

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN

<sup>1</sup>Etty Roswitha Ariyani

<sup>1</sup>Jl. Rawa Papan Rt. 012/006 No. 48 Bintaro Pesanggrahan Jakarta Selatan  
([roswithaariyani@yahoo.com](mailto:roswithaariyani@yahoo.com))

## ABSTRAK

Kualitas pelayanan menjadi standar kinerja bagi perusahaan jasa dan merupakan faktor terpenting bagi kepuasan konsumen/pelanggan. Dalam rangka mengembangkan pemikiran mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen/ pelanggan, penulis melakukan penelitian mengenai keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Rumah Makan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen Rumah Makan. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan keberwujudan. Hasil analisis data dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari segi keandalan dan empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka pihak Rumah Makan harus meningkatkan kualitas pelayanan dari segi keandalan dan mempertahankan kualitas pelayanan dari segi empati.

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

## PENDAHULUAN

Melihat kondisi sekarang ini di mana persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar perusahaan yang didirikan dapat berkembang dengan baik.

Mendirikan suatu perusahaan bukanlah hal yang mudah, namun memelihara dan mengembangkan perusahaan yang sudah didirikan tersebut merupakan suatu pekerjaan yang jauh lebih sulit. Masalah-masalah akan selalu muncul baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang

diharapkan. Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen.

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* dan *Tangibles*.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Kita ketahui bisnis Rumah Makan merupakan suatu bentuk usaha yang menawarkan pelayanan jasa, oleh sebab itu manajemen Rumah Makan harus mampu mengetahui kebutuhan serta keinginan yang mampu menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Dalam hal ini peranan pemasaran jasa menjadi hal yang penting dalam memasarkan produk Rumah Makan. Ini diperketat dengan semakin tingginya persaingan pada industri Rumah Makan. Untuk dapat bersaing, salah satu strategi pemasaran yang diambil oleh usaha Rumah Makan adalah dengan membuat produk unggulan. Ini tentunya merupakan salah satu strategi yang memberikan keunggulan bagi usaha tersebut agar tetap bertahan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Pada penelitian ini, objek penelitian adalah mahasiswa yang menjadi konsumen Rumah Makan di wilayah Bintaro Jaya sektor 7. Rumah Makan yang dijadikan penelitian merupakan Rumah Makan umum, bukan Rumah Makan cepat saji.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan sebagai obyek penelitian. Karena keberadaannya merupakan bagian dari populasi, maka sampel memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jenis sampelnya adalah *simple random sampling*. Dalam teknik *purposive sampling*, seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.

Dalam penelitian ini, respondennya adalah konsumen yang kebetulan berada di Rumah Makan pada saat pengumpulan data melalui kuesioner. Besarnya sampel yang diperlukan dalam penelitian ditentukan berdasarkan sifat populasi, tingkat ketepatan yang diperlukan, dan sumberdaya yang tersedia bagi peneliti. Dengan berdasarkan pertimbangan tersebut, maka jumlah responden dalam penelitian ini, yaitu 200 responden dengan jumlah pertanyaan yang diajukan sebanyak 65 buah pertanyaan.

## **Variabel Penelitian**

Variabel adalah suatu konsep yang mempunyai variasi nilai dengan klasifikasi tertentu dan dapat pula diartikan segala sesuatu yang akan dijadikan obyek pengamatan penelitian. Sugiyono (2003:32) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut dari obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah variabel bebas/independen (X) yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhnya variabel dependen (Umar, 2002:129) dan variabel terikat/dependen (Y) yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (Umar, 2002:45). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, keberwujudan, kualitas pelayanan dan variabel terikatnya adalah Kepuasan konsumen.

## **Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, metode yang digunakan adalah metode studi lapangan untuk mengambil data primer dengan menggunakan kuesioner yaitu cara melakukan pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan kepada responden terkait dengan pelayanan yang diterima sehingga responden dapat memberikan jawaban atas pertanyaan secara tertulis. Untuk memudahkan dalam menganalisis data, maka variabel-variabel yang digunakan diukur dengan menggunakan model skala *likert* 5 tingkat dengan bentuk penilaian tertinggi 5 (lima) dan terendah 1 (satu).

