

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASANKONSUMEN PADA RUMAH MAKAN WARUNG CANG KUNING DI KABUPATEN GOWA

Andi Fajar Karim M
1593141048

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Makassar
andiattoatto@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Warung Cang Kuning di Kabupaten Gowa. Populasi dalam Penelitian ini adalah konsumen rumah makan Warung Cang Kuning. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi, kuesioner dan kajian pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* v.21.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to know Service Quality can affect Consumer Satisfaction on Rumah Makan Warung Cang Kuning in Gowa District. Population in this study is the consumer Rumah Makan Warung Cang Kuning. The number of sample used is 30 people. The data was collected by documentary method, questionnaires, and libraries study. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using Statistical Product and Service Solution (SPSS) v.21.

Keywords : Service Quality and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi

situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam

memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor penting untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen, salah satunya adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas dan jasa yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan

harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pemakaian secara berulang-ulang.

Pada industri atau bisnis yang berorientasi pada konsumen, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor penting bagi eksistensi perusahaan atau industri tersebut dalam terlibat di industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya konsumen akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang dapat memberikan pelayanan yang lebih memuaskan bagi konsumennya.

Warung Cang Kuning merupakan rumah makan yang berdiri sejak 2015 yang berlokasi di Jl. Sultan Hasanuddin Kabupaten Gowa. Warung Cang Kuning merupakan salah satu rumah makan yang dikelola oleh CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM) yang menawarkan makanan rumahan yang variatif. Menu-menu rumahan favorit seperti ayam goreng, ayam bakar rica, ikan goreng, ikan bakar rica, serta olahan seafood lainnya seperti kepiting, cumi, dan udang serta nasi goreng dan olahan mie. Olahan ikan yang ditawarkan juga bervariasi seperti bandeng/bolu, baronang, kakap, lamuru, sunu, dsb. Warung Cang Kuning juga menawarkan menu sayuran rumahan seperti sayur asam, cah kangkung, capcay, dsb. Harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau, sebut saja ayam bakar rica yang merupakan menu yang

paling banyak diminati hanya Rp.13.000 dan olahan ayam lainnya berkisar Rp.12.000 – Rp.14.000. Sedangkan olahan ikan dan seafood berkisar antara Rp.12.000 - Rp.120.000. Lokasi yang dekat dari perbatasan Kabupaten Gowa dan Kota Makassar membuat rumah makan ini mudah dijangkau oleh konsumen yang berada di Kabupaten Gowa maupun yang berada di Kota Makassar.

Berikut data jumlah konsumen rumah makan Warung Cang Kuning tahun 2015-2018:

Tabel 1
Total Penjualan Warung Cang Kuning Tahun 2015 - 2018

Tahun	Penjualan (Rupiah)	Persentase (%)
2015	6.792.289.000	
2016	6.863.185.000	1,04 %
2017	6.937.754.000	1,09 %
2018	7.023.614.000	1,24 %

Sumber: Warung Cang Kuning Gowa (2019)

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam kurun waktu 4 tahun terakhir ini rumah makan Warung Cang Kuning Gowa mengalami pertumbuhan jumlah penjualan yang signifikan. Pertumbuhan penjualan ini dikarenakan jumlah konsumen yang diperkirakan terus meningkat selama 4 tahun terakhir ini, dan juga pada tahun 2018 harga yang ditawarkan mengalami perubahan yang disebabkan karena beberapa bahan dapur yang mengalami kenaikan harga. Walaupun harga yang ditawarkan mengalami perubahan namun penjualan dari rumah makan Warung Cang Kuning tidak mengalami penurunan bahkan meningkat, dari data ini bisa dikatakan bahwa rumah makan Warung Cang Kuning mampu menjaga dan melayani konsumennya baik konsumen lama maupun konsumen baru.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan rumah makan Warung Cang Kuning Gowa cukup memuaskan. Hal ini bisa dilihat dari data di atas yang menunjukkan bahwa penjualan pada 4 tahun terakhir pada rumah makan Warung Cang Kuning Gowa mengalami peningkatan.

Dalam perkembangannya, rumah makan Warung Cang Kuning menerima kritik maupun masukan dari pihak konsumen. Salah satu bentuknya yaitu keluhan, keluhan selain sebagai masukan juga menjadi alat evaluasi bagi perusahaan agar dapat melayani konsumennya lebih baik. Berikut keluhan konsumen dan solusi yang diberikan oleh Warung Cang Kuning.

