

Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Restoran X) dengan Metode Service Quality (Servqual)

Michelle Horax*, Lucy Sanjaya, Jessica Pratiwi, Agnes Yosephine K

*Program Studi Teknik Industri, Universitas Kristen Petra
Jalan Siwalankerto No. 121-131, Surabaya, Indonesia

Article Info

Abstract

Article history:

Received
1 July 2017

Accepted
15 November 2017

Keywords:

Customer Satisfaction
Service Quality (ServQual)
Gap Analysis
restaurant

RestaurantX is a fast food restaurant that emphasizes quality to obtain customer satisfaction. The process of fulfillment of consumer satisfaction, not only requires a quality product or service, but also requires a supportive service system. This study aims to analyze customer satisfaction of RestaurantX service. The method used is Service Quality. This method measures the quality of service and be used to analyze the cause of a service problem. Dimensions used in this research are reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible. Data collection techniques were conducted by distributing questionnaires to respondents. The result of the research using regression technique shows that the variables affecting customer satisfaction on RestaurantX service are clean environment both at the inside and the outside, lighting condition inside restaurant, list menu neatly and visibly clear by consumers, food portions served, and employees provide prompt and timely service. The result of the research by using Service Quality method states that RestaurantX service of employee responsive to consumer requirement and employees ability to respond consumer demand quickly need to improve due to big gap between expectation and consumer perception

1. PENDAHULUAN

Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Saat ini diyakini bahwa kunci utama dalam memenangkan persaingan bisnis adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan konsumen (customer satisfaction) (Supranto, 2006). Kepuasan konsumen adalah faktor terpenting dalam mengembangkan proses dan membangun hubungan dengan konsumen (Karna, 2004). Kepuasan konsumen sangat di pengaruhi oleh bagaimanapihak front liner dalam memberikan pelayanannya (Dresner *et al.*, 1995). Adanya pelayanan yang baik maka akan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Kepuasan konsumen merupakan bagian yang sangat penting dalam rangka keberhasilan suatu bisnis, terutama bagi bisnis yang bergerak di bidang jasa seperti restoran.

Waktu pelayanan yang cepat di restoran merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen tentu menginginkan makanan yang dipesan dapat segera disajikan dan segera disantap, terlebih jika orang tersebut memiliki kesibukan yang cukup padat dan tidak memiliki banyak waktu. Adanya tuntutan tersebut, maka banyak bermunculan restoran-restoran cepat saji yang berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan harapan dapat membuat konsumen lebih puas dan loyal terhadap restoran tersebut.

Restoran X merupakan salah satu restoran cepat saji yang mengedepankan kualitas pelayanan untuk memperoleh kepuasan konsumen. Beberapa bentuk pelayanan yang diberikan oleh Restoran X adalah *drive-thru*, pengantaran makanan, dan kenyamanan restoran. Namun, pelayanan yang diberikan oleh Restoran X tidak semata-mata telah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Seringkali terjadi perbedaan antara harapan yang diinginkan dengan kenyataan yang dialami oleh konsumen, yang mana ini dapat menyebabkan penurunan tingkat kepuasan

*Corresponding author: Michelle Horax
Email address: michellehoraxx@gmail.com

konsumen. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda – beda. Sehingga tidaklah mudah dalam memperoleh kepuasan konsumen. Proses pemenuhan kepuasan konsumen, tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung, sehingga akan merasa senang dengan produk atau jasa yang dibutuhkan, serta nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai analisis kepuasan konsumen pada Restoran X Surabaya dan Sidoarjo dengan metode Service quality (Servqual). Menurut Dyke *et al.* (1997), servqual adalah suatu peralatan untuk mengukur kualitas dari pelayanan oleh sebuah informasidari penyedia pelayanan. Metode servqual merupakan metode kualitas layanan yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al.* dalam Tjiptono dan Gregorius (2011). Metode ini dapat mengukur kualitas layanan dan dapat digunakan untuk menganalisis penyebab dari permasalahan layanan tersebut.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Tahapan Penelitian

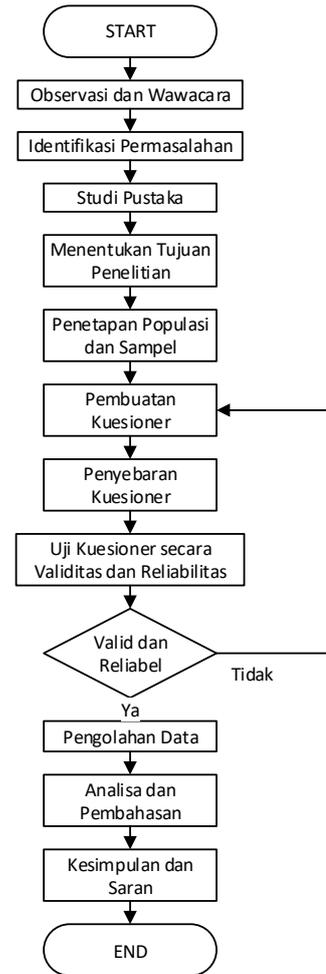
Metode penelitian adalah tata cara bagaimana suatu penelitian akan dilaksanakan. Terdapat beberapa tahap dalam penelitian untuk melakukan analisis kepuasan konsumen dengan metode *service quality*. Tahapan dimulai dengan melakukan observasi dan wawancara hingga membuat kesimpulan dan saran. Tahap-tahap penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.

