

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
CV. DAENG KULINER MAKASSAR**

SKRIPSI

**OLEH
MUH ISRAK
NIM 105720520415**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
CV. DAENG KULINER MAKASSAR**

SKRIPSI

**OLEH
MUH ISRAK
NIM 105720520415**

The logo of Universitas Muhammadiyah Makassar is a shield-shaped emblem. It features a central sunburst with Arabic calligraphy. The text 'UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH' is written along the top inner edge, and 'LEMBAGA PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN' is written along the bottom inner edge. There are two yellow stars on either side of the central emblem.

Diajukan untuk memenuhi salah satu
syarat meraih gelar sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan),

tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

(Q.S. Al-Insyirah 5-8)

Selalu berdoa dan berusaha, tetap semangat walau semangat kita dipatahkan oleh orang lain.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skrripsi ini adalah bagian dari ibadahku kepada ALLAH SWT, karena kepadaNya kami menyembah dan kepadaNya kami mohon pertolongan.

Sekaligus ungkapan terima kasihku kepada:

Bapak dan Ibuku yang selalu memberikan motivasi dalam hidupku

Tante yang selalu memberikan inspirasi dalam hidupku

Misnawati yang selalu memberikan motivasi dan selalu ada untuk membantu

Teman satu kelas yang selalu ada untuk memberikan bantuan selama empat

tahun

Teman-teman kost yang selalu ada untuk menemani



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Fax. (0411)860 132 Makassar 90221

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap
Kepuasan Konsumen pada CV. Daeng Kuliner Makassar

Nama Mahasiswa : MUH. ISRAK

NIM : 10572 05204 15

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diajukan di depan Panitia Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada hari Senin tanggal 21 Oktober 2019 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 21 Oktober 2019

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Agus Salim HR., S.E., M.M.
NIDN: 0911115703

Andi Ristah Risaldi, S.E., M.M.
NIDN: 0918058602

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

Isdati Rasufong, S.E., M.M.
NBM: 903 078

Muh. Nur R., S.E., M.M.
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Fax. (0411)860 132 Makassar 90221

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini atas nama **MUH. ISRAK**, NIM: **10572 05204 15**, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar No. 0015/SK-Y/61201/091004/2019 M, tanggal 21 Shafar 1441 H/ 21 Oktober 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 21 Shafar 1441 H
21 Oktober 2019 M

Panitia Ujian :

Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, S.E., M.M. (Rektor Unismuh Makassar) 

Ketua : Ismail Rasulong, SE., M.M. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 

Sekretaris : Dr. Agus Salim HR., S.E., M.M. (WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 

Penguji : 1. Dr. Agus Salim HR., S.E., M.M. 
2. Dr. Ismail Badollahi, S.E., M.Si. Ak. CA. CSP. 
3. Dr. Akhmad, S.E., M.Si. 
4. Syafaruddin, S.E., M.M. 

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, S.E., M.M.
NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Fax. (0411)860 132 Makassar 90221

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUH. ISRAK

Stambuk : 10572 05204 15

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Daeng Kuliner Makassar**

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya Sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun.

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

Makassar, 21 Oktober 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Muh. Israk

NIM: 10572 05204 15

Diketahui Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen



Ismail Rasdiong, S.E., M.M.

NBM : 903078

Muh. Nur R., S.E., M.M.

NBM : 1085576

ABSTRAK

Muh Israk. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Daeng Kuliner Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Pada CV. Daeng Kuliner Makassar.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling sebanyak 80 sampel.

Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda (*multi linear regression*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas *Realibility (X1)*, *responsiveness (X2)*, *assurance (X3)*, *emphaty (X4)*, dan *tangible (X5)* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif. Di mana Persamaan regresi $Y = -4,650 + 0,232 + 0,189 + 0,190 + 0,274 + 0,264 + 1,202$.

