

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN
MBAK DAENG ALAUDDIN
MAKASSAR**

SKRIPSI

Oleh
LILIS ROSANTI
105721129416



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2020**



**FAKULTAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar"

Nama Mahasiswa : Lilis Rosanti

No. Stambuk/NIM : 105721129416

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 31 oktober 2020 difakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Makassar.

Makassar, 31 Oktober 2020

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Andi Mappatempo, S.E., M.M
NIDN : 0921037201

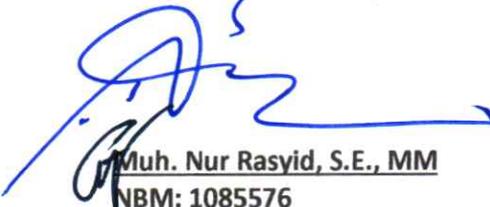

Syarthini Indrayani, S.E., M.SI
NIDN : 0901107605

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen


Ismail Rasulong, SE, MM
NBM: 903078


Muh. Nur Rasyid, S.E., MM
NBM: 1085576



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl.Sultan Alauddin No. 259 Gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas nama LILIS ROSANTI , NIM 105721129416, Diterima dan disahkan oleh panitia ujian Skripsi berdasarkan surat keputusan rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor :0012/sk-Y/61201/091004/2020 M.14 rabiul awal 1442 H/ 31 Oktober 2020 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **sarjana manajemen** pada jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Makassar.

Makassar 14 Rabiul awal 1442 H
31 Oktober 2020 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas umum: Prof.Dr.,Ambo Asse.M,Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua :Ismail rasulong., SE,MM
(Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)
3. Sekretaris :Dr. Agus Salim HR.,SE,MM
(WD I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Drs. Asdi., MM
2. Dr. Buyung Romadhoni, SE.M.Si
3. Dr. Muryani Arsal., SE,MM
4. Basri Basir,. SE.M.Ak.,C.bc

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong.,SE,MM
NBM:903078

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Lilis Rosanti

NIM :105721129416

Jurusan :Manajemen

Dengan Judul :Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang penulis ajukan didepan tim penguji adalah Asli hasil karya sendiri bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan tidak benar.

Makassar, 31 Oktober 2020

Yang membuat pernyataan



Lilis Rosanti
LILIS ROSANTI

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua Program Studi Manajemen

Muh. Nur Rasyid
Muh. Nur Rasyid SE.MM
NBM:108 5576

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakalah penulis skripsi penelitian yang berjudul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MBAK DAENG ALAUDDIN MAKASSAR."** Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua penulis bapak Juni dan ibu Suniati yang senantiasa memeberikan harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan do'a tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat sehingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan, yang telah diberikan demikeberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak di sampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H.Ambo Asse, M.Ag. Rektor universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong, S.E.,M.M Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas muhammadiyah Makassar
3. Bapak Nur Rasyid, S.E.,M.M., Selaku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas muhammadiyah Makassar
4. Bapak Dr. Andi Mappatempo, S.E.,M.M., selaku pembimbing I Yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis , sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Syarthini Indrayani, S.E.,M.SI., selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi
6. Bapak/Ibu Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak meluangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap staf dan karyawan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
8. Rekan-rekan mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen Angkatan 2016 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih untuk semua kerabat yang tidak bias saya tuliskan satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini

Akhirnya, penulis sungguh sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii sabilil haq, Fastabiqul khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb



ABSTRAK

Lilis Rosanti, 2020 " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin." Skripsi program studi Manajemen, Fakultas ekonomi dan Bisnis. Dibawah bimbingan Bapak Andi Mappatempo dan Ibu Syarthini Indrayani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin Makassar. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penelitian lapangan data penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesionar dengan 100 responden dengan menggunakan teknik non accidental sampling. Teknik Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji analisi regresi linier berganda, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan indicator-indikator penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi multikoloniaritas dan heteroskedasitas. Pada uji hipotesis, kehandalan, daya tanggap, dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. dan uji hipotesis bukti fisik dan jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kata kunci: *bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan konsumen.*

ABSTRACK

Lilis Rosanti, 2020 "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Mbak Daeng Alauddin Restaurant." Management thesis study program, Faculty of Economics and Business. Under the guidance of Mr. Andi Mappatempo and Mrs. Syarthini Indrayani

This study aims to see how the quality of service on customer satisfaction at the restaurant Mbak Daeng alauddin Makassar. This study uses five independent variables, namely tangibel, reliability, responsiveness, assurance, and empathy with one dependent variable, namely customer satisfaction. After conducting a literature review and field research, the research data was carried out by distributing questionnaires with 100 respondents using non accidental sampling techniques. The data analysis technique used in this research is quantitative analysis, namely validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and t test. The results showed that the indicators of this study were valid and reliable. In the classical assumption test, the data is normally distributed, multicollinearity and heteroscedasticity do not occur. In the hypothesis test reliability, responsiveness, and empathy do not have a significant effect on customer satisfaction. In the hypothesis test tangible and assurance has a significant positive effect on customer satisfaction

Keywords: tangibel, reliability, responsiveness, assurance, empathy and customer satisfaction

DAFTAR ISI

SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENEGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pikir.....	18
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
C. Defenisi Operasional	21

D. Populasi dan Sampel Penelitian	23
E. Teknik Pengumpulan data	24
F. Jenis dan Sumber data	24
G. Teknik Analisis data	25

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

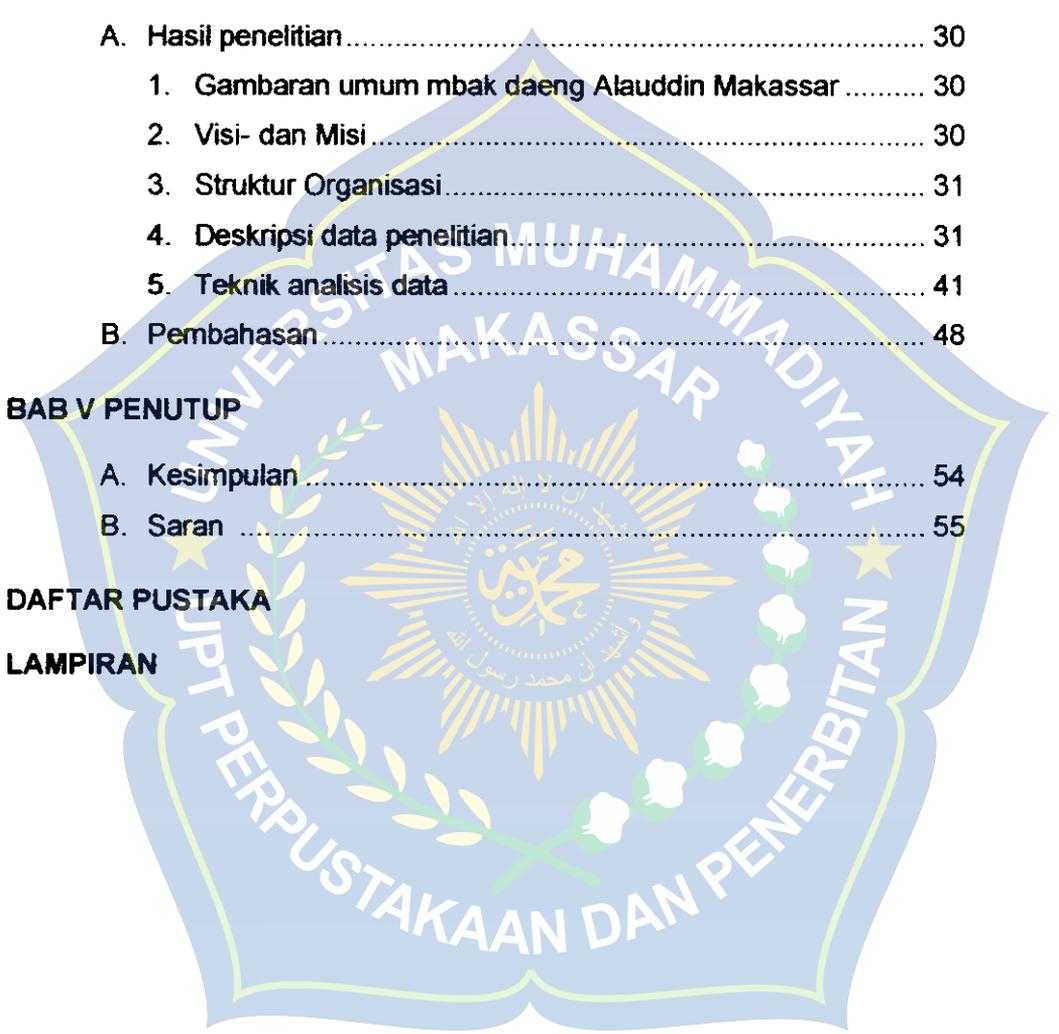
A. Hasil penelitian	30
1. Gambaran umum mbak daeng Alauddin Makassar	30
2. Visi- dan Misi	30
3. Struktur Organisasi	31
4. Deskripsi data penelitian	31
5. Teknik analisis data	41
B. Pembahasan	48

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	54
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Pengukuran Skala Likert	31
Tabel 4.2 karkteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel (X ₁)	34
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel (X ₂)	35
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel (X ₃)	36
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel (X ₄)	37
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel (X ₅)	38
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel (Y)	39
Tabel 4.11 Uji Validitas	40
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.13 Uji Multikoloniaritas	44
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda	45

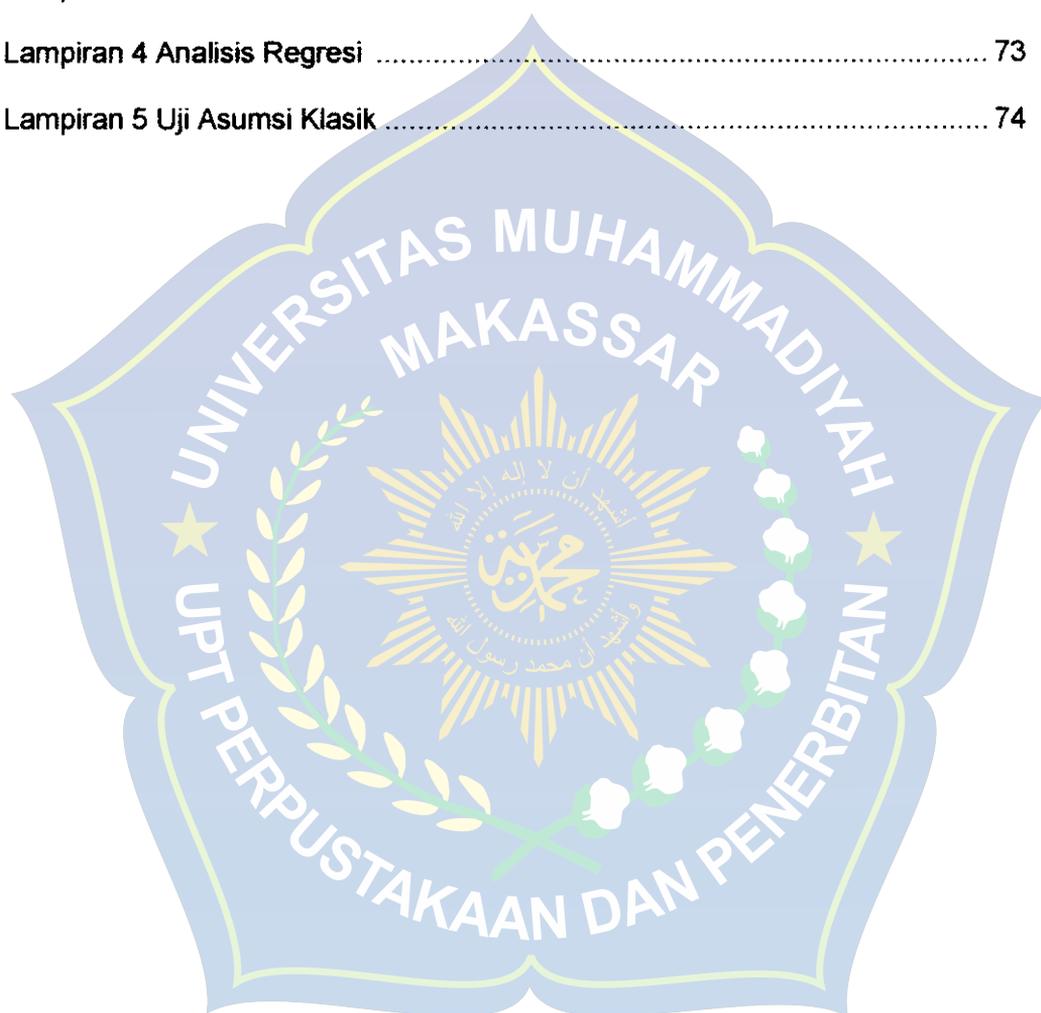
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka pikir.....	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	30
Gambar 4.2 Hasil uji P-P Plot	42
Gambar 4.3 Uji Heteroskedasitas	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
Lampiran 3 Distribusi Ftekuenzi	65
Lampiran 4 Analisis Regresi	73
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era sekarang ini usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dalam bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan makin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu mengambil keputusan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan agar dapat berkembang dengan baik. Perusahaan harus mampu mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan bertahan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya. (Situmeang 2017;1)