## **Validitas dan Reliabilitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen (kuesioner). Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah (Ghozali, 2005:45).

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konsep (*construct validity*). Validitas konsep adalah tipe validitas yang menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran cocok dengan teori yang mendasari desain tes (Sekaran, 2006:44).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *component* dengan batas signifikan sebesar 0.5 (Santoso, 2007:110). Jika nilai *component* lebih besar dari batas signifikan maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dari jumlah responden sebanyak 100 dan batas signifikan sebesar 0.5 didapat bahwa variabel yang valid berjumlah 37 pertanyaan.

Reliabilitas/keandalan adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2004:41).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan dengan melihat nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.6$  (Sekaran, 2003:311). Secara umum, keandalan kurang dari 0.60 dianggap buruk, keandalan dalam kisaran 0.70 bisa diterima, dan lebih dari 0.80 adalah baik (Sekaran, 2006:182).

Berdasarkan hasil perhitungan didapat indeks reliabilitas dari masing-masing variabel lebih besar 0.60, yang berarti bahwa instrumen tersebut reliabel. Dengan demikian instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah reliabel atau dapat diandalkan dan responden cukup konsisten dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada instrumen. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS 13.0.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis yang umum digunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas (Rangkuti, 2003:132). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan software AMOS 6.0.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Hasil uji validitas program SPSS 13.0 ditunjukkan dengan membandingkan nilai component dengan batas signifikan sebesar 0.5 (Santoso, 2007:110). Apabila nilai *component* > 0.5 maka item atau variabel yang diteliti adalah valid. Hasil analisis validitas yang didistribusikan kepada 200 responden untuk tiap-tiap item pertanyaan adalah sebagai berikut :

Tabel 1  
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.878
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4741.256
	df	1035
	Sig.	.000

Sumber : Output SPSS 13.0



Tabel 2  
Rotated Component Matrix-3(a)