Selain itu, dengan uji F dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau 0%. Namun berdasarkan uji parsial (t), semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan untuk Bukti fisik sebesar 058 atau 5,8%; Keandalan sebesar 080 atau 8,0%; Daya tanggap sebesar 057 atau 5,7%; Jaminan 080 atau 8,0% dan Empati sebesar 096 atau 9,6%.

Dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan CV. Daeng Kuliner Makassar, variabel yang paling dominan adalah variabel Jaminan berdasarkan pada nilai Beta sebesar 211 atau 2,11.

Kata kunci : Kepuasan pelanggan, Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati.

ABSTRACT

Muh Israk. 2019. The Influence of Employee Service Quality on Consumer Satisfaction in the CV. Daeng Culinary Makassar. This study aims to determine and analyze how much influence the quality of service on the level of satisfaction felt by customers in the CV. Daeng Culinary Makassar.

The research method used in this research is the method of observation, interviews, questionnaires, and literature study using a Likert scale and the sampling method used is accidental sampling of 80 samples.

The analytical method used is multiple linear regression method (multi linear regression). The results showed that the quality of service consisting of reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4), and tangible (X5) together had a positive influence. Where the regression equation $Y = -4,650 + 0,232 + 0,189 + 0,190 + 0,274 + 0,264 + 1,202$.

In addition, the F test shows that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significance level of 0,000 or 0%. But based on the partial test (t), all variables have a significant effect on customer satisfaction with a significant level for physical evidence of 058 or 5.8%; Reliability of 080 or 8.0%; Responsiveness of 057 or 5.7%; Guarantee 080 or 8.0% and Empathy of 096 or 9.6%.

Of the five variables that affect customer satisfaction CV. Makassar Culinary Daeng, the most dominant variable is the Guarantee variable based on a Beta value of 211 or 2.11.

Keywords: customer satisfaction, physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat 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 manakala penulisan proposal yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Daeng kuliner makassar”

Proposal 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 kedua orang tua saya. yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara-saudarku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

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

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman rahim, SE.,MM.,Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Bapak Ismail Rasullong, SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur R.,SE.,MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Agussalim, HR, SE., MM., selaku pembimbing I yang telah berkenang membantu selama dalam penyusunan proposal hingga ujian proposal.
5. Bapak Andi Riafan Rizaldi, SE., MM., selaku pembimbing II yang telah berkenang membantu selama dalam penyusunan proposal sampai ujian proposal
6. Bapak/ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi angkatan 2017 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis 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 yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fisabilil Haq fastabiqul khairat, Wassalamualaikum Wr.Wb

Makassar, 30 Maret 2018

Penulis

Muh Israk



DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | vi |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | v |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | vi |
| ABSTRAK BAHASA INDONESIA | vii |
| ABBSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 3 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 3 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 3 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 4 |
| A. Pengertian Jasa/Pelayanan..... | 4 |
| B. Kualitas Pelayanan..... | 5 |
| C. Indikator Pelayanan..... | 7 |
| D. Kepuasan Konsumen | 8 |
| E. Jenis – Jenis Konsumen..... | 9 |
| F. Indikator Kepuasan Konsumen..... | 10 |
| G. Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| H. Kerangka Pikir..... | 12 |
| I. Hipotesis | 13 |