1. Observasi dan Wawancara

Tahap awal yang dilakukan adalah melakukan observasi dan wawancara. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Wawancara juga dilakukan kepada pihak-pihak terkait untuk memberikan gambaran awal dari permasalahan.

2. Identifikasi Permasalahan

Tahap kedua adalah identifikasi permasalahan. Identifikasi permasalahan berguna untuk mengetahui apa saja permasalahan yang hendak diperbaiki. Tahap ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada beberapa orang mengenai kualitas pelayanan pada restoran cepat saji.



Gambar 1.
Tahapan Penelitian

3. Studi Pustaka

Tahap ketiga adalah melakukan studi pustaka. Studi pustaka dapat berguna untuk mencari metode yang tepat sehingga membantu dalam proses menganalisa akar permasalahan dan dapat memberikan solusi yang tepat untuk diimplementasikan dalam jangka panjang. Studi pustaka dapat dilakukan dengan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

4. Menentukan Tujuan Penelitian

Tahap keempat adalah menentukan tujuan penelitian. Tujuan penelitian yang ditetapkan nantinya akan dihubungkan dengan permasalahan yang ada agar dapat memberikan solusi dari permasalahan tersebut.

5. Penetapan Populasi dan Sampel

Tahap kelima adalah penetapan populasi dan sampel. Penetapan ini berguna untuk menentukan subjek atau objek yang ingin diteliti. Sampel yang ditetapkan berguna sebagai perwakilan dari populasi. Sampel diperlukan jika populasi yang diambil sangat besar,

sehingga penelitian yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi.

6. Pembuatan Kuesioner

Tahap keenam adalah pembuatan kuesioner. Kuesioner berguna untuk mengumpulkan data yang nantinya akan diolah. Permasalahan yang sudah dirumuskan dengan jelas berguna dalam pembuatan kuesioner. Pembuatan kuesioner pada penelitian ini mengacu pada dimensi kualitas dari metode service quality. Kuesioner penelitian ini berisikan pertanyaan mengenai layanan yang akan diteliti.

7. Penyebaran Kuesioner

Tahap ketujuh adalah melakukan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden yang pernah mengunjungi restoran Restoran X di Sidoarjo atau Surabaya.

8. Uji Kuesioner secara Validitas dan Reliabilitas

Tahap kedelapan adalah melakukan uji kuesioner secara validitas dan reliabilitas. Uji validitas berguna untuk menguji apakah instrumen yang dipakai sudah cukup layak untuk digunakan sehingga mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pembuatan kuesioner atau belum. Uji reliabilitas berguna untuk mengetahui konsistensi atau kepercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran. Kuesioner yang dibuat harus valid dan reliable, bila tidak maka harus kembali ke tahap pembuatan kuesioner.

9. Pengolahan Data

Tahap kesembilan adalah pengolahan data. Pengolahan data dilakukan untuk mengetahui permasalahan mana yang perlu untuk dilakukan perbaikan terlebih dahulu, dan nantinya akan dilakukan analisis.

10. Analisis dan Pembahasan

Tahap kesepuluh adalah membuat analisis dan pembahasan. Data yang sudah diambil, diolah, dan dianalisa dapat berguna untuk membuat solusi perbaikan. Usulan dan solusi perbaikan diberikan agar layanan menjadi lebih baik dan kepuasan pelanggan menjadi lebih tinggi.

11. Kesimpulan dan Saran

Tahap akhir yang dilakukan adalah membuat kesimpulan dan saran. Hasil analisa dapat memberi kesimpulan bagaimana solusi perbaikan seharusnya dapat mengurangi permasalahan yang ada. Saran juga akan diberikan agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang ada.

2.2. Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang ditujukan kepada responden. Pada kuesioner ini terbagi menjadi empat bagian. Pertama, penjelasan secara garis besar tujuan dibuatnya kuesioner mengenai

pelayanan restoran cepat saji Restoran X. Kedua, petunjuk pengisian kuesioner. Ketiga, identifikasi persepsi dan harapan konsumen dimana isi yang ada pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pernyataan-pernyataan yang terkait dengan tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *outlet* restoran cepat saji Restoran X.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini merupakan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangible* (bukti fisik). Tabel 1 adalah variabel dan atribut pernyataan kuesioner penelitian.

