Hasil uji realibilitas dari variabel Y memiliki cronbach *alpha* sebesar 0,521 berdasarkan karna ketentuan maka indikator dalam penelitian ini dikatakan *reliable*. (2) Hasil Uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,709 karena lebih besar dari 0,05 ( $0,709 > 0,5$ ) maka nilai residual tersebut normal. (3) Hasil Uji multikolinearitas besarnya nilai tolerance masing-masing variabel independen yaitu *tangible* 0,920, *realibility* 0,852, *responsive* 0,896, *assurance* 0,879, *emphaty* 0,914 lebih dari 0,10 nilai *Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel independen yaitu *tangible* 1,086, *realibility* 1,173, *responsive* 1,115, *assurance* 1,138, dan *emphaty* 1,094 lebih dari 0,10 dari nilai VIF lebih dari 10. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi. (4) Hasil Uji heteroskedastisitas Titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. (5) Hasil Uji R Berdasarkan tampilan output model summary diatas besarnya (R Square) sebesar 0,156. Hal ini berarti seluruh variabel bebas mempunyai kontribusi bersama-sama sebesar 15,6% terhadap variabel Y sedangkan sisa sebesar 84,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. (6) Hasil Uji simultan F Dari hasil uji Anova dari output tersebut nilai  $F_{hitung} = 3,368$  dengan degree of freedom derajat bebas (df) regression sebesar 5 dan nilai residual 90 maka dapat diketahui besarnya nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikan 5%. ( $\alpha = 0,05$ ) yaitu 2,32 (lihat tabel F pada lampiran). (7) Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Sari laut Selera Kita meliputi *tangible*, *realibilitas*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diketahui besarnya nilai  $T_{hitung}$  masing-masing dari kelima variabel bebas yaitu 0,755 (*tangible*), -1,162 (*realibility*), 0,-048 (*responsive*), 1,291 (*assurance*), 3,476 (*emphaty*). Dari hasil tersebut juga dapat diketahui bahwa kelima variabel bebas tersebut nilai t-tabel (1,660) pada  $\alpha = 0,05$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel empathy memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan bukti pengujian yaitu dengan membandingkan besarnya nilai T hitung dan T tabel, memberikan hasil bahwa nilai T hitung lebih besar dari T tabel atau  $3,476 > 1,660$  dan nilai P value  $< 0.05$  ( $0.04 < 0.05$ ) hasil ini memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sari Laut Selera Kita.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aliarasa Wahid. Mudjiarto. 2006. *Membangun Karakter dan Keprbadian Kewirausahaan*, Hak Cipta Yogyakarta,
- Arikunto Suharsimi. 2003. *manajemen Penelitian* Rineka Cipta, Jakarta,,
- Adi Prasetyo, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMI Kaffah* Yogyakarta, Skripsi STAIN Surakarta-Sem Institute Yogyakarta 2008,
- Atik Winarsih dan Ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Adri Akbar, <http://202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam>
- Bambang Supomo dan Nur indrianto, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 1999)
- Cannon P. Joseph P Ph D, dkk, *Pemasaran dasar* (Jakarta: Selemba Empat Edisi 16 Buku II, 2009)
- Gronroos dan J. Supranto. 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan*. Pustaka Pelajar Yogyakarta
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang Badan Penerbit UNDIP Semarang 2005)
- Gareng Pengelola Rumah Makan Sari Laut, “Wawancara” di Rumah Makan Sari laut Palopo, 16 Januari 2017
- Hadist explorer, *Ensiklopedia Sunnah Nabawi Berdasarkan 9 Hadist: Kitab Bukhari No 202 (Pelayanan) Hadist No1526*. File ://:Program % 20 files/ hadist% 20 explore mindex Html
- Isnaizakiya 29. *Ayat Al-Quran dan Hadist tentang Makanan yang baik dan halal serta giat bekerja* <https://2014/12/12/>
- Ismanto Kuat, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2009,
- Jakson H. John dan Musselman A. Vernon *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, judul asli *Introduction to Modern Business*, terj. Kusma Wiridisastra dan Gunawan Hutauruk, (Jakarta: Penerbit erlangga, 1994)
- Jonathan, Sarwono (2005). *SPSS Teori dan Latihan*. Bandung: PT Danamartha Sejahtera Utama-Grafika
- Koentjaraningrat, *Metode-metode penelitian* (Edisi ketiga Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 1997)
- Leonard L. Berry, Valarie A. Zeithaml, and A. Parasuraman, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Customer Perceptions of Service Quality” dalam journal of Retailing Volume 64 Number 1 Spring 1988, pp.12-40.

Muhammad, *Metodologi penelitian ekonomi islam,pendekatan kuantitatif* (pt.Rajawali Press Jakarta:2008)

Tjiptono Fandy *pemasaran jasa* (edisi pertama Malang:Bayu media 2005)

Umar Husein,*Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta,2000.

Prof. DR. Sugiyono *Metode Penelitian Bisnis*.

Qardawi Yusuf, 2007. *Halal dan Haram dalam islam*, Cet; Surabaya: PT Bina Ilmu.

Sugiyono,*Metode Penelitian KUantitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2014,

Sebastian Rainch, *Dynamic strategic analysis: Demystifying Simple Succes Strategies* (Wiesbaden: Deutscher Universitats- Verlag, 2004) p.167 dalam Seta Basri *Uji Validitas dan Realibilitas Item* <http://setabasri01.blogspot.com/2012/04/uji-validitas-dan-relibilitas-item.html>.

Siregar Sofyan, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Cet II Bumi Aksara 2014)