

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION  
(STUDY ON RESTAURANTS AND RESTAURANTS IN KARO DISTRICT)***

**Sri Rosliana Lubis<sup>1</sup>**

**<sup>1</sup>Politeknik Pariwisata Medan**

***Correspondence : Sri Rosliana Lubis, Politeknik Pariwisata Medan***

***Email : srirosliana@poltekparmedan.ac.id***

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of service quality (physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy) on customer satisfaction at restaurants and restaurants in Karo Regency. The analytical method used in this research is descriptive statistical analysis and linear regression analysis. The results showed that physical evidence (X1) had a positive and significant effect on customer satisfaction. Reliability (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction. responsiveness (X3) has no significant effect on customer satisfaction. Assurance (X4) has a positive and significant effect on customer satisfaction. and Empathy (X5) has no significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords : service, consumer satisfaction***

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA RESTORAN DAN RUMAH MAKAN YANG ADA DI KABUPATEN  
KARO)**

**ASBTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan di Kabupaten karo. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kehandalan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. ketanggapan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. dan Empati (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci : pelayanan, kepuasan konsumen**

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas layanan. Secara khusus, penelitian ini membahas tentang kepuasan pelanggan restoran dan rumah makan. Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi.

Menurut Morgan dan Murgatroyd, kualitas adalah bentuk- bentuk istimewa. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus-menerus. Sehingga terjadi perubahan cara berpikir, termasuk dalam pemasaran dimana yang awalnya pemasaran berwawasan transaksi (*transactional marketing*) berubah menjadi pemasaran berwawasan hubungan (*relationship marketing*). Dimana sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah rumah makan dan restoran, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru. Di samping sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan utama yaitu makan dan minum, restoran dan rumah makan juga digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, rapat kerja,

bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan dan bahkan menjadi salah satu tempat untuk melakukan *prospecting business* antar eksekutif perusahaan. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau di konsumsi pasar (baik pasar konsumen akhir maupun pasar industrial) sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dari uraian definisi di atas dapat diketahui bahwa produk bukan hanya sesuatu yang berwujud (*tangible*) seperti makanan, pakaian, buku dan sebagainya, akan tetapi produk juga merupakan sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*) seperti pelayanan jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Pembelian yang berulang-ulang pada satu merek atau produk pada perusahaan yang sama dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut mempunyai loyalitas terhadap merek atau perusahaan tersebut.

## KERANGKA KONSEP

### Definisi Pelayanan

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) atau jasa. Menurut AS. Moenir, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung (Moenir, 2008). Kebutuhan-kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, kebutuhan sosial, dan kebutuhan psikologis (Sulastiyono, 2002). (Sugiarto, 1996) menyatakan pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Perilaku pelayanan karyawan adalah tindakan individu (karyawan) untuk memenuhi kebutuhan orang lain (tamu atau konsumen). Pelayanan optimal akan memberikan kepuasan kepada orang lain tersebut.

### Kepuasan

Kata kepuasan (satisfactions) berasal dari kata “ Statis “ (artinya cukup baik, memadai), dan “ Facio “ (melakukan atau membuat), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gem bira, menurut Kotler yang dikutip kembali oleh (Tjiptono, 2007) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang

ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

### Restoran dan Rumah Makan

Restoran merupakan salah satu jenis usaha dibidang jasa pangan yang bertempat disebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum. Pengusahaan restoran meliputi jasa pelayanan makan dan minum kepada tamu restoran sebagai usaha pokok dan jasa hiburan didalam bangunan restoran sebagai usaha penunjang yang tidak terpisahkan dari usaha pokok sesuai dengan ketentuan dan persyaratan teknis yang ditetapkan.

## METODOLOGI

### Jenis Penelitian

Metode penelitian atau metode ilmiah adalah prosedur atau langkah-langka dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu. Metode penelitian merupakan cara sistematis untuk menyusun ilmu pengetahuan. Sedangkan teknik penelitian adalah cara untuk melaksanakan metode penelitian (Suryana, 2015).

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian adalah metode kuantitatif, dimana menurut (Sugiyono, 2013) metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi dari pengukurannya. Uji validitas dengan menggunakan program SPSS for Windows

Versi 24.0, yaitu dengan melihat nilai kisaran *corrected item total correlation*.

Berikut disajikan hasil olahan data mengenai uji validitas dari setiap variabel pada penelitian ini.