Untuk pengisian kuesioner, responden diminta memberikan skala nilai terhadap atribut-atribut sesuai dengan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan. Skala yang digunakan yaitu skala *likert* dengan kriteria disajikan pada Tabel 2.

2.3. Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sample Penelitian

2.3.1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggambarkan suatu kejadian berdasarkan data yang diteliti melalui kuesioner yang disebar. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen Restoran X di daerah Surabaya dan Sidoarjo. (Sugiyono, 2010) Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner juga merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tau apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner juga cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang cukup luas.

Hasil dari kuesioner kemudian akan dikumpulkan menjadi data yang digunakan untuk mengetahui *service quality* dari tempat yang diteliti. Sumber data dalam penulisan penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

yaitu data penelitian yang diperoleh sendiri melalui wawancara, observasi, tes, kuesioner, pengukuran fisik, atau percobaan laboratorium. Data yang dimiliki pada penelitian ini adalah data kuesioner. Kuesioner disebar kepada konsumen Restoran X daerah Surabaya dan Sidoarjo dan dicatat berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner tersebut.

Tabel 1.
Variabel dan Atribut Pernyataan Kuesioner

<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Atribut Pernyataan
A1	Daftar menu tertata dengan rapi dan dapat terlihat jelas oleh konsumen
A2	Porsi makanan yang disajikan sesuai dengan standar Restoran X
A3	Suhu di dalam ruangan yang sejuk membuat konsumen nyaman berkunjung ke Restoran X
A4	Kondisi penerangan di dalam restoran yang baik
A5	Restoran X memiliki halaman restoran dan ruangan yang bersih
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Atribut Pernyataan
B1	Karyawan memberikan informasi yang akurat saat menjelaskan kepada konsumen
B2	Karyawan sanggup menanggapi permintaan konsumen dengan cepat
B3	Restoran X menyediakan jasa pesan antar (delivery service) sehingga memudahkan konsumen
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Atribut Pernyataan
C1	Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen
C2	Karyawan memberi pelayanan dengan cepat dan tepat waktu
C3	Karyawan sanggup menanggapi permintaan konsumen dengan cepat
C4	Karyawan bersedia menerima keluhan dari konsumen
<i>Assurance</i> (Jaminan)	Atribut Pernyataan
D1	Karyawan memiliki pengetahuan yang mendukung pekerjaan mereka
D2	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada konsumen
D3	Kebersihan dari produk Restoran X terjaga
D4	Nutrisi makanan dan kesesuaian pesanan membuat konsumen puas
<i>Empathy</i> (Empati)	Atribut Pernyataan
E1	Karyawan memberikan masukan / pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen
E2	Karyawan memahami kebutuhan / keinginan konsumen

Tabel 2.
Skala Penilaian Responden Terhadap Kuesioner

KATEGORI	JAWABAN	BOBOT
Harapan (<i>Expectation</i>)	Sangat Penting (STP)	1
	Tidak Penting (TP)	2
	Cukup Penting (CP)	3
	Penting (P)	4
	Sangat Penting (SP)	5
Persepsi (<i>Perception</i>)	Sangat Tidak Puas (STP)	1
	Tidak Puas (TP)	2
	Cukup Puas (CP)	3
	Puas (P)	4
	Sangat Puas (SP)	5

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua seperti dokumentasi lembaga, biro pusat statistik, rumah sakit, lembaga atau institusi. Yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur dan informasi di luar objek penelitian yang berhubungan dengan penelitian.

2.3.2. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran X daerah Surabaya dan Sidoarjo. Jumlah populasi keseluruhan belum teridentifikasi dengan jelas atau belum diketahui dengan pasti.

2.3.3. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010:174). Pengambilan sampel pada penelitian ini dibutuhkan karena populasi tidak teridentifikasi atau tidak diketahui. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jumlah tertentu berdasarkan prinsip *accidental sampling*. Prinsip *accidental sampling* adalah prosedur sampling yang dilakukan dengan memilih orang atau sumber yang paling mudah dijumpai tetapi masih memiliki kualifikasi dalam pengisian survey. Kuesioner yang disebarluaskan perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner awal pada 25 responden. Setelah hasil pengujian ini maka kuesioner dapat di sebarluaskan ke lebih banyak responden untuk mendapatkan data pengujian.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teori malhotra. Teori malhotra digunakan ketika populasi yang akan diteliti tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah populasi dilakukan dengan mengalikan 4 atau 5 dari jumlah item variabel. Item variabel dalam penelitian ini

sebanyak 18 item yang dapat di klasifikasikan menjadi 5 item variabel *tangibles*, 3 item variabel *reliability*, 4 item variabel *responsiveness*, 4 item variabel *assurance*, dan 2 item variabel *empathy*. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 18 x 5 = 90 sampel.