| | |
|--|----|
| BAB III METODE PENELITIAN | 14 |
| A. Jenis Penelitian | 14 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 14 |
| C. Definisi Operasional dan Pengukuran | 14 |
| D. Tehnik Pengumpulan Data..... | 15 |
| E. Jenis dan Sumber Data..... | 17 |
| F. Populasi dan Sampel | 17 |
| G. Metode Analisi Data | 19 |
| BAB IV GAMBAR UMUM DAN LOKASI PENELITIAN | 23 |
| A. Sejarah CV. Daeng Kuliner Makassar | 23 |
| B. Visi dan Misi CV. Daeng Kuliner Makassar | 23 |
| C. Struktur Organisasi CV. Daeng Kuliner Makasar..... | 24 |
| D. Jenis Usaha yang di Kelola..... | 25 |
| E. Jenis Usaha yang Direncanakan..... | 25 |
| F. Hasil Penelitian dan Pembahasan..... | 25 |
| G. Variabel Kualitas Pelayanan yang Dominan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 49 |
| BAB V PENUTUP | 52 |
| A. KESIMPULAN..... | 52 |
| B. SARAN | 52 |
| Daftar Pustaka | 54 |
| LAMPIRAN | 56 |
| DAFTAR LAMPIRAN. | |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semua manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya maka kebutuhan tersebut ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhan, manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang ada. Abraham Maslow mengemukakan teori hirarki kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan fisiologis/dasar, kebutuhan akan rasa aman dan tentram, kebutuhan untuk dicintai dan disayangi, kebutuhan untuk dihargai, dan kebutuhan untuk aktualisasi diri. Dari hirarki tersebut, kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan yang paling mendasar, dimana kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan yang paling kuat dan paling jelas untuk mempertahankan hidup secara fisik. Salah satu dari kebutuhan fisiologis tersebut adalah kebutuhan akan makanan.

Masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih menyukai memenuhi kebutuhan pangan mereka dengan mengkonsumsi makanan yang dibeli dari rumah makan, depot, dan lainnya. Hal tersebut dikarenakan budaya yang muncul seperti malas untuk memasak sendiri di rumah dan cita rasa masakan rumah makan yang memiliki image lebih enak daripada masakan buatan sendiri. Berdasarkan pada fakta diatas, banyak perusahaan yang tertarik untuk membuka bisnis makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain dari nilai investasi yang cenderung lebih kecil, juga adanya potensi pasar yang besar.

Semakin ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005). Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan 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.

Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono,Fandy,2014). Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya (Alma, 2013). CV. Daeng kuliner Makassar merupakan rumah makan yang menyajikan berbagai makanan khas Indonesia yang telah memiliki beberapa cabang di Makassar, salah satunya adalah di Jl.Pengayomanyang berarti memiliki banyak pesaing. Rumah makan ini tidak hanya menyajikan makanan khas Indonesia yang enak namun mereka menyadari bahwa perlunya kualitas layanan yang dibutuhkan untuk memuaskan para pelanggan sehingga dapat menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap CV. Daeng kuliner Makassar. Rumah makan ini merupakan rumah makan menengah ke atas yang menerapkan kualitas layanan jasa seperti menyediakan tempat makan yang nyaman, bersih, dan rapi. CV.Daeng kuliner Makasssar melayani pelanggan dengan ramah pada saat memesan menu dan dengar tepat menyajikan menu yang dipesan oleh pelanggan (*reability/keandalan*). Selain itu, pelayan CV. Daeng kuliner Makassar siap memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada pelanggan serta membantu pelanggan yang mengalami masalah dalam memilih pesanan yang di inginkan (*responsiveness/daya tanggap*).

Seluruh pelayanan CV.Daeng kuliner Makassar telah dilatih untuk menguasai produk helix dengan baik sehingga Msing-masing pelayan mengerti terhadap menu-menu makanan yang disajikan oleh CV.Daeng kuliner Makassar dan memahami apa yang di inginkan oleh pelanggan. Penelitian mengangkat tema pengaruh kaulitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Daeng kuliner Makassar

karena peneliti ingin mengetahui apakah pelanggan di rumah makan tersebut merasa puas terhadap strategi kualitas pelayanan yang dijalankan.

B. Rumusan Masalah

Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Daeng kuliner Makassar ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di CV. Daeng kuliner Makassar

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi penulis

Untuk menambah kajian ilmu manajemen khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut terkait dengan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang diterapkan oleh CV. Daeng kuliner makassar, sehingga dapat menjadi masukan yang berarti bagi perkembangan CV. Daeng kuliner makassar di masa yang akan datang. Penelitian ini dapat juga menjadi bahan referensi bagi CV. Daeng kuliner makassar dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih baik dalam mencapai tujuan perusahaan.