Tabel 2
Keluhan Konsumen Warung Cang Kuning Gowa

No.	Keluhan	Solusi
1	Rasa makanan yang tidak konsisten	Meningkatkan <i>quality control</i> pada setiap pesanan yang diberikan ke konsumen
2	Suasana rumah makan panas	Menambah unit kipas angin
3	Kipas angin yang tidak berfungsi	Mengganti kipas angin yang tidak berfungsi

Sumber: Warung Cang Kuning Gowa (2019)

Dari data-data di atas bisa dikatakan bahwa walaupun banyak keluhan yang diterima oleh pihak rumah makan Warung Cang Kuning namun jumlah penjualan yang diterima tetap meningkat. Hal ini menandakan ada faktor-faktor yang membuat konsumen rumah makan Warung Cang Kuning tetap melakukan pembelian. Hal ini membuat penulis tertarik meneliti fenomena tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.(Daryanto, 2013:1)

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Nasution dkk (2018:178) bahwa: kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa konsumen yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan amat puas atau senang.(Kotler dan Keller 2018:177)

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kuesioner merupakan alat riset atau survey yang terdiri atas serangkaian pertanyaan/ Pernyataan tertulis yang bersifat tertutup atau terbuka yang bertujuan untuk mendapatkan tanggapan/jawaban dari seseorang atau sekelompok orang yang diteliti. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data-data dari konsumen sebagai responden mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan.

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data atau informasi melalui dokumen yang meliputi catatan-catatan, laporan, ataupun peraturan-peraturan serta foto-foto dan dokumen-dokumen perusahaan yang mempunyai kaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Dokumentasi dilakukan untuk menunjang data-data yang diperoleh.

Penelitian pustaka (*library research*) merupakan metode penelitian dengan membaca berbagai bahan kepustakaan dan literatur serta karya ilmiah yang berkaitan dengan pembahasan ataupun permasalahan yang akan diteliti. Penelitian pustaka dilakukan guna memberikan landasan ilmiah mengenai teori-teori yang dipaparkan dalam penelitian.

Metode Analisis Data

Untuk menganalisa masalah lebih lanjut, berdasarkan hipotesis yang dikemukakan, metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Analisis deskriptif, yaitu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum yang meliputi analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur, pekerjaan dan jumlah kunjungan.

Analisis kuantitatif, yaitu alat analisis berupa regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen (variabel terikat)

a = Konstanta

b = Koefisien

- X₁= Kehandalan
- X₂= Daya Tanggap
- X₃= Jaminan
- X₄= Empati
- X₅= Bukti fisik
- e = Batas toleransi kesalahan

HASIL PENELITIAN
Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, diperoleh data mengenai identitas responden yang dalam beberapa karakteristik, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan jumlah kunjungan.

Tabel 3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Pria	9	30
2	Wanita	21	70
	Jumlah	30	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner (2020)

Tabel 4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	16-25	14	47
2	26-35	10	34
3	36-45	4	13
4	45-54	1	3
5	di atas 55	1	3
	Jumlah	30	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner (2020)

Tabel 5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	PNS	6	20
2	Swasta	9	30
3	Mahasiswa	6	20
4	Pelajar	2	7
5	Wirausaha	7	23
	Jumlah	30	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner (2020)

Tabel 5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

No	Jumlah Kunjungan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	1 kali	5	17
2	2 kali	6	20
3	Lebih 2 kali	19	63
	Jumlah	30	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner (2020)

Analisis Kuantitatif

Regresi linear berganda adalah regresi di mana variabel terikat dijelaskan dari satu variabel bebas, namun masih menunjukkan hubungan yang linear. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.331	2.146

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.556	8.108		.315	.755
	TOTAL_X1	-.057	.276	-.035	-.205	.839
	TOTAL_X2	-.169	.200	-.138	-.847	.406
	TOTAL_X3	.425	.298	.311	1.427	.166
	TOTAL_X4	.780	.210	.644	3.719	.001
	TOTAL_X5	-.164	.232	-.155	-.705	.487

a. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.981	5	17.796	3.865	.010 ^b
	Residual	110.519	24	4.605		
	Total	199.500	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X1, X3

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya menjelaskan bahwa pada Uji F, secara simultan seluruh variabel X (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Hal ini sesuai dengan teori Tjiptono (2005) bahwa kualitas dan pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Penelitian ini juga menjelaskan jika kualitas pelayanan yang diberikan rumah makan Warung Cang Kuning semakin baik maka kepuasan konsumen akan semakin baik pula.