2.4. Metode Analisis Data

2.4.1. Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tujuan dari pengujian validitas data ini adalah untuk mengetahui keakuratan kuesioner yang disebarkan. Menurut Sugiyono (134:2012) apabila koefisien korelasi *product moment* sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) maka setiap instrumen dinyatakan valid. Pengukuran validitas terhadap variabel dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 17. Ringkasan dari hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas

Dimensi	Atribut	Koef. Validitas		r Tabel	Keterangan	
		TH.	TP.		TH.	TP.
Bukti Fisik	A1	0,541	0,768	0,3	Valid	Valid
	A2	0,844	0,834	0,3	Valid	Valid
	A3	0,706	0,615	0,3	Valid	Valid
	A4	0,737	0,689	0,3	Valid	Valid
	A5	0,789	0,820	0,3	Valid	Valid
Kehandalan	B1	0,666	0,568	0,3	Valid	Valid
	B2	0,593	0,704	0,3	Valid	Valid
	B3	0,823	0,809	0,3	Valid	Valid
Daya Tanggap	C1	0,638	0,548	0,3	Valid	Valid
	C2	0,630	0,772	0,3	Valid	Valid
	C3	0,583	0,630	0,3	Valid	Valid
	C4	0,514	0,719	0,3	Valid	Valid
Jaminan	D1	0,633	0,728	0,3	Valid	Valid
	D2	0,582	0,779	0,3	Valid	Valid
	D3	0,505	0,733	0,3	Valid	Valid
	D4	0,646	0,717	0,3	Valid	Valid
Empati	E1	0,521	0,705	0,3	Valid	Valid
	E2	0,58	0,715	0,3	Valid	Valid

Dimana:
TH = Tingkat Harapan
TP = Tingkat Persepsi

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang-ulang kali. Pengukuran reliabilitas terhadap variabel dilakukan dengan menggunakan teknik *Croncbach's alpha*. Menurut Sekaran dalam Priyatno (2009:172), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah reliabel. Pengukuran reliabilitas terhadap variabel menggunakan bantuan program SPSS 17. Ringkasan dari hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi	Koefisien		Nilai Kritis	Keterangan	
	Harapan	Persepsi		Harapan	Persepsi
A (Bukti Fisik)	0,816	0,743	0,6	Reliabel	Dapat Diterima
B (Kehandalan)	0,700	0,703	0,6	Dapat Diterima	Dapat Diterima
C (Daya Tanggap)	0,702	0,709	0,6	Dapat Diterima	Dapat Diterima
D (Jaminan)	0,804	0,788	0,6	Reliabel	Dapat Diterima
E (Empati)	0,730	0,731	0,6	Dapat Diterima	Dapat Diterima

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Regresi

Analisis regresi linier ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini dilakukan analisis dari pengaruh atribut kepuasan dimensi bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan secara keseluruhan.

Variabel yang berpengaruh terhadap model secara signifikan pada $\alpha=10\%$ adalah A1 (Restoran X memiliki halaman restoran dan ruangan yang bersih), A2 (kondisi penerangan di dalam restoran yang baik), A4 (daftar menu tertata dengan rapi dan dapat terlihat jelas oleh konsumen), A5 (porsi makanan yang disajikan sesuai dengan standar Restoran X), dan B2 (karyawan memberi pelayanan dengan cepat dan tepat waktu). Persamaan regresi linier yang didapat dari hasil pengolahan adalah sebagai berikut.

$$\text{Kepuasan} = 0,532 + 0,0595 A1 + 0,468 A2 + 0,132 A4 + 0,176 A5 + 0,0892 B2$$

Interpretasi dari regresi diatas sebagai berikut.

1. Variabel A1 terhadap variabel Kepuasan
Nilai koefisien untuk variabel A1 adalah sebesar 0,0595. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan A1 satu satuan, maka variabel Kepuasan akan naik sebesar 0,0595 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
2. Variabel A2 terhadap variabel Kepuasan
Nilai koefisien untuk variabel A2 adalah sebesar 0,468. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan A2 satu satuan, maka variabel Kepuasan akan naik sebesar 0,468 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Variabel A4 terhadap variabel Kepuasan
Nilai koefisien untuk variabel A4 adalah sebesar 0,132. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan A4

satu satuan, maka variabel Kepuasan akan naik sebesar 0,132 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. Variabel A5 terhadap variabel Kepuasan
Nilai koefisien untuk variabel A5 adalah sebesar 0,176. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan A5 satu satuan, maka variabel Kepuasan akan naik sebesar 0,176 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
5. Variabel B2 terhadap variabel Kepuasan
Nilai koefisien untuk variabel B2 adalah sebesar 0,0892. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan B2 satu satuan, maka variabel Kepuasan akan naik sebesar 0,0892 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
6. Konstanta (*intercept*) terhadap variabel Kepuasan
Ini berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0), maka nilai variabel terikat (Kepuasan) adalah sebesar 0,532