3. Manfaat Bagi Universitas Muhammadiyah makassar

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti di masa yang akan datang yang mengambil topik yang sama dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Jasa atau Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Sedangkan menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutindan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Sedangkan menurut Groonros dalam Atik dan Ratminto (2012) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Berbeda dengan Supranto (2011) mengatakan bahwa pelayanan atau jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut.

Menurut Philip Kotler dalam Supranto (2011) karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Intangible* (tidak terwujud) Suatu jasa memiliki sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh

seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi) Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.
4. *Perishability* (tidak tahan lama) Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor. Sedangkan menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang maupun sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan prosedur dan sistem yang telah ditetapkan sebelumnya.

B. Kualitas pelayanan

Pelayanan Terdapat enam faktor yang mendukung terlaksananya pelayanan bisnis yang baik dan memuaskan (Moenir, 2010: 88-119) antara lain:

1. Faktor Kesadaran Suatu proses berpikir melalui metode renungan, pertimbangan dan perbandingan, sehingga menghasilkan keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan dalam jiwanya sebagai pangkal tolak untuk perbuatan dan tindakan yang akan dilakukan kemudian.
2. Faktor Aturan Aturan adalah perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Makin maju dan majemuk suatu masyarakat makin besar peranan aturan dan dapat dikatakan orang tidak dapat hidup layak dan tenang tanpa aturan. Pertimbangan pertama manusia sebagai subyek aturan ditujukan kepada hal-hal yang penting, yaitu :
 - a. Kewenangan

- b. Pengetahuan dan pengalaman
 - c. Kemampuan bahasa
 - d. Pemahaman oleh pelaksana
 - e. Disiplin dalam pelaksanaan
3. Faktor Organisasi Organisasi pelayanan pada dasarnya tidak berbeda dengan organisasi pada umumnya tetapi ada sedikit perbedaan dalam penerapannya, karena sasaran pelayanan ditujukan secara khusus kepada manusia yang mempunyai watak dan kehendak multi kompleks. Faktor Pendapatan Pendapatan ialah seluruh penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga dan/atau pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan/organisasi, baik dalam bentuk uang, natura maupun fasilitas, dalam jangka waktu tertentu.
4. Faktor Kemampuan dan Keterampilan Kemampuan berasal dari kata dasar mampu yang dalam hubungan dengan tugas/pekerjaan berarti dapat (kata sifat/keadaan) melakukan tugas/pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan yang diharapkan. Kata jadian kemampuan dengan sendirinya juga kata sifat/keadaan yang ditujuka pada sifat atau keadaan seseorang yang dapat melaksanakan tugas/pekerjaan atas dasar ketentuan-ketentuan yang ada.
5. Faktor Sarana Pelayanan Sarana pelayanan yang dimaksud disini ialah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhungan dengan organisasi kerja itu. Fungsi sarana pelayanan tersebut antara lain :
- a. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan sehingga dapat menghemat waktu.
 - b. Meningkatkan produktivitas, baik barang maupun jasa.
 - c. Kualitas produk yang yang lebih baik atau terjamin.
 - d. Ketepatan susunan dan stabilitas ukuran terjamin.
 - e. Lebih mudah atau sederhana dalam gerak para pelakunya.
 - f. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan.

g. Menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka. Oleh sebab itu, peran sarana pelayanan cukup penting disamping unsur manusianya. Upaya meningkatkan produktivitas kerja dan mutu pelayanan yang diberikan suatu anggota pemerintah maupun swasta kepada masyarakat atau kliennya harus pula dikaitkan dengan pengetahuan dan keterampilan para anggota tersebut. Artinya rendahnya produktivitas kerja dan mutu pelayanan yang diberikan seorang pegawai tidak semata-mata disebabkan oleh tindakan dan perilaku yang disfungsional akan tetapi sangat mungkin karena tingkat pengetahuan dan keterampilan yang tidak sesuai dengan tugas yang dipegang olehnya.