Pelayanan adalah salah satu aktivitas atau strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk memperoleh posisi bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas yang bagus dapat dilihat dari persepsi konsumen bukan persepsi perusahaan. Oleh karena itu persepsi konsumen sangat penting terhadap penilaian atau pelayanan terhadap keunggulan suatu perusahaan baik itu perusahaan jasa maupun perusahaan barang. Setiap perusahaan memiliki cara yang berbeda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. (sunarti 2017;2).

Dilihat dari sudut pandang perusahaan di perlukan suatu strategi agar dapat bersaing dengan perusahaan lain atau pasar. Oleh karena itu di butuhkan analisis pasar atau mencari kebutuhan pasar agar konsumen puas. Untuk mengetahui keberhasilan suatu perusahaan dapat kita lihat dari kepuasan suatu konsumen, Karena konsumen yang menjadi faktor utama keberhasilan suatu perusahaan. Agar perusahaan dapat bergerak maju maka harus dilakukan peningkatan pelayanan pada kepuasan konsumen. Di era globalisasi ini banyak sekali persaingan yang terjadi di dalam dunia bisnis. Para pengusaha harus memikirkan atau harus lebih kreatif untuk perkembangan usaha yang dilakukan untuk mencari konsumen. Persaingan antar produk kini semakin meningkat sehingga perusaah harus menjaga kenyamanan atau kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan merupakan hal penting untuk mempertahankan suatu konsumen. (Agus Riyanto, 2015:1)

Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintah serta public lainnya yang berkepentingan (moenir, 1992:16)

Menurut A. Pasuraman dan Zeithmal (tangkilisan, 2005:216) Bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang dapat dirasakan langsung konsumen seperti fasilitas yang memuaskan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Indrary (2010) bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Tangkilisan, 2005:216) keandalan merupakan kemampuan perusahaan memberikan kepuasan sesuai yang diharapkan konsumen. Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bernadine (2005) menyimpulkan bahwa variabel keandalan merupakan variabel yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

(Tangkilisan, 2005:216) Daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayan dengan cepat dengan sopan yang bias membuat konsumen puas. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aliyah Apriani (2017) yang menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

(Tangkilisan, 2005: 216) Jaminan yaitu memberikan jaminan kepada konsumen dengan sikap yang baik. Berdasarkan hasil penelitian Muh. Israk (2019) pada analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa variabel jaminan yang paling dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(tangkilisan, 2005:216) Empaty yaitu memberikan perhatian yang baik kepada konsumen dan tidak membeda-bedakan status social konsumen. Penelitian yang dilakukan Atmaja (2011) Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa Variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kotler (2007:177) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang atau konsumen yang berasal dari

perbandingan antara kesannya atau hasil suatu pelayanan .kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting di sediakan untuk kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan dengan baik akan berdampak terjadinya pelanggan atau konsumen yang akan datang berulang-ulang otomatis perusahaan akan meningkat.

Restoran atau Rumah makan merupakan salah satu usaha dibidang jasa. Bisnis ini menawarkan makanan maupun minuman. Dengan ini perusahaan saling bersaing dengan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan maupun produk. Dengan tercapainya kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen maka tujuan perusahaan akan tercapai dan dapat bersaing dengan rumah makan yang lain. Sehingga Penelitian ini dilakukan karena kepuasan konsumen pada rumah makan Mbak Daeng Alauddin mengalami penurunan dan masih ada konsumen yang mengeluh terhadap pelayanan yang diterima.

Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti akan meneliti bagaimana kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada rumah makan Mbak Daeng Alauddin Makassar.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di jelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah Tangibles (bukt ifisik) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin
2. Apakah reliability (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin

3. Apakah responsiveness (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin
4. Apakah assurance (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin
5. Apakah empathy (empati) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan penelitian adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (tangible) terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin.
2. Untuk menganalisis pengaruh keandalan (reliability) terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin.
3. Untuk menganalisis pengaruh daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin.
4. Untuk menganalisis pengaruh jaminan (assurance) terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin.
5. Untuk menganalisis pengaruh empati (empathy) terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada perusahaan dalam menyusun pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

2. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi peneliti lain di bidang yang berkaitan di masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

Pemasaran adalah suatu proses dimana seseorang atau sekelompok masyarakat melakukan pertukaran, menciptakan, baik itu barang atau jasa. Dengan pengertian tersebut kita bisa menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan keinginan seseorang untuk memuaskan kebutuhannya. (Kotler 2005:4)

Menurut Fandy Tjiptono, pemasaran adalah kontak yang memiliki fungsi paling besar dengan lingkungan luar perusahaan, padahal perusahaan memiliki kendala dengan luar perusahaan. (Risal, 2020:1)

1. Manajemen pemasaran

Menurut Kotler manajemen pemasaran adalah pengendalian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan perusahaan. (Fathoni, 2019: 10) Untuk lebih memahami tentang manajemen pemasaran, berikut pengertian manajemen pemasaran menurut beberapa ahli.

1. American Marketing Association menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah total tujuan pemasaran, dan strategi pemasaran yang di tujukan untuk menciptakan pertukaran yang dapat memenuhi tujuan individu maupun organisasi.
2. Kotler menyatakan bahwa manajemen pemasaran sebagai suatu seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan ilmu mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

3. Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan pembangunan dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.
4. Lupiyoadi mengemukakan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta kontrol program yang telah direncanakan dalam hubungannya dengan pertukaran yang diinginkan terhadap konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama.
5. Buchari alma mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah perencanaan, pengarahan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan.
6. Philip Willim J. Shultz menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah perencanaan, pengarahan, dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dari perusahaan.
7. John W. Mullins menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses analisis, implementasi, koordinasi, dan control program yang melibatkan konsep, harga, promosi, dan distribusi produk, jasa, dan ide yang di desain untuk menciptakan dan memelihara pertukan yang menguntungkan dengan target pasar untuk mencapai tujuan organisasi.
8. Peter R. Dickson menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah berbagai kegiatan organisasi yang melibatkan pemahaman mengenai kebutuhan konsumen dan reaksi konsumen akan hal tersebut.

9. Sofjan Assauri menyatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan kegiatan menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan dan mengandalkan semua kegiatan yang terkait dengan perencanaan dan peluncuran produk, mengkomunikasikan, promosi, dan pendistribusian produk tersebut, serta menetapkan harga dan mentraksaksikannya dengan tujuan agar dapat memuaskan konsumen, sekaligus dapat mencapai tujuan organisasi perusahaan jangka panjang.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat di simpulkan bahwa manajemen pemasaran meliputi kegiatan perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang di rancang untuk menciptakan, membangun dan memepertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

2. Teori Kualitas pelayanan

Kualitas suatu produk atau jasa identik dengan mutu produk atau jasa tersebut. Menurut American Society for Quality Control, kualitas adalah ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah di tentukan atau bersifat laten (mutiawati, 2019:7)

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat di simpulkan bahwa kualitas adalah mutu dari suatu produk atau jasa yang akan memberikan tingkat kepuasan tertentu kepada penggunanya baik sifatnya pasti atau bersifat persepsi dari pengguna. Apabila yang diukur kualitas barang maka disebut juga kualitas produk sedangkan kualitas jasa , lebih dikenal dengan kualitas pelayanan .

Kotler, (2007:286) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang di hasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi pengukuran kepuasan menurut pasuraman dan zeithaml (istiatin 2015:4), dalam melayani konsumen adalah:

1. Ketanggapan (Responsiveness) Yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
2. Keandalan (Reliability) Yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Empati (Empaty) Yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, serta pengetahuan untuk di hubungi.
4. Jaminan (Asurance) Yaitu pengetahuan karyawan, kesopanan pegawai atau karyawan serta sifat yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko dan merasa puas
5. Bukti langsung (Tangibles) yaitu perlengkapan yang bias dirasakan langsung oleh konsumen Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

4. Karakteristik kualitas layanan

Menurut kotler (2013:37) mengemukakan bahwa jasa atau layanan memiliki empat karakteristik utama yaitu:

a. Intangibility (Tidak berwujud)

Jasa atau layanan berbeda secara signifikan dengan barang fisik. Bila barang merupakan suatu objek, benda, material yang bisa dilihat, disentuh dan di rasakan dengan panca indra, maka jasa atau layanan justru merupakan suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (performance) atau usaha yang sifatnya abstrak. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa atau layanan cenderung hanya dapat dikonsumsi tapi tidak dapat dimiliki (non-ownership). Jasa juga bersifat intangible, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau dirasa sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.

b. Inseparability (Tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

c. Variability (variasi)

layanan sangat bervariasi. Kualitas tergantung pada siapa yang menyediakan mereka dan kapan dan dimana kualitas layanan disediakan. Ada beberapa penyebab variabilitas layanan dimana jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersama-sama sehingga membatasi kontrol kualitas.

5. Teori Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Sampai saat ini banyak yang mengartikan tentang pengertian kepuasan konsumen antara lain:

1. Hasil penelitian pelanggan terhadap apa yang di harapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu di bandingkan dengan harapan terhadap kinerja yang di terimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut.
2. Respon dari konsumen terhadap ketidak puasan yang di rasakan terhadap harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan.
3. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja outcome yang dirasakan dengan harapan-harapan suatu produk
4. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.
5. Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembeli ulang atau kesetiaan yang terlanjur.