3.2. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan

Analisis tingkat kepuasan pelanggan digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Restoran X Surabaya-Sidoarjo. Nilai dari tingkat harapan, persepsi, rata-rata harapan dan rata-rata persepsi serta nilai gap setiap atribut dapat dilihat pada Tabel 5, sedangkan untuk nilai rata-rata harapan dan persepsi serta gap setiap dimensi dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 5.
Tingkat Persepsi, Tingkat Harapan dan Gap Setiap Atribut

Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi (X)	Tingkat Harapan (Y)	Rata-rata Tingkat Persepsi	Rata-rata Tingkat Harapan	Gap
Bukti Fisik (A)	A1	666	518	3.44	4.42	-0.98
	A2	707	645	4.28	4.69	-0.41
	A3	660	548	3.63	4.38	-0.75
	A4	723	625	4.14	4.79	-0.65
	A5	685	621	4.12	4.54	-0.42
Kehandalan (B)	B1	670	573	3.8	4.44	-0.64
	B2	673	575	3.81	4.46	-0.65
	B3	719	625	4.14	4.77	-0.63
Daya Tanggap (C)	C1	697	574	3.81	4.62	-0.81
	C2	690	612	4.06	4.57	-0.51
	C3	687	578	3.83	4.55	-0.72
	C4	668	530	3.51	4.43	-0.92
Jaminan (D)	D1	665	595	3.95	4.41	-0.46
	D2	674	602	3.99	4.47	-0.48
	D3	702	620	4.11	4.65	-0.54
	D4	662	579	3.84	4.39	-0.55
Empati (E)	E1	648	648	4.3	4.3	0
	E2	637	487	3.23	4.22	-0.99
Rata-rata		679.62	586.39	3.89	4.51	-0.62

Tabel 6.
Tingkat Persepsi, Tingkat Harapan dan Gap Setiap Dimensi

Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap	Keterangan
Bukti Fisik (A)	3.93	4.57	-0.64	Tidak Puas
Kehandalan (B)	3.92	4.56	-0.64	Tidak Puas
Daya Tanggap (C)	3.81	4.55	-0.74	Tidak Puas
Jaminan (D)	3.98	4.48	-0.5	Tidak Puas
Empati (E)	3.77	4.26	-0.49	Tidak Puas
Rata-rata		4.49	-0.61	Tidak Puas

Analisis nilai kepuasan digunakan untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi dan aspek-aspek dalam setiap dimensi tersebut yang membutuhkan penyempurnaan kualitas. Pada Tabel 5 dan Tabel 6, apabila nilai gap kurang dari nol, maka dikategorikan bahwa pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Apabila diketahui bahwa nilai kepuasan pelanggan memiliki nilai sama dengan nol maka dikategorikan bahwa pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dimensi yang diteliti dalam analisis nilai kepuasan antara lain:

1. Dimensi Bukti Fisik (A), memiliki lima atribut diantaranya daftar menu tertata dengan rapi dan dapat terlihat jelas oleh konsumen (A1), porsi makanan yang disajikan sesuai dengan standar Restoran X (A2), suhu di dalam ruangan yang sejuk membuat konsumen nyaman berkunjung ke Restoran X(A3), kondisi penerangan di dalam restoran yang baik (A4), dan Restoran X memiliki halaman restoran dan ruangan yang bersih (A5).
2. Dimensi Kehandalan (B), memiliki tiga atribut diantaranya Karyawan memberikan informasi yang akurat saat menjelaskan kepada konsumen (B1), Karyawan memberi pelayanan dengan cepat dan tepat waktu (B2), dan Restoran X menyediakan jasa pesan antar (*delivery service*) sehingga memudahkan konsumen (B3).
3. Dimensi Daya Tanggap (C), memiliki empat atribut diantaranya karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen (C1), kepastian waktu penyampaian jasa dinformasikan dengan jelas kepada para konsumen (C2), karyawan sanggup menanggapi permintaan konsumen dengan cepat (C3), dan karyawan bersedia menerima keluhan dari konsumen (C4). Selisih harapan dengan persepsi paling tinggi ada pada dimensi ini, artinya konsumen masih merasa bahwa McDonald's kurang tanggap dalam melayani kebutuhan konsumen.