C. Indikator Kualitas pelayanan

Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry dalam Hardiansyah (2011:46) Indikator dari pelayanan yaitu :

- 1) *Reliability* atau keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
- 2) Daya tanggap atau *responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- 3) Jaminan atau *assurance* merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengonsumsi jasa yang ditawarkan.
- 4) Empati atau *emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian pada konsumen secara individu, termasuk juga akan kepekaan akan kebutuhan konsumen.

- 5) Bunti fisik atau *tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa pada konsumen.

D. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Husain Umar 2013). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012). yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

- a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

E. Jenis-jenis konsumen

Secara umum konsumen dapat dikenali dengan mudah, yaitu para pengguna suatu barang maupun jasa. Mengacu pada pengertian konsumen di atas, jenis konsumen adalah sebagai berikut:

A. Konsumen Perorangan (*Personal Consumer*)

Pengertian konsumen perorangan (*personal consumer*) adalah konsumen yang membeli/ memakai suatu produk (barang/ jasa) untuk keperluan diri sendiri.

Personal consumer sering juga disebut dengan istilah *end user*. Contoh konsumen akhir; individu, keluarga.

B. Konsumen Organisasi (*Organizational Consumer*)

Pengertian konsumen organisasi (*organizational consumer*) adalah konsumen yang membeli/ memakai suatu produk (barang/ jasa) untuk keperluan operasional organisasi tersebut. Misalnya perusahaan yang membeli bahan baku atau keperluan lain agar perusahaan dapat beroperasi. Contoh konsumen organisasi atau konsumen antara; distributor, agen, pengecer.

F. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut teori Kottler dalam jurnal Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

1. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
2. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
3. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan perilaku konsumen, seperti beberapa penelitian dibawah ini yaitu:

Penelitian Kristanto (2013). Penelitian dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada toko bangunan Kencana Sari Magelang, objek penelitian adalah konsumen toko sebanyak 100 orang. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah didapatkan rata-rata hitung (*arithmetic mean*) pada tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di toko Kencana Sari Magelang. Dari hasil perhitungan dapat diketahui ada lima dimensi kualitas

pelayanan, sehingga dapat diketahui dimensi mana yang memuaskan dan tidak memuaskan konsumen. Kemudian dianalisis juga perbedaan tingkat kepuasan konsumen dilihat dari segi jenis kelamin, golongan usia dan tingkat pendidikan, supaya pihak toko bangunan Kencana Sari Magelang dapat lebih meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dari semua segi.

Penelitian yang dilakukan oleh Indahsari (2011) bertujuan mengetahui kepuasan konsumen pada lima dimensi pelayanan pasar swalayan ADA Semarang, yaitu dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dalam menanggapi persaingan usaha retail di Semarang. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah: penyebaran kuesioner, interpretasi data dengan *arithmetic mean* dan *one sample t test*, skala pengukuran adalah skala *linkert*. Dari penelitian ini didapatkan: konsumen merasa puas pada kelima dimensi pelayanan, meskipun tingkat kepuasan masing-masing berbeda, dimensi yang paling memuaskan adalah dimensi *reliability*.

Penelitian yang dilakukan Krista (2011) bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh faktor ketidakpuasan konsumen, karakteristik katagori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek rokok. Faktor manakah yang paling menentukan konsumen melakukan perpindahan merek rokok.

Metode pengumpulan data yaitu: penyebaran kuesioner sebanyak 120 eksemplar yang diteliti sebanyak 100 responden saja, untuk merealisasikan tujuan penelitian tersebut, teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara teoritis yang telah dilakukan, diperoleh hasil secara simultan bahwa faktor ketidakpuasan konsumen, karakteristik katagori produk dan kebutuhan mencari variasi memiliki pengaruh yang nyata terhadap keputusan perpindahan merek rokok filter di Yogyakarta. Sedangkan berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan metode *step wise*

diketahui bahwa faktor yang paling dominan dalam keputusan perpindahan merek rokok adalah faktor karakteristik kategori produk.