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Andal1	.177	.077	.171	.051	<b>.721</b>	.083	-.016
Andal2	.065	-.098	.233	.161	<b>.618</b>	.233	.252
Andal3	.217	.124	.099	.081	<b>.690</b>	.079	.060
Andal6	.126	.075	.292	.140	<b>.547</b>	.019	.143
Andal7	.111	.124	.269	.080	<b>.645</b>	.143	-.041
Andal8	.046	.272	.183	.121	<b>.568</b>	.177	.104
Tanggap1	.187	.144	<b>.657</b>	.112	.279	.040	-.044
Tanggap2	.231	.111	<b>.660</b>	.043	.122	.107	-.026
Tanggap3	.147	.134	<b>.651</b>	.018	.122	.201	.239
Tanggap6	.162	.071	<b>.646</b>	.102	.299	.061	.213
Tanggap7	.144	.032	<b>.661</b>	.174	.292	.131	.199
Tanggap8	.202	.049	<b>.682</b>	.138	.241	.257	.120
Yakin4	.238	.142	.427	.127	.100	<b>.546</b>	-.086
Yakin5	.225	.145	.468	.102	.106	<b>.569</b>	-.003
Yakin8	.159	.011	.238	.152	.227	<b>.661</b>	.113
Yakin10	.157	.014	.200	.098	.314	<b>.682</b>	.084
Empati5	.093	.147	.096	-.049	.047	-.180	<b>.702</b>
Empati6	.245	.144	.223	.092	.060	.220	<b>.684</b>
Empati7	.226	.270	.175	.146	.197	.015	<b>.552</b>
Empati8	.167	.192	.012	.201	.100	.169	<b>.720</b>
Wujud1	<b>.624</b>	.353	.084	.101	.081	.084	.069
Wujud2	<b>.710</b>	.147	.182	.111	.011	-.002	.117
Wujud3	<b>.619</b>	.236	.213	.158	.106	-.023	.125
Wujud4	<b>.677</b>	.106	.339	.073	.085	.067	.050
Wujud5	<b>.588</b>	.170	.035	.107	.105	.330	.235
Wujud6	<b>.780</b>	.126	.123	.031	.200	.083	.149
Wujud7	<b>.660</b>	.026	-.045	.147	.250	.072	.185
Wujud8	<b>.621</b>	-.036	.281	.169	.114	.423	.021
Wujud9	<b>.688</b>	-.032	.349	.145	.119	.222	-.064
Kualitas1	.101	.022	.015	<b>.707</b>	.168	.010	.008
Kualitas2	.050	.039	.245	<b>.719</b>	.029	-.019	.080
Kualitas3	.176	-.028	.071	<b>.694</b>	.082	-.030	.220
Kualitas4	.164	.057	.011	<b>.647</b>	.232	-.123	.124
Kualitas5	.008	.186	.094	<b>.683</b>	-.044	.120	.123
Kualitas6	.055	.108	.101	<b>.609</b>	-.043	.157	.030
Kualitas7	.069	.114	.091	<b>.687</b>	.133	.081	-.110
Kualitas8	.120	.090	-.056	<b>.628</b>	.071	.167	-.051
Puas1	-.061	<b>.667</b>	-.013	.173	.101	-.075	.263
Puas2	.112	<b>.672</b>	.167	.097	.159	-.094	.116
Puas3	.107	<b>.673</b>	-.008	.127	.106	-.111	.077
Puas4	.034	<b>.655</b>	.150	.116	.022	.069	.159
Puas5	.115	<b>.692</b>	.120	.049	.037	.000	.154
Puas6	.121	<b>.679</b>	.191	.006	-.098	.247	.081
Puas7	.187	<b>.692</b>	.094	-.021	-.005	.217	.038
Puas8	.170	<b>.683</b>	-.030	.109	.168	-.019	-.109
Puas9	.083	<b>.570</b>	-.141	-.040	.135	.428	-.050

Berdasarkan tabel di atas, uji validitas untuk item tiap variabel dapat diketahui bahwa dari 65 item pertanyaan yang diuji menunjukkan 46 item pertanyaan yang valid.

Hasil Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih (Singarimbun, 1989:122). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan dengan melihat nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.6$  (Sekaran, 2003:311). Adapun hasil analisis uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3  
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Nilai Batas	Keterangan
1	Keandalan	0.835	0.60	Reliabel
2	Ketanggapan	0.899	0.60	Reliabel
3	Keyakinan	0.874	0.60	Reliabel
4	Empati	0.824	0.60	Reliabel
5	Keberwujudan	0.897	0.60	Reliabel
6	Kualitas Pelayanan	0.845	0.60	Reliabel
7	Kepuasan Konsumen	0.864	0.60	Reliabel

Sumber : Output SPSS 13.0

Hasil uji reliabilitas dalam tabel di atas menunjukkan bahwa secara keseluruhan item-item pertanyaan yang ada dalam masing-masing variabel adalah reliabel (andal) karena nilai alpha  $> 0.6$ .

Jadi dari uji validitas dan reliabilitas di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa variabel yang tidak valid dan semua variabel yang digunakan dalam penelitian reliabel. Semua variabel tersebut digunakan dalam penelitian lebih lanjut, sebab apabila data yang ada tidak digunakan dalam analisis lebih lanjut dapat menyebabkan hasil yang bias dalam analisis maka data tetap digunakan dalam analisis. Meskipun banyak buku yang menyatakan bahwa data yang akan dianalisis harus valid dan reliabel.