Tabel 7.
 Nilai Rata-rata Atribut Kualitas Pelayanan pada Restoran X

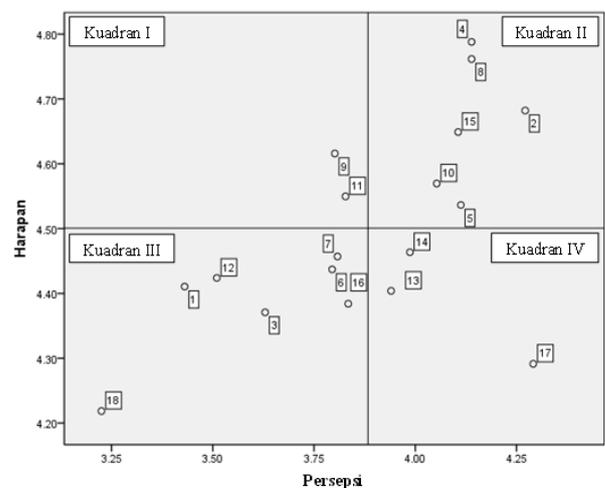
Variabel Kualitas Pelayanan	X	Y	\bar{X}	\bar{Y}
A. Bukti fisik				
A1. Daftar menu tertata dengan rapi dan dapat terlihat jelas oleh konsumen	666	518	3.44	4.42
A2. Porsi makanan yang disajikan sesuai dengan standar McDonald's	707	645	4.28	4.69
A3. Suhu di dalam ruangan yang sejuk membuat konsumen nyaman berkunjung ke McDonald's	660	548	3.63	4.38
A4. Kondisi penerangan di dalam restoran yang baik	723	625	4.14	4.79
A5. McDonald's memiliki halaman restoran dan ruangan yang bersih	685	621	4.12	4.54
B. Kehandalan				
B1. Karyawan memberikan informasi yang akurat saat menjelaskan kepada konsumen	670	573	3.8	4.44
B2. Karyawan memberi pelayanan dengan cepat dan tepat waktu	673	575	3.81	4.46
B3. McDonald's menyediakan jasa pesan antar (delivery service) sehingga memudahkan konsumen	719	625	4.14	4.77
C. Daya Tanggap				
C1. Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen	697	574	3.81	4.62
C2. Kepastian waktu penyampaian jasa dinformasikan dengan jelas kepada para konsumen	690	612	4.06	4.57
C3. Karyawan sanggup menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	687	578	3.83	4.55
C4. Karyawan bersedia menerima keluhan dari konsumen	668	530	3.51	4.43
D. Jaminan				
D1. Karyawan memiliki pengetahuan yang mendukung pekerjaan mereka	665	595	3.95	4.41
D2. Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada konsumen	674	602	3.99	4.47
D3. Kebersihan dari produk McDonald's terjaga	702	620	4.11	4.65
D4. Kualitas makanan dan kesesuaian pesanan membuat konsumen puas	662	579	3.84	4.39
E. Empati				
E1. Karyawan memberikan masukan / pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen	648	648	4.3	4.3
E2. Karyawan memahami kebutuhan / keinginan konsumen	637	487	3.23	4.22
Rata-rata			3.9	4.49

- Dimensi Jaminan (D), memiliki empat atribut diantaranya karyawan memiliki pengetahuan yang mendukung pekerjaan mereka (D1), karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada konsumen (D2), kebersihan dari produk McDonald terjaga (D3), dan kualitas makanan dan kesesuaian pesanan membuat konsumen puas (D4).
- Dimensi Empati (E), memiliki dua atribut diantaranya karyawan memberikan masukan/pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen (E1), dan karyawan memahami kebutuhan/keinginan konsumen (E2).

3.3. Analisis Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius atribut pada tingkat harapan dan tingkat persepsi digunakan untuk mengetahui atribut manakah yang paling penting dan untuk mengetahui kualitas pelayanan berada pada kuadran I, II, III, atau IV. Penyusunan atribut dalam kartesius dapat memberikan gambaran faktor-faktor kualitas pelayanan yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan terhadap pelayanan. Nilai rata-rata dari atribut kualitas

pelayanan Restoran X dapat dilihat pada Tabel 7 dan diinterpretasikan kedalam diagram kartesius (Gambar 2).



Gambar 2.
 Diagram Kartesius

Gambar 2 menggambarkan pemetaan berdasarkan tingkat persepsi dan tingkat harapan yang ada pada Restoran X. Pemetaan ini nantinya akan dianalisa dan berguna untuk dilakukan perbaikan, evaluasi, dan melakukan peningkatan. Interpretasi dari masing-masing kuadran adalah sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting namun pihak produsen masih belum melaksanakan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Hal ini dapat mengecewakan dan tidak memberi kepuasan terhadap konsumen. Atribut yang masuk kedalam kuadran I adalah C1 (karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen) dan atribut C3 (karyawan sanggup menanggapi permintaan konsumen dengan cepat) yang merupakan atribut dari dimensi daya tanggap (C). Ketanggapan karyawan terhadap kebutuhan konsumen dan kecepatan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen dianggap penting bagi konsumen. Konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan mengenai atribut C1 dan C3 karena Restoran X ramai akan pengunjung. Restoran X yang ramai pengunjung akan membuat karyawan menjadi sibuk sehingga tidak dapat memberikan pelayanan dengan optimal. Karyawan menjadi terburu-buru dalam melakukan pekerjaan sehingga memperbesar peluang melakukan kesalahan dalam menanggapi kebutuhan konsumen. Restoran X yang ramai pengunjung juga dapat membuat karyawan menjadi lambat dalam menanggapi permintaan konsumen. Penyebab lain yang dapat menyebabkan pelayanan menjadi lama adalah kasir yang dibuka hanya beberapa. Kurangnya kasir untuk melayani konsumen dapat menyebabkan antrian yang panjang sehingga konsumen menjadi lama untuk dilayani. Dari analisis diatas, perlu dilakukan perbaikan untuk atribut C1 dan C3, sehingga atribut yang terletak di kuadran I dapat bergeser ke kuadran II dan dapat memuaskan konsumen.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Wilayah yang memuat atribut-atribut dianggap penting oleh konsumen dan atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan yang dirasakan konsumen. Atribut yang masuk pada kuadran II adalah atribut A2 (porsi makanan yang disajikan sesuai dengan standar Restoran X), A4 (kondisi penerangan di dalam restoran yang baik), dan A5 (Restoran X memiliki halaman restoran dan ruangan yang bersih) yang merupakan atribut dari dimensi bukti fisik (A). Selain itu, atribut B3 (Restoran X menyediakan jasa pesan antar (*delivery service*)) sehingga memudahkan