Berdasarkan jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar IM3” (Sumani, April 2010, Vol. 5, p.36) “variabel kualitas produk meliputi variabel kinerja, ciri – ciri atau keistimewaan tambahan, kehandalan, daya tahan, serviceability, estetika, kualitas yang dipersepsikan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu pra bayar IM3, hal ini dapat dilihat dari masing – masing nilai t hitung pada variabel bebas yang lebih besar dari t tabel. Kualitas yang dipersepsikan tersebut yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu pra bayar im3 adalah variabel keistimewaan tambahan (*feature*), artinya hipotesis ketiga di tolak.

H. Kerangka Pikir

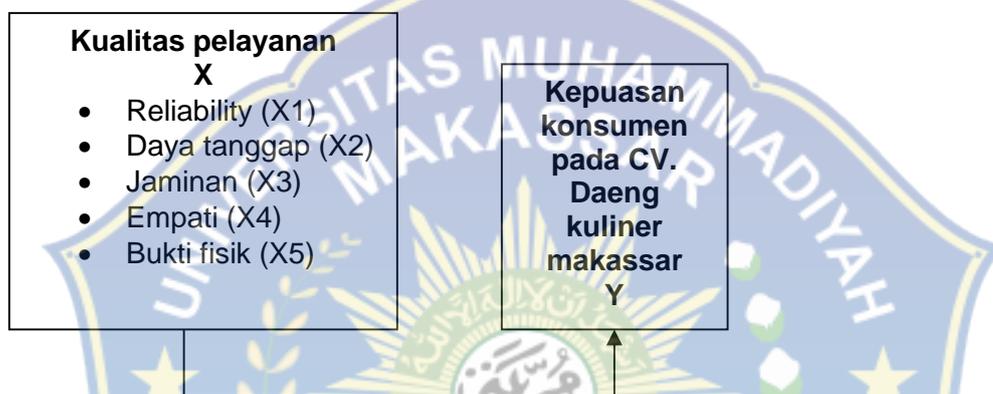
Suatu perusahaan yang menginginkan agar perusahaannya dapat beroperasi terus menerus harus mampu memberikan kepuasan terhadap setiap pelanggan. Kerangka pikir dalam penelitian ini merupakan dasar teori sebagaimana dinyatakan oleh Parasuraman et al. (1990) mengenai kualitas pelayanan. Tujuan utama suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen merasa puas karena kepuasan konsumen merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari profitabilitas jangka panjang. Konsumen yang puas dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan. Agar dapat menciptakan kepuasan konsumen maka harus mengenali dan memahami kepuasan konsumen. Salah satu alat yang dapat mengukur kepuasan konsumen adalah pelayanan. Menurut Kotler (2011) semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Bila kepuasan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*).

Berdasarkan pemikiran di atas maka dapat digambarkan kerangka pikir seperti pada gambar berikut :

GAMBAR 1.1

KERANGKA PIKIR



I. Hipotesis

berdasarkan masalah pokok penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, maka sebagai hipotesis adalah :

1. Diduga bahwa kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari , *realibility*, Daya tanggap, Jaminan, *empathy* dan Bukti fisik memengaruhi kepuasan pelanggan pada CV. Daeng kuliner makassar
2. Daya tanggap adalah variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Daeng kuliner makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian, dimana data menurut Sugiyono (2011) merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Pendekatan Kuantitatif yaitu pencairan data/informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep/teori yang digunakan.

B. Lokasi dan waktu penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian pada CV. Daeng kuliner Makassar Alasan penulis memilih obyek tersebut adalah dengan pertimbangan bahwa penulis berdomisili di kota yang sama yaitu di Makassar, sehingga mempermudah dalam perolehan data serta waktu, tenaga dan biaya dapat digunakan seefisien mungkin. Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan yaitu dari Juni sampai dengan Juli 2019.