6. Dimensi Kepuasan Konsumen

Menurut wilkie dalam pandi Tjiptono (2005:24) mendefinisikan kepuasan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kotler (1997:36) memberikan arti dari kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah

membandingkan hasil yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang di rasakan dengan harapan, maka konsumen akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat di bentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas yang akan setia lebih lama, kurang sensitip terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

Dikatakan Philip kotler dalam suraswari (2008) yang menyatakan bahwa kunci mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. pelanggan yang puas akan:

- a. Melakukan pembelian ulang
- b. Mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain (rekomendasi)
- c. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
- d. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama

7. Indikator kepuasan konsumen

Menurut Hawkins dan lonney dalam lisdayanti (2018:29) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian anatara kinerja produk yang di harapkan oleh pelanggan dengan yang di rasakan oleh pelanggan.
- b. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkiat

- c. Kesiediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarganya.

8. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Terdahulu dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan Nirma (2019). Dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada toko giant kota Makassar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada toko giant Makassar. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada toko giant kota Makassar dengan persamaan regresi linier sederhana $Y=9,883 +0,534 X$ dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,648. Kualitas pelayanan memiliki peranan terhadap minat pelanggan salah satu yang dapat dilakukan adalah

memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar dapat menarik minat pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Marwah (2019). Dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. PELNI pelabuhan Labuan bajo kabupaten Manggarai Barat. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan sampel jenuh. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan regresi sederhana.

Penelitian yang dilakukan Muh. Israk (2019). Dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen terhadap CV. Daeng Kuliner Makassar. Metode yang digunakan menggunakan regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan yang paling dominan dalam CV. Daeng kuliner Makassar.

Penelitian yang dilakukan Dwi Aliyah Apriani (2017). Dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada The Little A.Coffe Sidoarjo. Menggunakan metode Berdasarkan hasil uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel daya tanggap(x3) memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka variabel daya tanggap(x3) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan Randy Setio prabowo (2017). Dengan judul Pengaruh service quality terhadap customer satisfaction English firsh Surabaya town square. Metode penelitian dengan metode kuantitatif yang menekankan pada keluasan informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

service quality berpengaruh terhadap customer satisfaction secara simultan dan secara parsial menunjukkan bahwa variabel reliability dan responsiveness tidak memiliki pengaruh terhadap customer satisfaction.

Penelitian yang dilakukan oleh Taeshik Gong (2017) dengan judul *the effect of service quality on customer, loyalty, and happiness in five Asian countries*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah model kualitas layanan dapat atau tidak dikonsepsi dengan cara yang sama di negara-negara Asia dari kualitas layanan model di lima Negara di Asia yaitu: China, Hongkong, Jepang, Korea Selatan, dan Singapura. Dengan menggunakan metode perbandingan antara lima Negara-negara di Asia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan positif terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mengarah ke loyalitas pelanggan dan kebahagiaan pelanggan bahwa pola umum struktural jalur ini valid di lima Negara.

Penelitian yang dilakukan Kim and Jun Hwan (2019). Dengan judul *the effect of service quality on customer satisfaction and loyalty in using OVO as E-wallet in Jakarta*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam menggunakan Ovo sebagai E-wallet di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada hubungan sebab dan akibat antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Aeni, Muhammad Ekshan, dan Agustina Tanjung. Dengan judul *the effect of service price and quality on customer satisfaction online transportation service*. Tujuan dari penelitian ini

adalah untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan ojek online. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan harga dan kualitas layanan simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 penelitian Terdahulu

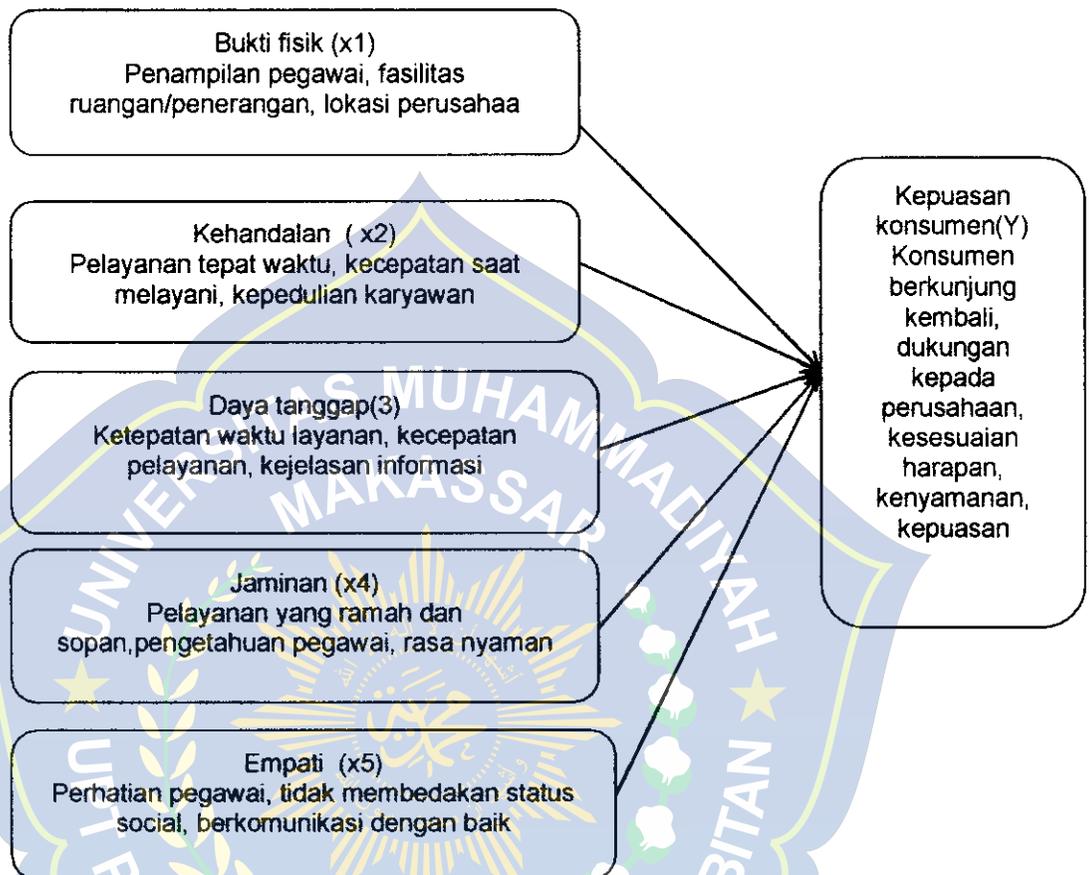
Peneliti	Judul	Metodologi	Hasil
Nirma (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada toko giant kota Makassar	Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode slovin.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada toko giant kota Makassar
Marwah (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. PELNI pelabuhan Labuan bajo kabupaten Manggarai Barat	Metode pengambilan sampel dengan menggunakan sampel jenuh. teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan regresi sederhana
Muh. Israk (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen terhadap CV. Daeng Kuliner Makassar	Metode penelitian yang digunakan adalah metode regresi berganda (multy linier regression)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan yang paling dominan dalam CV. Daeng kuliner Makassar
Dwi aliyah apriani sunarti (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Menggunakan metode berdasarkan hasil uji t	Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel daya tanggap(x3) memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan

	Pada The Little A.Coffe Sidoarjo		dengan variabel lainnya
Randy Setio prabowo (2017)	Pengaruh service quality terhadap costumer satisfication English firsh Surabaya town square	Metode penelitian dengan metode kuantitatif yang menekankan pada keluasan informasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa service quality berpengaruh terhadap costumer satisfication secara simultan dan secara persial menunjukkan bahwa variable reliability dan resvonsiveness tidak memiliki pengaruh terhadap costumer satisfication.
Taekshing gong (2017)	The effect of service quality on costumer, loyalty, and happiness in five Asian countries	metode perbandingan antara lima Negara-negara di asia.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan positif terhadap kepuasan pelanggan,.
Kim and jum Hwan (2019)	The effect of service quality on costumer satisfaction and loyalty in using OVO as E-wallet in Jakarta	penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada hubungan sebab dan akibat antar variabel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan,
Nur Aeni, Muhammad ekshan, dan Agustina Tanjung (2019)	the effect of service price and quality on costumr satisfication online transfortatin service	tekhnik pengumpulan data dengan menggunakan metode survey melalui koesioner dan wawancara	Hasil penelitian menunjukkan harga dan kualits layanan simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

C. Kerangka Pikir

Keinginan konsumen sangat penting oleh karena itu pengusaha atau produsen sangat bergantung pada konsumen. Untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen dapat di lihat dari kualitas pelayanan yang di berikan.

Berikut kerangka pikir tentang " Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kualitas pelayanan pada rumah makan mbak daeng Alauddin.



Gambar 2.1 Kerangka pikir (A. fazuraman dan Zheitmal)

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara karena masih harus di buktikan dengan penelitian atau pengumpulan data. (sugyono 2013:93). Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pikir beberapa hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini yaitu

1. Bukti Fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah makan mbak daeng Alauddin Makassar
2. Kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah makan mbak daeng Alauddin Makassar

3. Daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah makan mbak daeng Alauddin Makassar
4. Jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah makan mbak daeng Alauddin Makassar
5. Empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah makan mbak daeng Alauddin Makassar



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan (sugiyono 2018 : 11). Berdasarkan tujuan penelitian maka penelitian ini termasuk penelitian Eksplanatori, Eksplanatori bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

B. Lokasi dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian terletak di warung mbak daeng alauddin makassar. Waktu penelitian akan dilaksanakan dua bulan sejak dikeluarkannya izin penelitian. Bulan pertama izin dan pengumpulan data dan bulan kedua pengelolaan data dalam bentuk skripsi dan bimbingan penelitian.

C. Defenisi Operasional

Sebelum hubungan antara variabel di adakan pengujian, setiap variabel akan diukur dan dijabarkan melalui operasional variabel. Untuk menghindari suatu kekacauan dalam mendefenisikan variabel yang diteliti perlu di identifikasi dalam bentuk operasional agar jelas variabel yang di maksud. Adapun defenisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Variable Bebas

Kualitas adalah suatu yang harus dikerjakan bagi penyedia jasa dengan baik. Kualitas suatu produk atau jasa merupakan bagian utama strategis perusahaan dalam rangkaian Meraih keunggulan yang berkesinambungan. Dimensi untuk terus Tumbuh yaitu:

- a. Bukti fisik didefenisikan Fasilitas dan perlengkapan yang bagus dilihat dari. Bukti fisik diukur dengan indicator dari penampilan pegawai, kondisi fasilitas yang disediakan dan lokasi perusahaan atau gedung.
- b. Keandalan didefenisikan Kemampuan memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan. Keandalan Diukur dengan indikator pelayanan yang tepat waktu kepada konsumen, kecepatan saat melayani konsumen, peduli terhadap konsumen.
- c. Daya tanggap didefenisikan keinginan staf membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap kepada kosumen. Daya tanggap diukur dengan indikator kecepatan waktu dalam pelayanan, kecepatan menyelesaikan masalah, kejelasan informasi.
- d. Jaminan didefenisikan Kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan sifat yang dapat di percaya yang harus dimiliki pegawai. Jaminan diukur dengan indikator pelayanan yang sabar dan sopan, pengetahuan pegawai terhadap kebutuhan konsumen, rasa nyaman yang di terima konsumen.
- e. Empati didefenisikan perhatian pribadi, memahami kebutuhan pelanggan dan tidak membeda bedakan status social konsumen. Empati Diukur dengan indicator perhatian pegawai terhadap

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan tahapan sebagai berikut:

1. Penelitian pustaka

Penelitian yang dimaksud disini dalam mengumpulkan data melalui penelaan terhadap buku-buku yang berhubungan dengan topik dan masalah yang diteliti.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau objek penelitian dengan menggunakan metode Kuisisioner. Kuisisioner yaitu, pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada konsumen atau responden.

F. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini mengambil jenis penelitian kuantitatif. Sugiyono (2010:13) mengemukakan penelitian kuantitatif, sebagai metode penelitian yang kepada filsafat positivism yang dapat di gunakan untuk penelitian populasi dan sampel yang telah ditentukan, analisis data menggunakan instrument penelitian yang bersifat kuantitatif dengan tujuan sebagai penguji hipotesis yang sudah atau telah ditetapkan.

2. Sumber data

Data merupakan suatu informasi yang diperlukan dalam mengambil keputusan. Jenis data dapat di bedakan jadi dua:

a. Data primer

Penelitian ini dalam mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan penyebaran pertanyaan atau kuesioner langsung kepada konsumen

b. Data sekunder

Data yang di dapat dari majalah, internet, buku, maupun artikel. Dalam penelitian ini diperoleh dari data-data konsumen Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar

G. Teknik Analisis Data

1. Uji validasi

Uji validasi digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu variabel dalam kuesioner. Metode validasi ini dengan cara mengkorelasikan skor item. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS *statistic* dengan kreteria.

Jika r hitung $>$ dari r tabel maka pernyataan valid

Jika r hitung $<$ dari r tabel maka pernyataan tidak valid

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner. Dilakukan guna memperoleh gambaran yang tetap mengenai apa yang diukur dengan standar koefisien $> 0,60$

Jika $\alpha > r$ tabel maka pernyataan reliabel

Jika $\alpha < r$ tabel maka pernyataan tidak valid

3. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menganalisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Tujuan pengujian asumsi klasik untuk

memberikan kepastian pada regresi linier berganda memiliki estimasi ketetapan yang konsisten. Maka pengujian asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu:

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas dilakukan adalah untuk mengetahui apakah model regresi variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat menggunakan analisis grafik normal *P-P plot of regression standardized residual*. Dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Dasar pengambilan keputusan dari analisis grafik tersebut adalah:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar menjauhi garis diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi suatu model regresi yang dapat dikatakan baik atau tidak. Menguji apakah didalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel-variabel

tersebut tidak orthogonal atau terjadi kesalahan. Untuk mendeteksi apakah terjadi multikolinearitas dapat diketahui *variance inflation faktor* (VIF) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieris adalah sebagai berikut:

1. Mempunyai nilai Vif sekitaar angka 1. Jika nilai lebih dari 10, maka kesimpulannya data tersebut memiliki multikolinieritas. Apabila nilai VIF dibawah 10, maka kesimpulannya data yang kita uji tidak memiliki kolinieritas.
2. Rumus: $VIF = 1 / (1 - R^2)$
3. Mempunyai angka tolerance mendekati angka 1. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,01, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan nilai tolerance data yang di uji lbih kecil dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terjadi multikolinieritas.

c. Uji heteroskedasitas

Untuk mengetahui dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari satu residual pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendekati heterosidatisitas adalah dengan melihat *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik memebentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedasitas. Jika titi meyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola maka tidak terjadi heteroskedasitas.

4. Analisis Regresi Linier berganda

Analisis regresi berganda adalah model yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Tujuan dari analisis ini untuk menganalisis pengaruh variabel bebas (x) dan variabel terikat (y).

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

b_0 = konstanta

$\beta_1 - \beta_5$ = koefisien regresi variabel

X_1 = bukti fisik

X_2 = Kehandalan

X_3 = daya tanggap

X_4 = jaminan

X_5 = empati

e = tingkat kesalahan

5. Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara persial (individu) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dengan mengambil keputusan:

- a. Jika angka signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima
- b. Jika angka signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar

Rumah makan mbak daeng Alauddin merupakan cabang dari perusahaan swasta yang bergerak dibidang kuliner yaitu CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM) yang didirikan oleh Ahmad Tonang sebagai pemilik perusahaan. Rumah Makan Mbak daeng Didirikan Pada tahun 2012 Di Jl. Sultan Aluddin No. 84 kota Makassar .

2. Visi Dan Misi Perusahaan

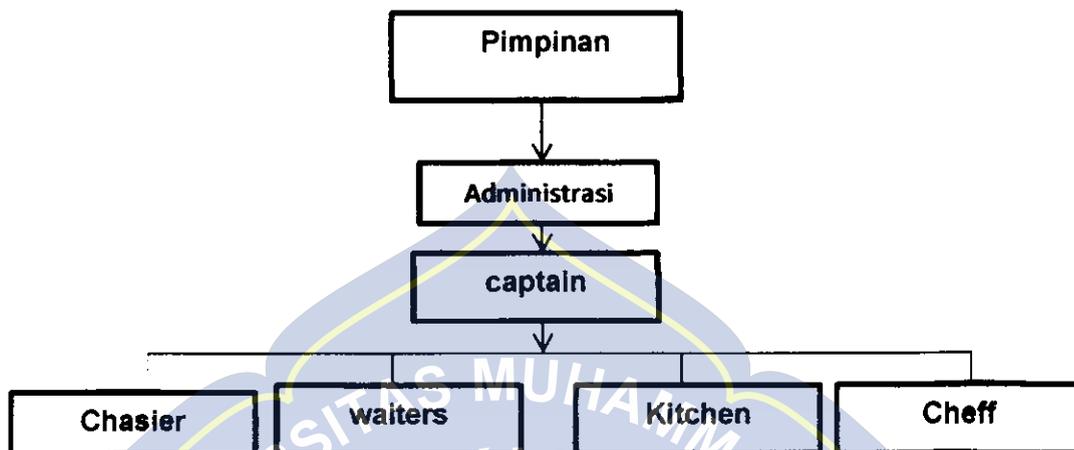
1) Visi perusahaan

- a. Menjadi Rumah makan yang handal dalam mememanajemenkan Restoran
- b. Mewujudkan rumah makan Mbak Daeng Alauddin sebagai Indonesia Stay Garda yang bermuansa Tradisional berciri khas kuliner Makassar namun berwawasan Internasional.

2) Misi Perusahaan

- a. Mengutamakan Kualitas dalam hal apapun yang di lakukan (pelayanan) dan penyajian yang higienis (makanan).
- b. Mengembangkan inovasi inovasi baik dalam produk maupun pelayanan dengan tetap pada koridor tradisional.
- c. Menambahkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal.
- d. Mengembangkan usaha di beberapa tempat yang strategis untuk menjadi restoran terbaik di Indonesia

3. Struktur Organisasi



Gambar : 4.1 Struktur organisasi

4. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan sampel penelitian ini, penulis melakukan penelitian kepada konsumen rumah makan mbak daeng Alauddin. Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengelolaan data dalam bentuk koesioner yang terdiri dari 3 pernyataan bukti fisik (*Tangible*), 3 pernyataan kehandalan (*Realibility*), 3 pernyataan daya tanggap (*Responsiveness*), 3 pernyataan asuransi (*Asurance*), 3 pernyataan empati (*empaty*), dan 5 pernyataan kepuasan konsumen yang disebarakan kepada 100 responden dengan menggunakan skala likert.

Tabel 4.1
Pengukuran Skala Likert

No.	Pernyataan	Skor
1	SS=Sangat setuju	5
2	S=Setuju	4
3	KS=Kurang Setuju	3
4	TS=Tidak Setuju	2
5	STS=Sangat Tidak Setuju	1

a. Karakteristik data responden

1) Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan pertanda gender seseorang apakah laki-laki atau perempuan. Berdasarkan jenis kelamin responden penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi (f)	Persentase (%)
2	Laki-laki	45	45%
3	Perempuan	55	55%
	Total	100	100%

sumber : lampiran 3 (2020)

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, untuk jenis kelamin laki-laki berjumlah 45 orang dengan persentase 45%, sedangkan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 55 rang dengan persentase 55%, ini dapt diartikan bahwa konsumen pada rumah makan mbak daeng lebih dominan perempuan.

2) Deskripsi data responden berdasarkan usia

Banyaknya umur atau usia pada konsumen rumah makan mbak daeng alauddin makassar maka kemungkinan juga responden bervariasi berdasarkan umur. Berdasarkan usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini;

Tabel 4.3
Karakteristi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (f)	Persentase (%)
<19	14	14%
20-25	52	52%
26-30	10	10%
31-35	8	8%
36-40	9	9%
41-45	4	4%
46-50	2	2%
51-55	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Lampiran 3 (2020)

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa untuk responden usia <19 tahun berjumlah 14 orang dengan tingkat persentase 14%, untuk usia 20-25 tahun berjumlah 52 orang dengan persentase 52%, untuk usia 26-30 tahun berjumlah 10 orang dengan persentase 10%, untuk usia 31-35 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 8%, untuk usia 36-40 berjumlah 9 orang dengan persentase 9%, untuk usia 41-45 berjumlah 4 orang dengan persentase 4%, untuk usia 46-50 berjumlah 2 orang dengan persentase 2%, untuk usia 51-55 berjumlah 1 orang dengan persentase 1%. Hal ini menunjukkan

bahwa konsumen mbak daeng aluddin Makassar sebagian besar berusia 20-25 tahun.

3) Deskripsi data responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan tingkat kepuasan. Dalam kepuasan konsumen suatu produk barang dan jasa sehingga jenis pekerjaan sangat menentukan banyak sedikitnya yang menjadi konsumen rumah makan mbak daeng alauddin Makassar.

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (f)	Persentase(%)
Bartender	1	1%
Guru	5	5%
ibu rumah	10	10%
karyawan	22	22%
Kontrakto	1	1%
Mahasiswa	37	37%
Panwas	1	1%
pedagang	1	1%
Pelajar	6	6%
pengusaha	1	1%
penyuluha	1	1%
PNS	7	7%
pustakawa	1	1%
TNI	3	3%
wirawast	3	3%
Total	100	100%

Sumber :Lampiran 3 (2020)

Dapat dilihat dari tabel 4.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, maka sebagian besar konsumen sebagai mahasiswa yaitu 37 orang dengan persentase 37%.

b. Deskriptif Data Responden Atas Variabel

1. variabel bukti fisik (*Tangible*)

Pada variabel bukti fisik (x_1) ada 3 indikator pernyataan yang mencerminkan kepuasan konsumen yaitu, fasilitas yang disediakan, lokasi perusahaan, penampilan rapi dan bersih. Dalam variabel ini diajukan pernyataan dan tanggapan responden sebagai berikut;

Tabel. 4.5
Tanggapan Responden berdasarkan Variabel bukti fisik (x_1)

No.	Item/ pernyataan	Frekuensi (f) dan persentase(%) jawaban responden										rata-rata
		STS		TS		KS		S		SS		
		f	%	F	%	F	%	F	%	f	%	
1	fasilitas yang disediakan	0	0%	3	3%	18	18%	50	50%	29	29%	4,05
2	lokasi perusahaan	0	0%	3	3%	17	17%	52	52%	28	28%	4,05
3	penampilan rapi dan bersih	0	0%	2	2%	14	14%	61	61%	23	23%	4,05
	Rata-rata indicator bukti fisik(x_1)											4,05

Sumber :Lampiran 3 (2020)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui tanggapan responden pada variabel bukti fisik ($x_{1,1}$). menunjukkan frekuensi tertinggi 50% dengan rata-rata 4,05 Tanggapan responden pada indicator pernyataan lokasi perusahaan ($x_{1,2}$) menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju yaitu 52% , kemudian pernyataan penampilan rapi dan bersih ($x_{1,3}$) rata-rata responden memberikan tanggapan setuju yaitu 61% .