## Hasil Uji Hipotesis

### Hasil Uji Hipotesis 1A

Hipotesis 1A dari penelitian ini adalah variabel keandalan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan. Dari hipotesis penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut :

H1A<sub>0</sub> :  $b_1 = 0$  : Variabel keandalan tidak berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

H1A<sub>a</sub> :  $b_1 \neq 0$  : Variabel keandalan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

Diterima tidaknya hipotesis pada pengujian dengan menggunakan analisis jalur dapat mengacu pada ketentuan AMOS (0.001) atau menggunakan standar 0.05 (Santoso, 2007:125). Apabila nilai p kurang dari 0.05 maka variabel tersebut signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan analisis jalur dengan menggunakan program AMOS 6.0 maka didapat :

Tabel 4  
Hasil Uji Hipotesis 1 A

	Estimate	p
Kualitas <--- Andal	.227	.002

Sumber : Output AMOS 6.0

Dari tabel di atas diperoleh nilai p sebesar  $0.002 < 0.05$ , yang berarti hipotesis 1A yang menyatakan keandalan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan diterima ( $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima).

### Hasil Uji Hipotesis 1B

Hipotesis 1B dari penelitian ini adalah variabel ketanggapan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan. Dari hipotesis penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut :

$H1B_0$  :  $b_1 = 0$  : Variabel ketanggapan tidak berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

$H1B_a$  :  $b_1 \neq 0$  : Variabel ketanggapan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

Diterima tidaknya hipotesis pada pengujian dengan menggunakan analisis jalur dapat mengacu pada ketentuan AMOS (0.001) atau menggunakan standar 0.05 (Santoso, 2007:125). Apabila nilai p kurang dari 0.05 maka variabel tersebut signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan analisis jalur dengan menggunakan program AMOS 6.0 maka didapat :

Tabel 5  
Hasil Uji Hipotesis 1 B

	Estimate	p
Kualitas <--- Tanggap	-.113	.159

Sumber : Output AMOS 6.0

Dari tabel di atas diperoleh nilai p sebesar  $0.159 > 0.05$ , yang berarti hipotesis 1B yang menyatakan ketanggapan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan ditolak ( $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak).

### Hasil Uji Hipotesis 1C

Hipotesis 1C dari penelitian ini adalah variabel keyakinan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan. Dari hipotesis penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut :

$H1C_0$  :  $b_1 = 0$  : Variabel keyakinan tidak berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

$H1C_a$  :  $b_1 \neq 0$  : Variabel keyakinan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

Diterima tidaknya hipotesis pada pengujian dengan menggunakan analisis jalur dapat mengacu pada ketentuan AMOS (0.001) atau menggunakan standar 0.05 (Santoso, 2007:125). Apabila nilai p kurang dari 0.05 maka variabel tersebut signifikan dan

sebaliknya. Berdasarkan analisis jalur dengan menggunakan program AMOS 6.0 maka didapat :

Tabel 6  
Hasil Uji Hipotesis 1 C

	Estimate	p
Kualitas <--- Yakin	.115	.192

Sumber : Output AMOS 6.0

Dari tabel di atas diperoleh nilai p sebesar  $0.192 > 0.05$ , yang berarti hipotesis 1C yang menyatakan keyakinan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan ditolak ( $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak).

#### Hasil Uji Hipotesis 1D

Hipotesis 1D dari penelitian ini adalah variabel empati berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan. Dari hipotesis penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut :

$H1D_0$  :  $b_1 = 0$  : Variabel empati tidak berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

$H1D_a$  :  $b_1 \neq 0$  : Variabel empati berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

Diterima tidaknya hipotesis pada pengujian dengan menggunakan analisis jalur dapat mengacu pada ketentuan AMOS (0.001) atau menggunakan standar 0.05 (Santoso, 2007:125). Apabila nilai p kurang dari 0.05 maka variabel tersebut signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan analisis jalur dengan menggunakan program AMOS 6.0 maka didapat :

Tabel 7  
Hasil Uji Hipotesis 1 D

	Estimate	p
Kualitas <--- Empati	.235	.001

Sumber : Output AMOS 6.0

Dari tabel di atas diperoleh nilai p sebesar  $0.001 < 0.05$ , yang berarti hipotesis 1D yang menyatakan empati berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan diterima ( $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima).