C. Definisi operasional dan pengukuran

1. Definisi operasional

- a. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau usaha seseorang maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan seseorang.

Indikator dari pelayanan yaitu :

1. *Reliability* atau keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

2. Daya tanggap atau *responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
 3. Jaminan atau *assurance* merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengonsumsi jasa yang ditawarkan.
 4. Empati atau *emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian pada konsumen secara individu, termasuk juga akan kepekaan akan kebutuhan konsumen.
 5. Bunti fisik atau *tangibles* merupakan merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa pada kinsumen.
- b. Kepuasan kosumen adalah perasaan setelah membandingkan apa yang diterima dan sesuai dengan harapannya.
1. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
 2. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
 3. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
 4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

D. Tehnik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu kegiatan atau proses yang dilakukan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data dimaksud untuk memperoleh bahab-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Dalam menyusun suatu penelitian ilmiah, penulis melakukan teknik pengumpulan data dalam menyusun proposal ini ada dua, antara lain :

1. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Penelitian pustaka adalah mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan literatur yang digunakan dan kemampuan tertentu dari pihak peneliti. Untuk mendapatkan data lapangan, teknik yang digunakan sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral Provinsi Sulawesi Selatan

b. Kuesioner

Kuesior adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang bersangkutan dengan masalah kepada responden dengan tujuan mengumpulkan data-data yang mendukung penelitian ini.

Pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri atas: sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut :

1. Jawaban sangat setuju diberi bobot 4.
2. Jawaban setuju diberi bobot 3.
3. Jawaban tidak setuju diberi bobot 2
4. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1.

Sugiyono (2017: 94) Skala likert kemudian menskala individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dapat dikelompokkan dalam kelas interval, dengan jumlah kelas 5 intervalnya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4}$$

Interval = 0,8 (nol koma delapan)

Dari skala tersebut skala distribusi terhadap jawaban responden adalah :

- a. 1,00 – 1,80 = sangat tidak setuju
- b. 1,81 – 2,60 = tidak setuju
- c. 2,61 – 3,40 = setuju
- d. 3,41 – 4,20 = sangat setuju

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu data yang tertulis atau tercetak yang dapat dipakai sebagai bukti.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data penelitian ini adalah:

1. Data Primer, adalah data hasil kuisioner responden, hasil observasi dan hasil wawancara.
2. Data sekunder bersumber dari dokumen laporan, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan hasil wawancara.

F. POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:119) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang datang pada CV.

Daeng kuliner Makassar

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:119) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, bila populasi besar dan penelitian tidak

mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel dalam penelitian ini mempunyai kriteria tertentu, adapun kriteria tersebut sebagai adalah Konsumen yang pernah datang pada CV. Daeng kuliner Makassar.

Dalam penelitian jumlah populasi tidak dapat diketahui maka besaran sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Husein Umar (2013) adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N.(e)^2)$$

Di mana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi yaitu jumlah total karyawan yang menggunakan barang atau jasa CV. Daeng kuliner Makassar

e : nilai kritis

Dalam penelitian ini jumlah populasi pelanggan dan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10 %, diketahui jumlah total pelanggan CV. Daeng kuliner makassar adalah 400 pelanggan , maka N = 400 pelanggan rumah tangga. Maka dengan mengikuti perhitungan di atas hasilnya adalah:

$$N = 400$$

$$n = N / (1 + N.(e)^2)$$

$$n = 400 / (1 + 400.(10\%)^2)$$

$$n = 400 / (1 + 400.(0,1)^2)$$

$$n = 400 / (1 + 400.(0,01)^2)$$

$$n = 400 / (1 + 4)$$

$n = 400 / 5$

$n = 80$

Penggunaan teknik yang dipilih adalah Teknik Sampling Aksidental karena pelanggan Rumah Tangga CV.Daeng kuliner Makassar berjumlah 80 pelanggan sangat sulit untuk diidentifikasi satu persatu dan membutuhkan waktu penelitian yang lebih lama.