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik sebagian besar responden mengatakan setuju dengan rata-rata 4.05

2. Deskriptif atas variabel kehandalan (x_2)

Pada variabel kehandalan (*Reliability*) diberi 3 pernyataan mengenai tanggapan kepuasan responden terhadap pelayanan yang diberikan mbak daeng alauddin Makassar, sebagaimana terlihat pada table 4.6 hasil frekuensi dan persentasi jawaban responden berdasarkan kehandalan.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Atas Variabel Kehandalan (X_2)

No.	Item/ pernyataan	Frekuensi (f) dan persentase(%) jawaban responden										rata-rata
		STS		TS		KS		S		SS		
		f	%	F	%	F	%	F	%	f	%	
1	fasilitas yang disediakan	0	0%	1	1%	36	36%	62	62%	1	1%	3,69
2	lokasi perusahaan	0	0%	2	2%	12	12%	59	59%	27	27%	4,11
3	penampilan rapi dan bersih	0	0%	1	1%	18	18%	53	53%	28	28%	4,08
	Rata-rata indikator kehandalan (x_2)											3,96

Sumber : Lampiran 3 (2020)

Tanggapan responden mengenai indikator pernyataan kecepatan pelayanan ($x_{2.1}$) menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju yaitu 62%, kemudian indikator kepedulian terhadap konsumen ($x_{2.2}$) yaitu responden memberi tanggapan setuju 59%, dan indikator pernyataan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat ($x_{2.3}$) responden memberikan tanggapan setuju 53%.

Berdasarkan hasil jawaban dari responden atas variabel kehandalan dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan rata-rata tertinggi 4,11

3. Deskriptif atas variabel daya tanggap (x_3)

Pada variabel daya tanggap (*Resvonsiveness*) diberi 3 indikator pernyataan yang mencerminkan kepuasan konsumen yaitu ketepatan waktu,

kecepatan penyajian, kejelasan informasi, Dalam variabel ini diajukan pernyataan dan tanggapan responden sebagai berikut;

Table.4.7
Tanggapan Responden Atas Variabel Daya Tanggap (x_3)

No.	Item/ pernyataan	Frekuensi (f) dan persentase(%) jawaban responden										rata-rata
		STS		TS		KS		S		SS		
		f	%	f	%	F	%	F	%	F	%	
1	ketepatan waktu	0	0%	0	0%	14	14%	53	53%	33	1%	4,19
2	kecepatan penyajian	0	0%	0	0%	17	17%	50	50%	50	27%	4,16
3	Kejelasan Informasi	0	0%	0	0%	15	15%	52	52%	33	28%	4,18
	Rata-rata indikator daya tanggap(x_3)											4,18

Sumber : Lampiran 3 (2020)

Tanggapan responden tentang indikator pernyataan ketepatan waktu ($x_{3.1}$) responden rata-rata memberikan tanggapan setuju 53%, kemudian indikator kecepatan penyajian ($x_{3.2}$) responden memberikan tanggapan setuju yaitu 50%, dan indikator kejelasan informasi ($x_{3.3}$) responden memberikan tanggapan setuju yaitu 52%.

Berdasarkan jawaban responden atas variabel daya tanggap bahwa konsumen setuju dengan daya tanggap yang diberikan konsumen dengan rata-rata 4,18

4. Deskriptif atas variabel jaminan (x_4)

Pada variabel jaminan (*Assurance*) diberi 3 indikator pernyataan yang mencerminkan kepuasan konsumen yaitu ketepatan waktu, kecepatan penyajian, kejelasan informasi, Dalam variabel ini diajukan pernyataan dan tanggapan responden sebagai berikut;

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Atas Variabel jaminan (x_4)

No.	Item/ pernyataan	Frekuensi (f) dan persentase(%) jawaban responden										rata-rata
		STS		TS		KS		S		SS		
		f	%	f	%	F	%	F	%	F	%	
1	penyajian yang ramah dan sopan	0	0%	3	3%	4	4%	46	46%	47	47%	4.37
2	pengetahuan karyawan	0	0%	1	1%	8	8%	53	53%	38	38%	4,28
3	Kenyamanan	0	0%	1	1%	12	12%	50	50%	37	37%	4,23
Rata-rata indicator jaminan(x_4)												4,29

Sumber: Lampiran 3 (2020)

Tanggapan responden mengenai variabel Jaminan (x_4) maka untuk pernyataan penyajian yang ramah dan sopan dalam melayani konsumen maka responden sangat setuju 47% , kemudian pernyataan pengetahuan karyawan tentang kebutuhan konsumen, responden memberikan tanggapan setuju yaitu 53%, dan pernyataan tentang kenyamanan yang diterima, responden memberikan tanggapan setuju yaitu 50% .

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa indicator penyajian yang ramah ($x_{4.1}$) adalah indicator yang paling dominan terhadap jaminan kepuasan konsumen.

5. Deskriptif atas variabel empati (x_5)

Pada variabel Empati (*Empaty*) diberi 3 indikator pernyataan yang mencerminkan kepuasan konsumen yaitu, kecepatan penyajian, kejelasan informasi, Dalam variabel ini diajukan pernyataan dan tanggapan responden sebagai berikut;

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Atas Variabel Empati (x₅)

No.	Item/ pernyataan	Frekuensi (f) dan persentase(%) jawaban responden										rata-rata
		STS		TS		KS		S		SS		
		f	%	f	%	F	%	F	%	F	%	
1	Perhatian pegawai	0	0%	0	0%	22	22%	51	51%	27	47%	4,05
2	tidak membedakan status social	0	0%	0	0%	21	21%	57	57%	22	38%	4,01
3	berkomunikasi dengan baik	0	0%	0	0%	18	18%	55	55%	27	37%	4,09
	Rata-rata indikator jaminan(x4)											4,05

Sumber : Lampiran 3 (2020)

Tanggapan responden mengenai variabel empati (*Empaty*) maka untuk pernyataan perhatian pegawai dalam melayani konsumen maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebesar 51%, kemudian pernyataan karyawan tidak membedakan status social konsumen rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 57%, dan indikator pernyataan komunikasi yang baik responden memberikan tanggapan setuju 55%.

Berdasarkan jawaban responden atas variabel daya tanggap bahwa konsumen setuju dengan empati yang diberikan konsumen dengan rata-rata 4,05

6. Deskriptif atas variabel kepuasan konsumen (Y)

Pada variabel kepuasan konsumen (Y) diberi 5 indikator pernyataan yang mencerminkan kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut;

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Atas Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Item/ pernyataan	Frekuensi (f) dan persentase(%) jawaban responden										rata-rata
		STS		TS		KS		S		SS		
		f	%	f	%	F	%	F	%	F	%	
1	konsumen siap berkunjung kembali	0	0%	0	0%	0	0%	58	58%	42	42%	4,42
2	dukungan kepada perusahaan	0	0%	0	0%	7	7%	67	67%	26	26%	4,19
3	kesesuaian harapan	0	0%	0	0%	6	6%	64	64%	29	29%	4,24
4	Puas dengan fasilitas yang disediakan	0	0%	0	0%	1	1%	61	61%	38	38%	4,37
5	Nyaman atas pelayanan	0	0%	1	1%	18	18%	53	53%	46	46%	4,44
	Rata-rata indikator jaminan(x4)											4,33

Sumber : lampiran 3 (2020)

Tanggapan responden pada variabel kepuasan konsumen (Y) maka untuk pernyataan konsumen siap berkunjung kembali tanggapan responden rata-rata setuju 58%, kemudian untuk pernyataan dukungan kepada perusahaan responden memberikan tanggapan rata-rata setuju yaitu 67%, dan pernyataan kesesuaian harapan yang di dapatkan responden memberikan tanggapan setuju yaitu 64%, pernyataan (x5.4) responden memmmberikan tanggapan setuju yaitu 61% dan pernyataan (x5.5) responden memberikan tanggapan setuju yaitu 53%.

Berdasarkan tanggapan responden diatas dapat disimpulkan bahwa pernyataan nyaman atas pelayanan adalah yang paling memuaskan dibanding dengan pernyataan yang lainnya.

5. Teknik Analisis Data

1) Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji validasi data yang merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan alat ukur skor setiap jawaban. Validasi data dalam suatu penelitian dilakukan dengan teknik analisis item, yaitu dengan cara mengkorelasi skor tiap-tiap item pernyataan dengan total skor untuk masing-masing variabel. Dalam uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r -hitung dengan nilai r -Tabel dengan taraf signifikan 0,05 maka indikator pernyataan dapat dikatakan valid. Nilai r -Tabel untuk $N=100$ adalah sebesar 0,1966. Berikut ini adalah hasil uji validitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Varlabel	Item	Correlation r- Hitung	r-Tabel	Sig.	Ket
Bukti Fisik (X1)	X1.1	0,955	0,196	0,000	Valid
	X1.2	0,978	0,196	0,000	Valid
	X1.3	0,914	0,196	0,000	Valid
Kehandalan (X2)	X2.1	0,419	0,196	0,000	Valid
	X2.2	0,867	0,196	0,000	Valid
	X2.3	0,890	0,196	0,000	Valid
Daya Tanggap (X3)	X3.1	0,771	0,196	0,000	Valid
	X3.2	0,952	0,196	0,000	Valid
	X3.3	0,938	0,196	0,000	Valid
Jaminan (X4)	X4.1	0,940	0,196	0,000	Valid
	X4.2	0,936	0,196	0,000	Valid
	X4.3	0,936	0,196	0,000	Valid
Empati (X5)	X5.1	0,975	0,196	0,000	Valid
	X5.2	0,966	0,196	0,000	Valid
	X5.3	0,966	0,196	0,000	Valid
Kepuasan konsumen (Y)	Y1	0,675	0,196	0,000	Valid
	Y2	0,658	0,196	0,000	Valid
	Y3	0,697	0,196	0,000	Valid
	Y4	0,677	0,196	0,000	Valid
	Y5	0,660	0,196	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 2 (2020)

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa, seluruh nilai R_{Hitung} untuk item pernyataan kuesioner pada variabel penelitian yang digunakan lebih besar dari nilai R_{Tabel} dimana nilai R_{Tabel} untuk jumlah sampel ($N=100$) yaitu 0,196 sehingga seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keadaan suatu data yang digunakan dengan standar koefisien $\Rightarrow 0,60$. pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.13.