Perusahaan/usaha yang bergerak di bidang kuliner harus memperhatikan kepuasan pelanggannya karena kepuasan konsumen merupakan tolak ukur bagi perusahaan untuk mengetahui baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumennya. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus memberikan kualitas dan pelayanan yang baik bagi konsumen sehingga konsumen merasa puas. Dengan terbentuknya kepuasan, maka pelanggan akan terus-menerus melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini merupakan suatu jaminan bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Kemudian hasil Uji T menjelaskan bahwa, variabel X₁ (kehandalan) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dari dimensi kehandalan tidak begitu mempengaruhi kepuasan konsumen pada rumah makan Warung Cang Kuning.

Hasil Uji T untuk variabel X₂ (daya tanggap) menjelaskan bahwa, variabel X₂ (daya tanggap) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Hal ini menjelaskan bahwa daya tanggap yang diberikan oleh rumah makan Warung Cang Kuning tidak begitu mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen rumah makan Warung Cang Kuning.

Hasil Uji T untuk variabel X₃ (jaminan) menjelaskan bahwa, variabel X₃ (jaminan) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Hal ini berarti dimensi jaminan tidak begitu mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen rumah makan Warung Cang Kuning.

Hasil Uji T untuk variabel X_4 (empati) menjelaskan bahwa, variabel X_4 (empati) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Penilaian konsumen terhadap variabel empati dari rumah makan Warung Cang Kuning berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri dan menjadi variabel satu-satunya yang berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini. Hal ini menjelaskan bahwa konsumen rumah makan Warung Cang Kuning akan merasa senang dan puas jika mereka lebih diperhatikan.

Hasil Uji T untuk variabel X_5 (bukti fisik) menjelaskan bahwa, variabel X_5 (bukti fisik) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Penilaian konsumen terhadap variabel bukti fisik dari rumah makan Warung Cang Kuning tidak berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan Uji F (simultan) variabel Kualitas Pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Warung Cang Kuning.

Berdasarkan Uji T (parsial) variabel, variabel X_1 (kehandalan), X_2 (daya tanggap), X_3 (jaminan) dan X_5 (bukti fisik) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Warung Cang Kuning, dan variabel X_4 (empati) satu-

satunya yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 44,6%, berarti variabel bebas (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) sebesar 44,6%. Sedangkan sisanya sebesar 55,4%, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan atau tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran penulis terhadap rumah makan Warung Cang Kuning adalah :

Variabel dari dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, maka disarankan agar rumah makan Warung Cang Kuning mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah dilakukan. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang tepat sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen diantaranya menyajikan makanan dengan cepat dan segera serta menyediakan tempat parkir yang memadai.

Variabel empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka dari itu disarankan agar rumah makan Warung Cang Kuning mempertahankan dan meningkatkan empati lebih pada setiap konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memberi rasa peduli dan perhatian pada setiap konsumen, salah satu contohnya seperti cepat dan sigap mendengarkan keluhan maupun saran dari konsumen.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) variabel Kualitas Pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati

dan bukti fisik) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 44,6%, maka dari itu disarankan agar rumah makan Warung Cang Kuning tetap memperhatikan variabel Kualitas Pelayanan walaupun pengaruhnya terbilang rendah dengan cara tetap memberikan dan menyediakan pelayanan yang baik

DAFTAR PUSTAKA

Daryanto, 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Kotler dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Alih Bahasa Benyamin Molan. Indeks: Jakarta.

Nasution, Herlinadkk. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Customers serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Maskapai PT. Lion Air Jakarta)*. Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen, Vol 3, No 2: 175-191. ekobisman-pascaunivpancasila.ac.id/index.php/jeco/article/download/134/65. (Diunduh, 5 Agustus 2019).

Tjiptono, Fandy. 2005. *Service Quality and Satisfaction*. Andi: Yogyakarta.