konsumen) yang merupakan atribut dari dimensi kehandalan (B), atribut C2 (kepastian waktu penyampaian jasa dinformasikan dengan jelas kepada para konsumen) yang merupakan atribut dari daya tanggap (C), dan atribut D3 (kebersihan dari produk Restoran X terjaga) yang merupakan atribut dari dimensi Jaminan (D). Konsistensi dari porsi makanan dan kebersihan makanan merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan. Restoran X selalu memberikan porsi sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan. Restoran X juga selalu mementingkan kebersihan dalam penyajian makanan. Penerangan dan kondisi ruangan di Restoran X sudah baik dan bersih. Kondisi tempat merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan, karena apabila ruangan kotor dan minim pencahayaan maka konsumen menjadi malas untuk mengunjungi tempat tersebut. Salah satu keunggulan dari Restoran X adalah memiliki jasa pesan antar sehingga memudahkan konsumen. Konsumen yang sibuk dan membutuhkan makanan tidak perlu mengunjungi restoran untuk memesan makanan, tetapi dapat langsung melakukan panggilan jasa pesan antar. Perihal yang harus diperhatikan pihak produsen pada jasa pesan antar adalah waktu penyampaian jasa harus diinformasikan dengan jelas kepada konsumen. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan, karena semua atribut ini menjadikan atribut tersebut unggul di mata konsumen.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerja tidak terlalu istimewa. Atribut yang termasuk kuadran III yaitu atribut A1 (daftar menu tertata dengan rapi dan dapat terlihat jelas oleh konsumen), dan A3 (suhu di dalam ruangan yang sejuk membuat konsumen nyaman berkunjung ke Restoran X) yang merupakan atribut dari dimensi bukti fisik (A). Selain itu, atribut B1 (karyawan memberikan informasi yang akurat saat menjelaskan kepada konsumen, dan B2 (karyawan memberi pelayanan dengan cepat dan tepat waktu) yang merupakan atribut dari dimensi kehandalan (B). Selain itu, atribut C4 (karyawan bersedia menerima keluhan dari konsumen) yang merupakan atribut dari daya tanggap (C). Selain itu, atribut D4 (kualitas makanan dan kesesuaian pesanan membuat konsumen puas) yang merupakan atribut dari dimensi Jaminan (D). Selain itu, atribut E2 (karyawan memahami kebutuhan / keinginan konsumen) yang merupakan atribut dari empati (E). Peningkatan atribut-atribut yang termasuk kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali

karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen kecil.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap tidak penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut yang masuk dalam kuadran IV adalah atribut D1 (karyawan memiliki pengetahuan yang mendukung pekerjaan mereka), dan D2 (karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada konsumen) yang merupakan atribut dari dimensi Jaminan (D). Selain itu, atribut E1 (karyawan memberikan masukan / pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen) yang merupakan atribut dari empati (E). Dalam hal ini mungkin pihak perusahaan perlu mengimbangi tingkat kinerja untuk atribut-atribut yang dianggap berlebihan dengan atribut yang seharusnya menjadi prioritas utama.

3.4 Usulan yang Diberikan

Hasil dari pengujian regresi linear menunjukkan bahwa variabel yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan konsumen adalah A1 (Restoran X memiliki halaman restoran dan ruangan yang bersih), A2 (kondisi penerangan di dalam restoran yang baik), A4 (daftar menu tertata dengan rapi dan dapat terlihat jelas oleh konsumen), A5 (porsi makanan yang disajikan sesuai dengan standar Restoran X), dan B2 (karyawan memberi pelayanan dengan cepat dan tepat waktu). Hal ini menunjukkan bahwa kelima variabel ini sangat diperlukan oleh konsumen Restoran X. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka manajemen Restoran X disarankan untuk memerhatikan variabel ini dengan lebih baik, tetapi bukan berarti hanya memenuhi kelima variabel ini saja karena variabel kepuasan lainnya juga memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepuasan service yang diberikan Restoran X.