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas

Varibel penelitian	Cronbach's Alpha	Batas minimal cronbach's alpha	Ket.
Bukti fisik	0,945	0,60	Reliabel
Kehandalan	0,603	0,60	Reliabel
Daya tanggap	0,866	0,60	Reliabel
Jaminan	0,930	0,60	Reliabel
Empati	0,967	0,60	Reliabel
Kepuasan konsumen	0,697	0,60	Reliabel

Sumber :Lampiran 2 (2020)

Pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel bukti fisik memiliki nilai Cronbach's alpha $0,945 > 0,60$, dan variabel kehandalan memiliki nilai Cronbach's alpha $0,603 > 0,60$, variabel kehandalan daya tanggap memiliki Cronbach's alpha $0,866 > 0,60$, jaminan memiliki nilai Cronbach's alpha $0,930 > 0,60$, variabel empati memiliki cronbach's alpha $0,967 > 0,60$, serta kepuasan konsumen memiliki Cronbach's alpha

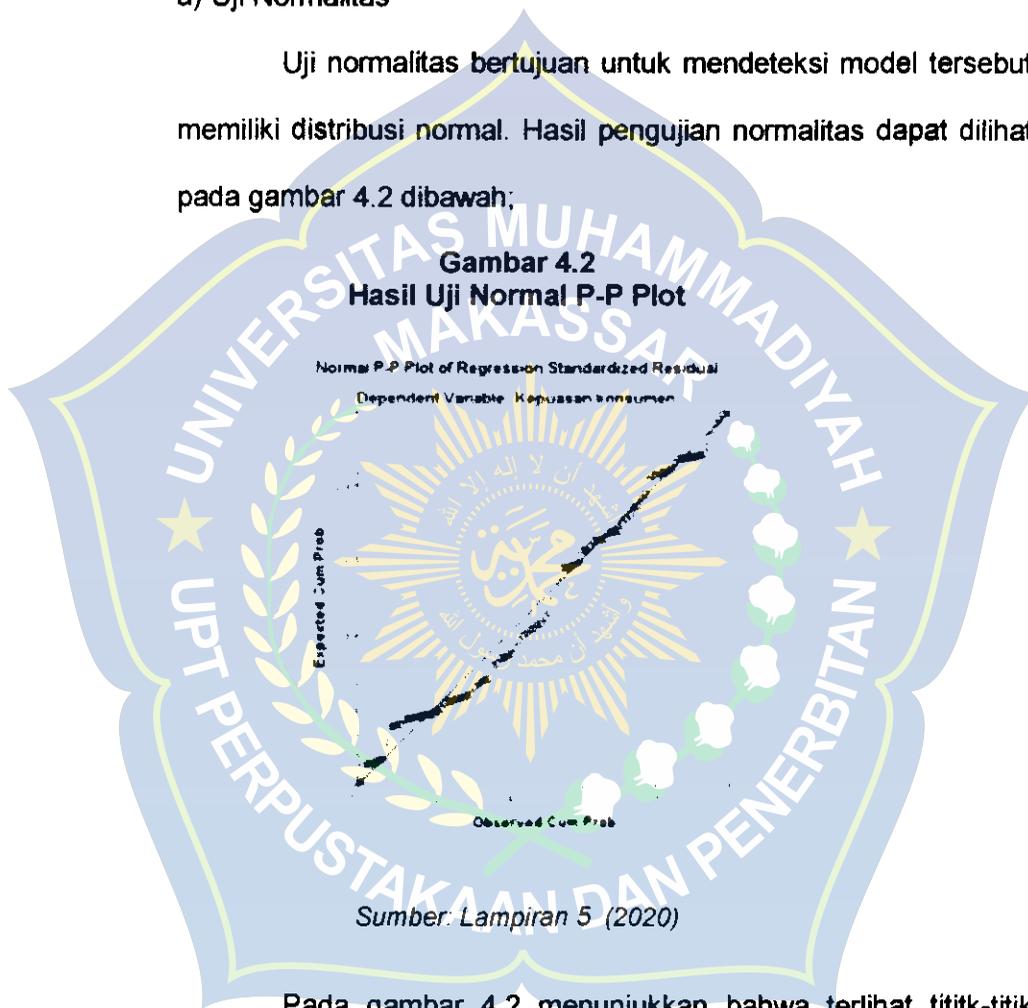
0,697>0,60. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa keenam indikator pernyataan dalam penelitian ini memenuhi standar reliabilitas.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mendeteksi model tersebut memiliki distribusi normal. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar 4.2 dibawah;

Gambar 4.2
Hasil Uji Normal P-P Plot



Sumber: Lampiran 5 (2020)

Pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitas garis diagonal, serta penyebaran mengikuti arah garis diagonal hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai Karena asumsi normalitas layak dipakai.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

Tabel 4.13
Uji Multikolinieritas

Variabel	coefficients ^a	
	tolerance	VIF
Bukti Fisik	970	1,031
Daya Tanggap	922	1,085
Kehandalan	648	1,543
Jaminan	660	1,516
Empati	980	1,021

dependent variabel: kepuasan kosumen

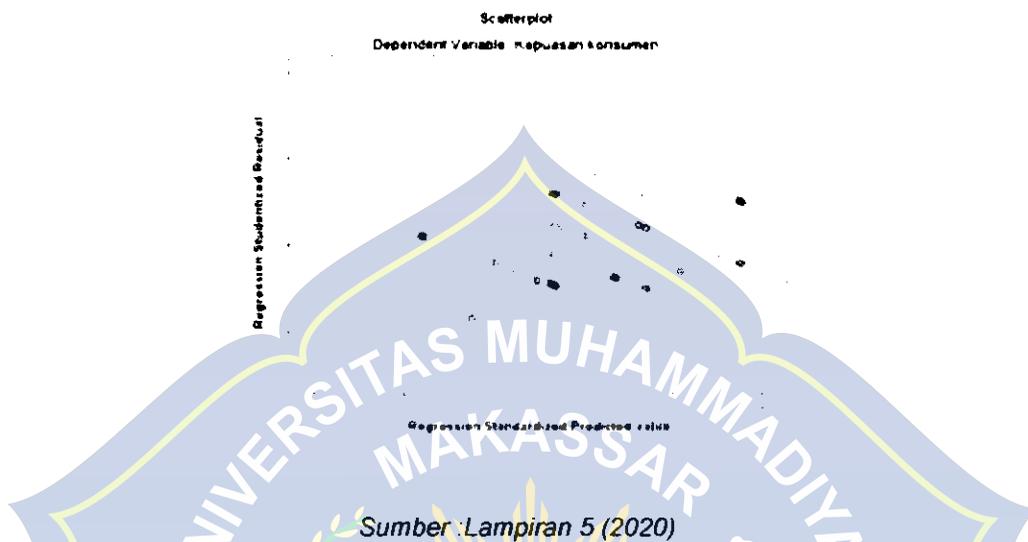
Sumber: Lampiran 5 (2020)

Dari tabel 4.13 terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual pengamatan kepengamatan lain. Uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah secara grafik seperti terlihat pada gambar 4.3 berikut;

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar 4.3 *grafik Scatterplot* dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak, serta menyebarebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi.

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan linier berganda digunakan untuk mengukur variabel independen (bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati) dan variabel dependen (kepuasan konsumen). Pengujian persyaratan analisis klasik dasar regresi yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil variabel-variabel yang memenuhi kualifikasi persyaratan asumsi klasik tersebut. Penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikan model dan interpretasi model regresi secara ringkas, hasil analisis regresi linier berganda terdapat pada tabel berikut;

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linier Berganda

variabel bebas	Variabel Terikat	Coefficients B	Beta	t	sig	Ket.
(constant)		11.686		6.337		
Bukti fisik	Kepuasan konsumen	363	424	5.127	000	Diterima
kehandalan	Kepuasan konsumen	015	012	140	889	Ditolak
Daya tanggap	Kepuasan konsumen	053	053	523	602	Ditolak
Jaminan	Kepuasan konsumen	348	375	3.737	000	Diterima
Empati	Kepuasan konsumen	021	023	274	785	Ditolak
R = 613 R Square = 376 F = 11,337 Sig. = 000						

Sumber : Lampiran 4 (2020)

$$Y = 11,686 + 0,363 X_1 + 0,15X_2 + 0,53X_3 + 0,348X_4 + 0,21X_5$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut;

1. Koefisien konstanta sebesar 11.686 artinya nilai kepuasan konsumen tetap konstan sebesar 11.686
2. Koefisien regresi variabel bukti fisik adalah 0,363 berarah positif, artinya setiap peningkatan kualitas bukti fisik sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,363 poin.
3. Koefisien regresi variabel kehandalan adalah 0,015 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas bukti fisik setiap 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,015

4. Koefisien regresi variabel daya tanggap 0,053, berarah positif, artinya setiap peningkatan kualitas kehandalan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,053 poin.
5. Koefisien regresi variabel kehandalan 0,348 berarah positif, artinya setiap peningkatan kualitas kehandalan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,348 poin.
6. Koefisien regresi variabel daya tanggap adalah 0,021 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas bukti fisik setiap 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,021

5) Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara persial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Hasil pengujian hipotesis secara persial melalui uji t berdasarkan nilai signifikan yang dapat dilihat pada tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa;

- a. Bukti fisik (*Tangibel*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng menggunakan batas signifikan 0,05 dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak, maka kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng meningkat
- b. Kehandalan (*Realibility*) tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng dengan nilai signifikan $0,889 >$

0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak .dapat dikatakan bahwa kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng.

- c. Daya tanggap (*Responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen rumah makan mbak daengan nilai signifikan $0,602 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak .dapat dikatakan bahwa Daya Tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kosumen rumah makan mbak daeng.
- d. Jaminan (*Asurance*) berpengaruh positif signifikan pada kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima .dapat dikatakan bahwa jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kosumen rumah makan mbak daeng, artinya kepuasan konsumen meningkat.
- e. Empati (*Realibilit Empaty*) tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen rumah makan mbak dengan nilai signifikan $0,785 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak .dapat dikatakan bahwa kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kosumen rumah makan mbak daeng.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan seperti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin Makassar. Maka dalam penelitian ini didapat dengan penyebaran angket kepada responden dan pengumpulan kembali. Penelitian ini melakukan pengujian dengan spss versi.24

1. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin Makassar . Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel bukti fisik dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai 0,424. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik secara parsial berpengaruh positif signifikan antara variabel bukti fisik terhadap variabel kepuasan konsumen atau H_0 di terima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh taekhsik gong (2017) dengan judul *the effect of service on costumer, loyalty, and happiness, in five Asian countries* hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian lain yang dilakukan oleh Nur aeni, Muhammad ekshan dan Agustina tanjung, (2019) *the effect of service price and quality on costumer satisfaction online transfortation service*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dapat dilihat dari fasilitas yang disediakan rumah makan mbak daeng layak digunakan dan menarik adapun lokasi yang mudah ditemukan karena terletak dipinggir jalan poros,serta karyawan yang berpenampilan rapi dan bersih sehingga kepuasan kosumen meningkat.

2. Pengaruh kehandalan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin Makassar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,798 lebih besar dari 0,05 ($0,889 > 0,05$), dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,12. menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kehandalan dengan kepuasan konsumen atau H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh dwi aliyah apriani sunarti (2017) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen the little A.coffe Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kehandalan tidak berpengaruh signifikan.

★ Beda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh marwah (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT.PELNI pelabuhan bajo kabupaten manggarai barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Pelayanan yang diberikan kurang cepat dalam menangani pesanan terutama pada saat malam minggu dan pada saat wisuda mahasiswa karena banyaknya reservasi sehingga konsumen kurang puas.

3. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin Makassar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,599 lebih besar

dari 0,05 ($0,602 > 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,53 menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel daya tanggap dengan kepuasan konsumen atau H_0 ditolak.

Daya tanggap kepada konsumen merupakan bentuk layanan kepada konsumen seperti menanggapi dan memberikan solusi kepada konsumen. serta kepedulian karyawan, akan tetapi pada penelitian ini daya tanggap terhadap konsumen tidak begitu berpengaruh dengan kepuasan konsumen. fakta yang mempengaruhi konsumen kurang puas dengan pelayanan rumah makan mbak daeng yaitu pesanan konsumen kadang terlalu lama pada saat ada reservasi karena karyawan kewalahan, sehingga kepuasan konsumen menurun.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Randy setio prabowo (2017) dengan judul pengaruh service quality terhadap customer satisfaction English firsh Surabaya town square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kehandalan dan daya tanggap tidak berpengaruh signifikan.

4. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin Makassar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin makassar. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,000 lebih besar dari 0,05 ($0,000 > 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,375 menunjukkan bahwa jamina berpengaruh positif signifikan secara parsial dengan kepuasan konsumen atau H_0 diterima.

Jaminan yang menjadi variabel untuk mengukur kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin berpengaruh positif signifikan dengan kepuasan konsumen. karyawan rumah makan mbak daeng alauddin Makassar bersikap sopan terhadap konsumen dan mengetahui pesanan kosumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterima.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh. Israk (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen CV. Daeng Kuliner Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan yang paling berpengaruh dalam CV. Daeng Kuliner Makassar. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kim and jum Hwan (2019) dengan judul *the effect of service quality on costumer satisfication and loyalty in usin OVO as E- Wallet in Jakarta*, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin Makassar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,866 lebih besar dari 0,05 ($0,785 > 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,99 menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel empati dengan kepuasan konsumen atau H_0 ditolak.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh. Israk (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan karyawan

terhadap kepuasan konsumen CV. Daeng Kuliner Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan yang paling berpengaruh dan variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan dalam CV. Daeng Kuliner Makassar. Termasuk variabel empati. Beda dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh nirma (2019) pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan toko giant kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan toko giant alauddin Makassar.

Konsumen merasa kurang puas karena karyawan rumah makan mbak daeng alauddin terkadang tidak memperhatikan kebutuhan konsumen.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

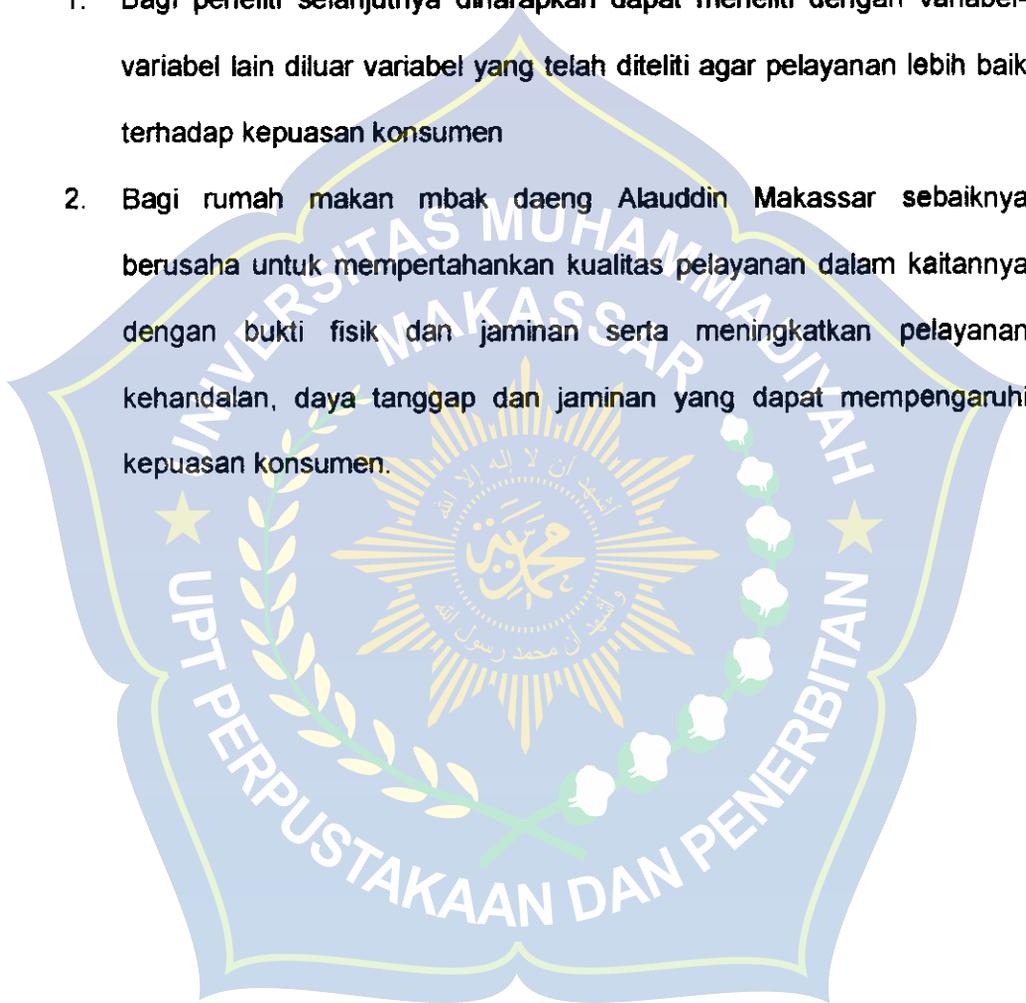
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati* Terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak daeng alauddin Makassar. Dari rumusan masalah, maka analisis data yang diajukan dalam pembahasan bab sebelumnya, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan.

1. Berdasarkan analisis secara pasial Bukti fisik (x1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin Makassar. Artinya kepuasan konsumen meningkat
2. Berdasarkan analisis secara pasial Kehandalan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin Makassar.
3. Berdasarkan analisis secara pasial Daya tanggap (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin Makassar.
4. Berdasarkan analisis secara pasial Jaminan (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin Makassar. Yang artinya kepuasan konsumen meningkat
5. Berdasarkan analisis secara pasial Empati (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mbak daeng alauddin Makassar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka di ajukan saran –saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut;

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti agar pelayanan lebih baik terhadap kepuasan konsumen
2. Bagi rumah makan mbak daeng Alauddin Makassar sebaiknya berusaha untuk mempertahankan kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan bukti fisik dan jaminan serta meningkatkan pelayanan kehandalan, daya tanggap dan jaminan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahri lubis and andayani, N.R, (2017) *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pt.sucofindo Batam*. Jurnal Of Business Administration. Vol 1, No.2 September 2017
- Alma, Buchari (2005) *manajemen pemasaran*. Alfabeta: Bandung
- Apriani, DA. (2017) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pasada Konsumen The Little A. Coffe Shop Sidoarjo)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 51 No.2 oktober 2017
- Atmaja, AK. (2011) *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*.(studi kasus PT. garuda fantastic Bogor). Fakultas ekonomi. Universitas diponegoro: semarang
- Bernadine. (2005) *analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan*.(studi kasus rumah makan pondok laras kelapa dua). Jurnal ekonomi perusahaan. Vol 13. No.3
- Fathoni, M.A. and Hardianti T, (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deefublish
- Israk M, (2019) *pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen*.(studi kasus pada cv.daeng kuliner Makassar). Skripsi fakultas ekonomi dan bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Jaya Sukma.(2018). *Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Geprek Bensu Di Bandar Lampung*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institute Informatika Dan Bisnis Darmajayaa Bandar Lampung
- Jun Hwan and kim (2019) *The Effect Of Service Quality On Costumer Satisfaction And Loyalty In Using OVO As E- Wallet In Jakarta*. Tesis Manajemen IPMI.
- Kotler dan Keller. (2007). *manajemen pemasaran*. Edisi 12. Jakarta
- Kotler, Philip.(1997) *manajemen pemasaran*. Edisi 1:jakarta
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran, jilid 1 edisi ke 13*. Jakarta:Erlangga

- Lisdayanti, (2018) *.Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumentaxi Online (Grab Car) Di Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
- Malhotra and Naresh.K, (2006) *Riset Pemasaran*. Jilid 2.jakarta:PT. Indeks
- Marwah, (2019) *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Peln pelabuhan Labuan bajo kabupaten manggarai barat*. fakultas ekonomi dan bisnis. Makassar
- Moenir, (1992). *manajemen pelayanan umum*. Jakarta : Bumi Aksara
- Mutiawati Et Al, (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta. Deepublish
- Nilasari, E And Istiatin. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT.Ramayanan Motor Sukoharjo*.Jurnal Paradigm Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
- Nirma .(2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pelanggan Pada Toko Giant Kota Makassar*. [Skripsi] Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar
- Nur Aeni, Dkk. (2019) *the effect of service and quality on costumer satisfaction online transportation service*. Scool of business pelita bangsa.vol. 1 No. 25 agustus 2019
- Panjaitan, J.E And Yuliati, A.L. (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Bandung*. Jurnal Manajemen, Vol 11 No. 2 Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom
- Prabowo, RS. (2017) *pengaruh service quality terhadap costumer satification English first Surabaya town square*. Jurnal Manajemen bisnis, universitas Kristen pesta vol.5 no. 3
- Riayanto, Agus (2015) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepusan Konsumen pada Rumah Makan SPP (Special super penyot)*. Artikel Publikasi.universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rizal achmad, (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Diera Masyarakat Industry 4.0*. Yogyakarta. Deepublish
- Situmeanga (2017) *pengaruh pengawasan dan pengalamn kerja pada PT. Mitra Karya Anugrah*.Jumal Vol. 2,No 02

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sulistyawati, N.M.A And seminari N.K (2015) *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran indus ubud Gianyar*. *Jurnal Manajemen Unud* Vol. 4 No. 8
- Taeshik Gong, (2017) *The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and Happiness in Fave Asian Countries*. *Bisnis and Economics*. Hanyang university ERICA.
- Tangkilisan. H.Ns, (2005) *Manajemen publik*. Jakarta: gramedia widiasarana Indonesia
- Tjiptono, Fandy.(2005) *strategi pemasaran*. Yogyakarta
- Tri U.W (2017) *dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek (studi kasus mahasiswa UIN Sumatra)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sumatra
- Yuliami And Riyasa, p. (2007) *analisis factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanana PDAM kota denpasar*. *bulletin studi ekonomi* vol. 12 no. 1



1. LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MBAK DAENG ALAUDDIN MAKASSAR

PETUNJUK PENGISIAN JAWABAN

1. Kuesioner ini untuk menjawab pendapat anda tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dan berilah tanda (√) pada jawaban yang anda pilih.

Keterangan:

- SS = Sangat setuju :5
 S =Setuju :4
 KS =Kurang setuju :3
 TS =Tidak Setuju :2
 STS =Sangat tidak setuju :1

3. Dalam menjawab pertanyaan tidak ada yang salah, oleh sebab itu usahakan tidak ada yang dikosongkan.
4. Saya mengucapkan terima kasih atas partisipasi dalam menyukseskan penelitian ini.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Mohon tulislah identitas anda dengan benar.
 - a. Nama :
 - b. Pekerjaan :
 - c. Jenis kelamin : 1. Laki-laki 2. Perempuan
 - d. Umur :

B. KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN MBAK DAENG ALAUDDIN MAKASSAR.

Petunjuk: pilihlah salah satu jawaban yang dinggap paling sesuai tentang kualitas pelayanan, yang diberikan mbak daeng alauddin dengan memberi tanda ceklis (√) pada kolom yang tersedia.