**Tabel Hasil Uji Validitas**

Variabel	Kode	Kisaran <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Standar Nilai	Ket.
Bukti Fisik/Tangibles	X1.1	0,513	0,30	Valid
	X1.2	0,627	0,30	Valid
	X1.3	0,591	0,30	Valid
	X1.4	0,377	0,30	Valid
Kehandalan/Reliability	X2.1	0,320	0,30	Valid
	X2.2	0,770	0,30	Valid
	X2.3	0,301	0,30	Valid
	X2.4	0,770	0,30	Valid
Ketanggapan/ Responsiveness	X3.1	0,453	0,30	Valid
	X3.2	0,467	0,30	Valid
	X3.3	0,454	0,30	Valid
	X3.4	0,707	0,30	Valid
Jaminan/Assurance	X4.1	0,789	0,30	Valid
	X4.2	0,655	0,30	Valid
	X4.3	0,674	0,30	Valid
	X4.4	0,603	0,30	Valid
Empati/Emphaty	X5.1	0,760	0,30	Valid
	X5.2	0,937	0,30	Valid
	X5.3	0,937	0,30	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,619	0,30	Valid
	Y2	0,469	0,30	Valid
	Y3	0,714	0,30	Valid
	Y4	0,647	0,30	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 yakni hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator dari variabel tersebut memiliki nilai korelasi diatas 0,30. Dengan demikian semua indikator adalah Valid.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji realibilitas ini digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan

dalam hal ini kuesioner menunjukkan konsistensi di dalam mengukur gejala yang sama. Variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alphadi* atas 0,6 atau lebih. Menurut Ghazali (2009:41) bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

**Tabel Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel Penelitian	Jumlah Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	rstanda r	Keputusan
Bukti Fisik/Tangibles	4	0,729	0,60	Reliabel
Kehandalan/Reliability	4	0,728	0,60	Reliabel
Ketanggapan/Responsiveness	4	0,637	0,60	Reliabel
Jaminan/Assurance	4	0,842	0,60	Reliabel
Empati/Ephaty	3	0,940	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	4	0,795	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Bedasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa Bukti Fisiik (*Tangibles*), Kehandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*) terhadapn kepuasan pelanggan, dimana semua item pertanyaannya memiliki nilai *cronbach's alpha* diatas dari 0,60, sehingga semua item pertanyaan dapat dinyatakan reliabel.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji regresi linear berganda ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Adapun hasil olahan data dengan menggunakan SPSS versi 24.0 dapat dilihat pada table berikut ini:

**Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,540	1,146		-1,343	0,182
	X1	0,402	0,101	0,350	3,987	0,000
	X2	0,232	0,088	0,207	2,640	0,010
	X3	0,166	0,088	0,146	1,882	0,063
	X4	0,194	0,083	0,194	2,346	0,021
	X5	0,129	0,110	0,108	1,175	0,243

Sumber: Hasil pengolahan data spss, 2022.

Berdasarkan hasil olahan dara regresi diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,540 + 0,402X_1 + 0,232X_2 + 0,166X_3 + 0,194X_4 + 0,129X_5$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Nilai  $b_0 = -1,540$  yang menunjukkan nilai konstanta, Angka tersebut menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh oleh perusahaan bila dimensi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati diabaikan. Artinya ketika kelima dimensi diabaikan maka variabel kepuasan pelanggan bernilai negatif.

Nilai  $X_1 = 0,402$  yang berarti Bukti Fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Takan Juo akan meningkat sebesar 0,402 satuan, dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap.

Nilai  $X_2 = 0,232$  yang berarti Kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada akan meningkat sebesar 0,232 satuan, dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap.

Nilai  $X_3 = 0,166$  yang berarti Ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Restoran/Rumah Makan yang ada di Kabupetan Karo akan meningkat sebesar

0,166 satuan, dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap.

Nilai  $X_4 = 0,194$  yang berarti Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Restoran/Rumah Makan di Kabupetan Karo akan meningkat sebesar 0,194 satuan, dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap.

Nilai  $X_5 = 0,129$  yang berarti Bukti Fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Restoran/Rumah yang ada di Kabupaten Karo akan meningkat sebesar 0,129 satuan, dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap.

Dari hasil koefisien regresi diatas, maka dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah Bukti Fisik/*Tangibles*. Hal ini menunjukkan bahwa, Bukti Fisik adalah hal yang perlu diperhatikan oleh pengelola Restoran dan Rumah Makan untuk meningkatkankepuasan pelanggan.

**Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara Kualitas Pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil olahandata mengenai koefisien determinasi.

**Tabel Hasil Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,853 <sup>a</sup>	,727	,712	1,52819

Sumber: Data Primer diolah, 2022.

Hasil analisis *model summary* di atas, menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pelanggan

diperoleh nilai  $R = 0,853$ , hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) mempunyai

hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian nilai  $R\ square = 0,727$  yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) sebesar 72,7 %, sedangkan sisanya sebesar 0,237

atau 23,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan kesesuaian data dengan model yang diterapkan dalam penelitian ini. Hasil perhitungan Uji F ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel Uji Simultan (Uji F)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	584,436	5	116,887	50,051	,000 <sup>b</sup>
	Residual	219,524	94	2,335		
	Total	803,960	99			

Sumber: Data Primer diolah, 2022.

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan Kabupaten Karo, yaitu dibuktikan dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ .

### Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing – masing atau secara parsial variabel independen *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Reponsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Emphaty* (X5)) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

**Tabel Hasil Perhitungan Uji Parsial (Uji T)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,540	1,146		-1,343	0,182
	X1	0,402	0,101	0,350	3,987	0,000
	X2	0,232	0,088	0,207	2,640	0,010
	X3	0,166	0,088	0,146	1,882	0,063
	X4	0,194	0,083	0,194	2,346	0,021
	X5	0,129	0,110	0,108	1,175	0,243

Sumber: Data Primer diolah, 2022.