Nilai *servqual* (gap) keseluruhan hampir semua bernilai negatif maka hipotesanya adalah adanya gap yang cukup signifikan antara persepsi dan harapan. Untuk meningkatkan kepuasan konsumennya pihak Restoran X dapat mengurangi gap dengan meningkatkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Restoran X.

Pengujian juga dilakukan dengan melihat hubungan antara kepentingan dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Restoran X dengan menggunakan diagram kartesius. Hasil dari pengujian pada Gambar 2 menunjukkan bahwa variabel C1 (karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen) dan C3 (karyawan sanggup menanggapi permintaan konsumen dengan cepat) dianggap sangat penting oleh konsumen tetapi masih belum bisa memenuhi ekspektasi konsumen, sehingga

konsumen masih kurang puas dengan pelayanan tersebut. Ekspektasi konsumen tidak sesuai dikarenakan pelayanan pada variabel tersebut tidak sesuai harapannya. Kedua dari variabel ini merupakan bagian dari item variabel daya tanggap yang artinya karyawan restoran masih kurang dalam bagian tersebut. Saran yang diberikan untuk pihak Restoran X adalah untuk melatih kembali karyawan mereka pada bagian khususnya tanggap terhadap kebutuhan konsumen dan kecepatan dalam menanggapi permintaan konsumen, sehingga ekspektasi konsumen terhadap pelayanan sesuai dengan yang diharapkan. Peningkatan kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap restoran yang dituju, sehingga bagi restoran yang ingin terus menjaga jumlah konsumennya sangat disarankan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar sesuai dengan harapan mereka terhadap restoran.

4. KESIMPULAN

Dari uraian dan pembahasan analisa, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil pengolahan data dengan menggunakan regresi menunjukkan bahwa terdapat lima variabel yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel yang mempengaruhi secara signifikan adalah variabel A1 (Restoran X memiliki halaman restoran dan ruangan yang bersih), A2 (kondisi penerangan di dalam restoran yang baik), A4 (daftar menu tertata dengan rapi dan dapat terlihat jelas oleh konsumen), A5 (porsi makanan yang disajikan sesuai dengan standar Restoran X), dan B2 (karyawan memberi pelayanan dengan cepat dan tepat waktu).
2. Berdasarkan hasil pengolahan validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa kuesioner yang diberikan kepada konsumen Restoran X akurat dan konsisten
3. Hasil tingkat kepuasan pelanggan jika dilihat dari gap harapan dan persepsi memiliki hasil nilai yang semua negatif kecuali E1 (karyawan memberikan masukan/pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak harapan dari konsumen yang belum sesuai dengan keinginan mereka sehingga bagi pihak restoran yang ingin meningkatkan kepuasan konsumennya harus mengecilkan gap ini sehingga gap antara harapan dan persepsi dapat mendekati nol.
4. Nilai gap tertinggi yaitu daya tanggap karyawan yang memiliki gap perbedaan sebesar 0.74. Hasil ini menunjukkan bahwa daya tanggap karyawan masih kurang dan variabel ini yang paling tidak memenuhi kriteria harapan dari pelanggan. Karyawan cenderung kurang cepat dan tanggap dalam memenuhi permintaan dari konsumen Restoran X. Gap perbedaan terendah ada pada variabel empati yaitu sebesar 0.49 yang

- artinya karyawan sudah cukup mengerti dan memahami kebutuhan konsumen.
5. Karena nilai *servqual* (gap) keseluruhan hampir semua bernilai negatif maka hipotesanya adalah adanya gap yang cukup signifikan antara persepsi dan harapan.
 6. Hasil dari diagram kartesius menunjukkan bahwa variabel C1 dan C3 merupakan kriteria penting tetapi masih belum bisa dipenuhi oleh Restoran X sehingga konsumen masih belum merasa puas pada pelayanan restoran tersebut.

5. DAFTAR PUSTAKA

1. Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
2. Dresner, M. & Kefeng, X. (1995). Customer Service, Customer Satisfaction, and Corporate Performance. *Journal of Business Logistics*.
3. Dyke, T. P. V., Kappelman, L. A., dan Prybutok, V. R. (1997). Measuring Information Systems Service Quality : Concern on the use of the servqual questionnaire. *MIS Quarterly*, 21: 195-208.
4. Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
5. Karna, S. (2004). Analyzing Customer Satisfaction and Quality in Construction-the case of public and private construction. *Nordic Journal of Surveying and Real Estate Research, Special Series*, 2.
6. Priyatno, D. (2009). *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
7. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
8. Tjiptono, & Gregorius. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. ed 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.