No.	Variabel bukti fisik (Tangibles)	SS	S	KS	TS	STS
1.	Fasilitas yang disediakan mbak daeng alauddin (meja makan,kursi, tempat cuci tangan /wastavel,interior ruangan. penerangan dll) menarik/layak digunakan					
2.	Lokasi mbak daeng alauddin mudah ditemukan.					
3.	Karyawan mbak daeng alauddin berpenampilan rapih dan bersih					

No.	Kehandalan (Realibility)	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan Mbak daeng cepat dalam menangani pesanan					
2.	Karyawan peduli terhadap pengunjung					
3.	Karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan anda					

No.	Daya Tanggap (Responsiveness)	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tidak terlalu lama dalam memesan makana atau minuman					
2.	Saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan					
3.	Penyampaian informasi diberikan dengan jelas					

No.	Jaminan (Asurance)	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan mbak daeng bersikap sopan saat melayani					
2.	Karyawan mbak daeng memiliki pengetahuan tentang pesanan anda					
3.	Anda merasa nyaman pada saat berada dirumah makan mbak daeng alauddin					

No.	Empati (Empaty)	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan mbak daeng memberikn perhatian saat anda membutuhkannya					
2.	Karyawan mbak daeng memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status social					
3.	Karyawan berkomunikasi dengan baik saat melayani					

No.	Kepuasan Konsumen	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya berminat berkunjung kembali kerumah makan mbak daeng					
2.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain atas kenyamanan yang diberikan mbak daeng					
3.	Saya merasa puas terhadap kenyamanan, keamanan, dan kebersihan mbak daeng					
4.	Saya puas dengan tanggapan yang diberikan ketika ada kebutuhan					
5.	Saya nyaman dengan pelayanan yang diberikan					

2. LAMPIRAN 2 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

UJI VALIDITAS

1. Bukti Fisik (X1)

Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	Bukti Fisik
X1.1	Pearson Correlation	1	.931	.775	.955
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.931	1	.848	.978
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.775	.848	1	.914
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Bukti Fisik (x1)	Pearson Correlation	.955	.978	.914	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

2. Kehandalan

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	Kehandalan
X2.1	Pearson Correlation	1	.030	.081	.419
	Sig. (2-tailed)		.765	.425	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.030	1	.781	.867
	Sig. (2-tailed)	.765		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.081	.781	1	.890
	Sig. (2-tailed)	.425	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kehandalan	Pearson Correlation	.419	.867	.890	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

3. Daya Tanggap(x3)

Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	Daya Tanggap
X3.1	Pearson Correlation	1	.550	.512	.771
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.550	1	.979	.952
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.512**	.979**	1	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Daya Tanggap	Pearson Correlation	.771**	.952**	.938**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

4. Jaminan (x4)

Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	Jaminan
X4.1	Pearson Correlation	1	.826**	.814**	.940**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.826**	1	.815**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.814**	.815**	1	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Jaminan(x4)	Pearson Correlation	.940**	.936**	.936**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

5. Empati (x5)

Correlations					
		X5.1	X5.2	X5.3	empati
X5.1	Pearson Correlation	1	.916**	.917**	.975**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.916**	1	.893**	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.917**	.893**	1	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Empati(x5)	Pearson Correlation	.975**	.966**	.966**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

6. Kepuasan konsumen

Correlations							
		Y.1	Y2	Y3	Y4	Y5	Kepuasan konsumen
Y.1	Pearson Correlation	1	.113	.144	.743	.348	.675
	Sig. (2-tailed)		.264	.152	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.113	1	.753	.109	.188	.658
	Sig. (2-tailed)	.264		.000	.281	.061	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.144	.753	1	.113	.277	.697
	Sig. (2-tailed)	.152	.000		.264	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.743	.109	.113	1	.385	.677
	Sig. (2-tailed)	.000	.281	.264		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.348	.188	.277	.385	1	.660
	Sig. (2-tailed)	.000	.061	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.675	.658	.697	.677	.660	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

UJI RELIABILITY

1. Bukti Fisik (x1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.945	.945	3

2. Kehandalan (x2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.603	.559	3

3. Daya Tanggap (x3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.866	.865	3

4. Jaminan (x4)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.603	.559	3

5. Empati (x5)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.866	.865	3

3. LAMPIRAN 3 DISTRIBUSI FREKUENZI

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	45	45.0	45.0	45.0
	Perempuan	55	55.0	55.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <19	14	14.0	14.0	14.0
20-25	52	52.0	52.0	66.0
26-30	10	10.0	10.0	76.0
30-35	6	6.0	6.0	82.0
31-35	2	2.0	2.0	84.0
36-40	9	9.0	9.0	93.0
40-45	1	1.0	1.0	94.0
41-45	3	3.0	3.0	97.0
46-50	2	2.0	2.0	99.0
51-55	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bartender	1	1.0	1.0	1.0
Guru	5	5.0	5.0	6.0
ibu rumah	10	10.0	10.0	16.0
karyawan	22	22.0	22.0	38.0
kontraktor	1	1.0	1.0	39.0
Mahasiswa	37	37.0	37.0	76.0
panwas	1	1.0	1.0	77.0
pedagang	1	1.0	1.0	78.0
Pelajar	6	6.0	6.0	84.0
pengusaha	1	1.0	1.0	85.0
penyuluhan	1	1.0	1.0	86.0
PNS	7	7.0	7.0	93.0
pustakawan	1	1.0	1.0	94.0
TNI	3	3.0	3.0	97.0
wiraswasta	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.0	3.0	3.0
3	18	18.0	18.0	21.0
4	50	50.0	50.0	71.0
5	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	17	17.0	17.0	20.0
	4	52	52.0	52.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	14	14.0	14.0	16.0
	4	61	61.0	61.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics		
	N	Mean
X1.1	100	4.05
X1.2	100	4.05
X1.3	100	4.05
Valid N (listwise)	100	

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	36	36.0	36.0	37.0
	4.00	62	62.0	62.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	12	12.0	12.0	14.0
	4.00	59	59.0	59.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	18	18.0	18.0	19.0
	4.00	53	53.0	53.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics		
	N	Mean
X2.1	100	3.6300
X2.2	100	4.1100
X2.3	100	4.0800
Valid N (listwise)	100	

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	53	53.0	53.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	17.0	17.0	17.0
	4.00	50	50.0	50.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	15	15.0	15.0	15.0
	4.00	52	52.0	52.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics		
	N	Mean
X3.1	100	4.1900
X3.2	100	4.1600
X3.3	100	4.1800
Valid N (listwise)	100	

X4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	4	4.0	4.0	7.0
	4.00	46	46.0	46.0	53.0
	5.00	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	8	8.0	8.0	9.0
	4.00	53	53.0	53.0	62.0
	5.00	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	12	12.0	12.0	13.0
	4.00	50	50.0	50.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics		
	N	Mean
X4.1	100	4.3700
X4.2	100	4.2800
X4.3	100	4.2300
Valid N (listwise)	100	

X5.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	22	22.0	22.0	22.0
	4.00	51	51.0	51.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	21	21.0	21.0	21.0
	4.00	57	57.0	57.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	18.0	18.0	18.0
	4.00	55	55.0	55.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics		
	N	Mean
X5.1	100	4.0500
X5.2	100	4.0100
X5.3	100	4.0900
Valid N (listwise)	100	

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	58	58.0	58.0	58.0
	5.00	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	7.0	7.0	7.0
	4.00	67	67.0	67.0	74.0
	5.00	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	6.0	6.0	6.0
	4.00	64	64.0	64.0	70.0
	5.00	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.0	1.0	1.0
	4.00	61	61.0	61.0	62.0
	5.00	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	4.00	53	53.0	53.0	54.0
	5.00	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics		
	N	Mean
Y.1	100	4.4200
Y2	100	4.1900
Y3	100	4.2400
Y4	100	4.3700
Y5	100	4.4400
Valid N (listwise)	100	

4. LAMPIRAN 4 ANALISIS REGRESI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	.376	.343	1.44914

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119.039	5	23.808	11.337	.000 ^b
	Residual	197.401	94	2.100		
	Total	316.440	99			

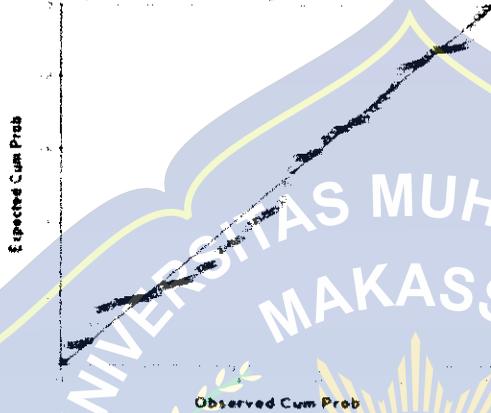
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.686	1.844		6.337	.000
	Bukti Fisisk	.363	.071	.424	5.127	.000
	Kehandalan	.015	.105	.012	.140	.889
	Daya Tanggap	.053	.100	.053	.523	.602
	Jaminan	.348	.093	.375	3.737	.000
	empati	.021	.075	.023	.274	.785

5. LAMPIRAN 5 UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

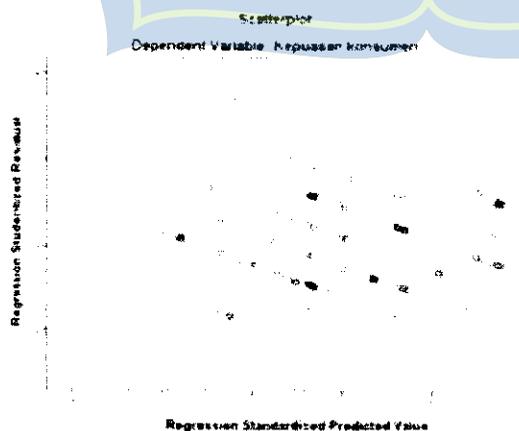
Dependent Variable: Kepuasan konsumen



2. Uji multikolonieritas

Model		Coefficients ^a	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Bukti Fisisk	.970	1.031
	Kehandalan	.922	1.085
	Daya Tanggap	.648	1.543
	Jaminan	.660	1.516
	Empati	.980	1.021

3. Uji heteroskedasitas



WR.MBAK DAENG ALAUDDIN
Jln. Sultan Alauddin No. 84 Tjiri 082383146716
Makassar - Sulsel

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama: **Besti Ariyati**
Jabatan: **Manajer Cabang**

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang berkegiatan

Nama: **LEFIYANAH**
Nim: **18721129416**
Jurusan: **Manajemen**
Universitas: **Muhammadiyah Makassar**

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian/kegiatan di WR.Mbak Daeng Alauddin
selama satu bulan, memberikan masukan/wisdom/idea sebagai bentuk pengabdian ilmiah
dengan jujur, tinggi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RUMAH
MBAK DAENG ALAUDDIN Makassar

Dengan ini surat keterangan ini surat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan
sebagaimana mestinya

Makassar, 10 Oktober 2020

Manajer Cabang

MBAK DAENG
WR.MBAK DAENG ALAUDDIN
(Besti Ariyati)



BIOGRAFI PENULIS



Lilis Rosanti, biasa di panggil lilis Lahir di Desa Tellangkere kecamatan tellulimpoe kabupaten Bone pada tanggal 17 januari 1998 dari pasangan Bapak Juni dan Ibu Suniati. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Pendidikan yang ditempuh peneliti yaitu pendidikan sekoah dasar di SD Inpres 12/79 Tellangkere lulus tahun 2010, melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMPN 2 Lamuru lulus tahun 2013, kemudian melanjutkan pendididkan di SMA Negeri 15 Makassar lulus tahun 2016, dan Mulai tahun 2016 mengikuti program S1 Manajemen Universitas muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulis skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Makasssar.