Berdasarkan hasil pengujian parsial mengenai pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel

dependen, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bukti Fisik/*Tangibles*

Dari hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan di Kabupaten Karo.

#### 2. Keandalan/*Reliability*

Dari hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,010 < 0,05$ . Hal ini berarti keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan di Kabupaten Karo.

#### 3. Ketanggapan/*Responsiveness*

Dari hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,063 < 0,05$ . Hal ini berarti ketanggapan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan Kabupaten Karo.

#### 4. Jaminan/*Assurance*

Dari hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,021 < 0,05$ . Hal ini berarti variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan Kabupaten Karo.

#### 5. Empati/*Empathy*

Dari hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,243 > 0,05$ . Hal ini berarti variabel empati berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan Kabupaten Karo.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### Pengaruh Bukti Fisik/*Tangibles* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bukti Fisik/*Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig. Sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik seperti

kenyamanan, peralatan yang modern serta kondisi lingkungan mampu dari penyedia jasa akan menentukan kepuasan konsumen. Menurut Viona Apriliya (2013) nilai yang signifikan menunjukkan peningkatan dan penurunan bukti fisik akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, menyatakan bukti fisik/*tangibles* merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paramarta (2008) yang menyatakan bahwa bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Hardiyati (2010) dalam penelitiannya menjelaskan tampilan fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### Pengaruh Keandalan/*Reliability* terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keandalan/*Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig. Sebesar  $0,010 < 0,05$ . Nilai signifikan ini berarti apabila terjadi peningkatan keandalan makan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan/*reliability* seperti ketepatan, keramahan karyawan, jam kerja tepat waktu dan perlakuan yang baik dari karyawan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Nilai beta positif dari keandalan sebesar 0,232 menunjukkan semakin baik keandalan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka akan diikuti dengan semakin baiknya peningkatan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini diperkuat oleh Hardiyati (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lauw dan

Kunto (2013) juga mengemukakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **Pengaruh Ketanggapan/*Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ketanggapan/*Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig. Sebesar  $0,063 > 0,05$ . Nilai yang tidak signifikan menunjukkan bahwa ketanggapan tidak mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan Kabupaten Karo. Dan nilai beta positif dari ketanggapan sebesar 0,166 menunjukkan semakin baik daya tanggap dari penyedia jasa, maka akan mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Paramarta (2008) sesuai dengan penelitian ini, Paramarta menyatakan bahwa daya tanggap tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **Pengaruh Jaminan/*Assurance* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan/*assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig. Sebesar  $0,021 < 0,05$ . Nilai yang signifikan menunjukkan bahwa jaminan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dan nilai positif dari ketanggapan sebesar 0,194 menunjukkan semakin baik jaminan yang diberikan penyedia jasa, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009) jaminan berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan pada pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Triswandari (2007) yang menjelaskan jaminan/*Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal yang sama dikemukakan oleh Hardiyati (2010) bahwa jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **Pengaruh Empati/*Empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian ini menemukan bahwa Empati/*Empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig. Sebesar  $0,243 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa empati/*emphaty* tidak mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Restoran dan Rumah Makan Kabupaten Karo. Sedangkan, nilai beta positif sebesar 0,129, menunjukkan semakin tinggi empati yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman, *et al* (2000, dalam wayan, 2008) menjelaskan empati merupakan kepedulian, perusahaan memberikan perhatian yang berbeda kepada pelanggannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh paramarta (2008) yang menyatakan empati tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga di buktikan oleh Viona Apriliya (2013) pada penelitiannya yang menyatakan bahwa empati tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan mengenai pengaruh kualitas pelayanan (Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati), maka kesimpulan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*), Kehandalan (*Reliability*) dan jaminan

(*Assurance*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pada variabel Ketanggapan (*Responsiveness*) dan Empati (*Emphaty*) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Variabel Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis menyarankan sebagai berikut :

1. Disarankan pada pengelola Restoran dan Rumah Makan Kabupaten Karo untuk mempertahankan kualitas pelayanan pada rumah makan tersebut. Khususnya mengenai bukti fisik, kehandalan dan jaminan, karena ketiga variabel tersebut merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan dalam kaitannya dengan ketanggapan dan empati, pihak pengelola rumah makan harus lebih meningkatkan kedua variabel tersebut, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Pengelola Restoran dan Rumah Makan Kabupaten Karo sebaiknya berusaha untuk mempertahankan kinerja dalam kaitannya dengan bukti fisik serta memperhatikan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Moenir, A. S. (2008). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*.
- Sugiarto, E. (1996). *Hotel Front Office Administ. Endar Sugiarto*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian*

*pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

Sulastiyono, A. (2002). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel, Edisi pertama, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta*.

Suryana, Y. (2015). *Metode penelitian manajemen pendidikan*.

Tjiptono, F. (2007). *Service, quality satisfaction*.