#### Hasil Uji Hipotesis 1E

Hipotesis 1E dari penelitian ini adalah variabel keberwujudan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan. Dari hipotesis penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut :

$H1E_0$  :  $b_1 = 0$  : Variabel keberwujudan tidak berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan

$H1E_a$  :  $b_1 \neq 0$  : Variabel keberwujudan berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan



Diterima tidaknya hipotesis pada pengujian dengan menggunakan analisis jalur dapat mengacu pada ketentuan AMOS (0.001) atau menggunakan standar 0.05 (Santoso, 2007:125). Apabila nilai p kurang dari 0.05 maka variabel tersebut signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan analisis jalur dengan menggunakan program AMOS 6.0 maka didapat :

Tabel 8  
Hasil Uji Hipotesis 1 E

	Estimate	p
Kualitas <--- Wujud	.131	.056

Sumber : Output AMOS 6.0

Dari tabel di atas diperoleh nilai p sebesar  $0.056 > 0.05$ , yang berarti hipotesis 1E yang menyatakan empati berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan Rumah Makan ditolak ( $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak).

### Hasil Uji Hipotesis 2

Hipotesis 2 dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen Rumah Makan. Dari hipotesis penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut :

$H_2 : b_2 = 0$  : Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen

$H_2 : b_2 \neq 0$  : Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen

Diterima tidaknya hipotesis pada pengujian dengan menggunakan analisis jalur dapat mengacu pada ketentuan AMOS (0.001) atau menggunakan standar 0.05 (Santoso, 2007:125). Apabila nilai p kurang dari 0.05 maka variabel tersebut signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan analisis jalur dengan menggunakan program AMOS 6.0 maka didapat :

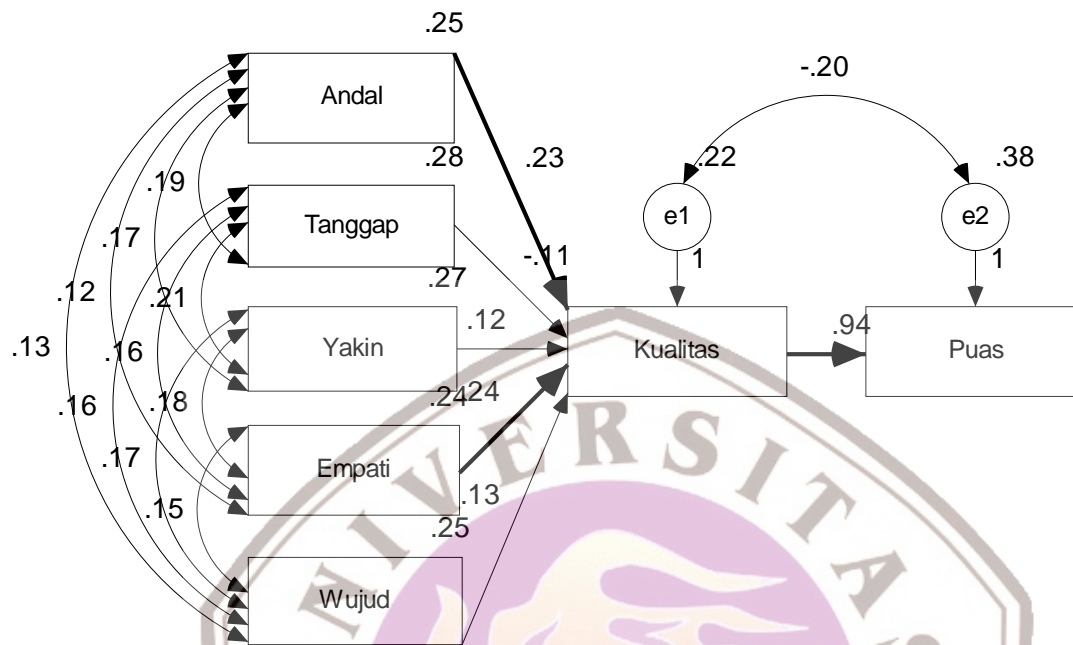
Tabel 9  
Hasil Uji Hipotesis 2

	Estimate	p
Puas <--- Kualitas	.937	***

Sumber : Output AMOS 6.0

Dari tabel di atas diperoleh nilai p sebesar  $*** (0.000) < 0.05$ , yang berarti hipotesis 2 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen Rumah Makan diterima ( $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima).

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan di atas, maka dapat digambarkan model penelitian awal sebagai berikut :



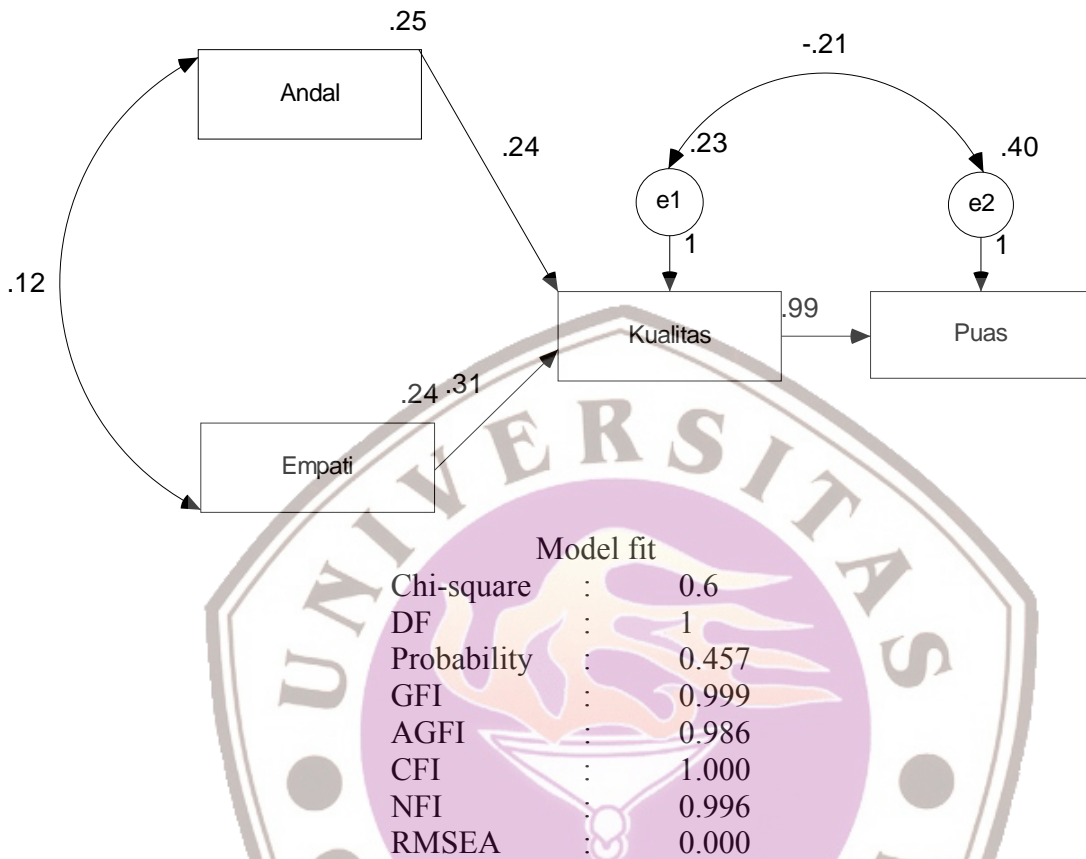
Keterangan :  
 → : Variabel signifikan ( $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima)  
 → : Variabel tidak signifikan ( $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak)

Gambar 1. Model Penelitian

**Pembahasan**

Dari hasil perhitungan dengan analisis jalur dapat diketahui bahwa yang mempunyai pengaruh signifikan pada kualitas pelayanan adalah variabel keandalan dan variabel empati karena mempunyai nilai  $p < 0.05$ . Pada kolom p terlihat angka (0.002, 0.001) di bawah angka 0.05. Hal ini menunjukkan pada tingkat signifikansi 5% variabel keandalan dan empati berpengaruh signifikan pada kualitas pelayanan (Santoso, 2007:127). Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen Rumah Makan, karena mempunyai nilai  $p < 0.05$ . Pada kolom p, terlihat nilai p adalah \*\*\*. Hal ini menunjukkan angka p adalah 0.000, yang jauh di bawah 0.05. karena itu  $H_0$  ditolak, atau pada pengujian nilai estimate kualitas dengan kepuasan dapat dikatakan memang ada pengaruh yang nyata diantara keduanya (Santoso, 2007:124)

Berdasarkan hasil analisis jalur maka model akhir dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Model Akhir Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan setelah dilakukan pengujian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Terdapat pengaruh signifikan dari keandalan dan empati pada kualitas pelayanan Rumah Makan.
2. Terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen Rumah Makan.

Dari kesimpulan di atas dapat dijelaskan bahwa kepuasan konsumen Rumah Makan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan terutama dari segi keandalan dan empati.

### Saran

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa keandalan dan empati mempunyai pengaruh signifikan pada kualitas pelayanan, maka pihak Rumah Makan hendaknya lebih memperhatikan keandalan dan empati pada kualitas pelayanan untuk membawa image yang semakin baik bagi perusahaan. Sedangkan untuk variabel ketanggapan, keyakinan, dan

keberwujudan hanya berpengaruh tetapi tidak terbukti berpengaruh secara signifikan untuk penelitian pada konsumen rumah Makan. Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Ketanggapan merupakan variabel yang menunjukkan keinginan dan kemauan karyawan Rumah Makan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Pihak manajemen Rumah Makan perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan Rumah Makan mendukung kegiatan pelayanan kepada konsumen secara adil. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan berupa imbalan yang sesuai dengan kemampuannya.
2. Keyakinan karyawan Rumah Makan pada pengetahuan, kompetensi dan sifat atau perilaku kepada konsumen penting dijaga agar konsumen yakin akan keputusannya dalam memilih Rumah Makan adalah keputusan yang benar dan tepat.
3. Keberwujudan harus dimiliki pada Rumah Makan dan karyawan, karena keberwujudan ini akan terlihat langsung oleh konsumen, maka dari itu keberwujudan harus diperhatikan untuk tetap menarik dan modern.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 1998, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi, Jakarta : Rineka Cipta
- Dutka, Alan, 1994, *AMA Hand Book for Customer Satisfaction*, NTC Business Book, Lincolnwood, Illinois
- Gaspersz, Vincent, 2002, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, Jakarta : Gramedia.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Halowell, Schelsinger & Zornitsky, 1996, "Internal Service Quality, Customer and Job Satisfaction", *Human Resources Planning*, 19, 2; ABI/INFORM Global, p.20
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*, (8th edn), New Jersey: Prentice Hall International.Inc.
- \_\_\_\_\_, 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Jakarta: Prehallindo.
- Munir, 1998, *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Parasuraman, A. Valerie A. Zeithmal, dkk, 1985, *A conceptual Model of Service Quality and its implications for Future Research*, *Journal of Marketing*, Vol. 49 hal 41-50
- Purnama, Nursya'bani, 2006, *Manajemen Kualitas Perspektif Global*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta : Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Rangkuti, Fredy, 2003, *Measuring Costumer Satisfaction*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Santoso, Singgih, 2007, *Structural Equation Modelling*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*, John Wiley and Sons Inc, New York
- \_\_\_\_\_, 2006, *Research Methods for Business*, Edisi 4, Jakarta : Penerbit Salemba Empat



Singarimbun, Masri dan Effendi Sofian, 1989, *Metodologi Penelitian Survei*, Jakarta: Pustaka LP3 ES

Sugiono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy, 1996, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Andi

\_\_\_\_\_, 2004, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Andi

Umar, Husein, 2002, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Yamit, Zulian, 2005, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Edisi Pertama, cetakan keempat, Yogyakarta : Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.