Sampling aksidental menurut Sugiyono (2011) adalah: "Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data".

G. Metode Analisis Data

a. Uji kualitas data

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui dua uji, yaitu: uji validitas dan uji realibilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila *Kasier Mayer Olkin* (KMO) > 0.5 dan *Barlett's test of sphericity* < 0.05 (Ghozali, 2013). Pengujian validitas kuisisioner dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 21.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas suatu skor dari suatu instrumen pengukur. Pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *oneshot*. Pengujian reliabilitasnya digunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2013). Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan

dengan menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 21.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa CV. Daeng kuliner makassar dengan menggunakan rumus regresi linear berganda seperti yang dikutip oleh Sugiyono 2011 yaitu :

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

Di mana :

Y : Kepuasan Pelanggan terhadap pelayanan jasa CV. Daeng kuliner makassar

X : Kualitas Pelayanan Jasa CV. Daeng kuliner makassar

X1 : Realiabilitas

X2 : Responsiveness

X3 : Assurance

X4 : Empathy

X5 : Tangible

a : Konstanta

b : Koefisien Korelasi

e : Error term

2) Uji F (uji serempak)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi koefisien regresi variabel independent secara serempak terhadap variabel devenden.

Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut:

Ho = Kualitas pelayanan secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha = Kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (= 5%).

Hitung berdasarkan output olah data tabel menentukan F tabel berdasarkan df 1 (jumlah variabel) dan df 2 (n-k-1) pada tabel output kemudian mencari pada tabel F, atau dapat dicari pada program Ms. Excel dengan cara pada cell kosong dengan mengetik = finv(tingkat signifikansi, df1, df2) lalu tekan enter.

Ho diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

3) Uji t (uji parsial)

Uji t digunakan mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Langkah-langkah untuk melakukan uji t sebagai berikut :

- Hipotesis

1) Ho1 = Variabel *Reliability* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha1 = Variabel *Reliability* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Ho2 = Variabel *Responsiveness* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2 = Variabel *Responsiveness* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Ho3 = Variabel *Assurance* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha3 = Variabel *Assurance* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4) Ho4 = Variabel *Emphaty* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha4= Variabel *Emphaty* secara parsial mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5) H_05 = Variabel *Tangible* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a5} = Variabel *Tangible* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- Tingkat signifikan

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (= 5%) Jika signifikansi thitung > 0.05, berarti H_0 diterima atau H_a ditolak. Jika signifikansi thitung < 0.05, berarti H_0 ditolak atau H_a diterima.

- Menentukan tabel

Tabel distribusi t dicari pada $= 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$

- Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM)

CV. DaengKuliner Makassar berdiri sejak tanggal 12 Mei 2006dan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, perusahaan ini dirintis dengan dasar kerja keras dan semangat yang tinggi.

CV. DaengKuliner Makassar didukung dengan 7 (tujuh) buah store yang tersebar di beberapa titik kota makassar dan luar makassar, yakni wr. mbak daeng Alauddin, wr. Mbak Daeng Pengayoman, wr. Mbakdaengabdesir, Rumah Makan Mas Daeng, Rumah Makan Lesehan Pa' Daeng, wr.Ayambalap dan Wr. Cangkuning, dan didukung pula dengan karyawan yang berkompoten dan profesional dengan jumlah karyawan sebanyak 423 orang. Dengan harapan kelak dapat menjadi pelopor kuliner daerah yang mampu bersaing dalam era globalisasi, dengan mengedepankan adat dan nuansa kedaerahan khususnya sulawesi selatan.

CV. DaengKuliner Makassar ini didirikan dengan prinsip saling memahami, saling menghargai dan tenggang rasa dalam perbedaan untuk mencari kebaikan yang sebenar-benarnya bagi semua pihak. Dan berperan serta dalam pengembangan perekonomian daerah dan sebagai wadah untuk menciptakan tenaga kerja yang profesional dan mandiri.

B. Visi dan Misi CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM)

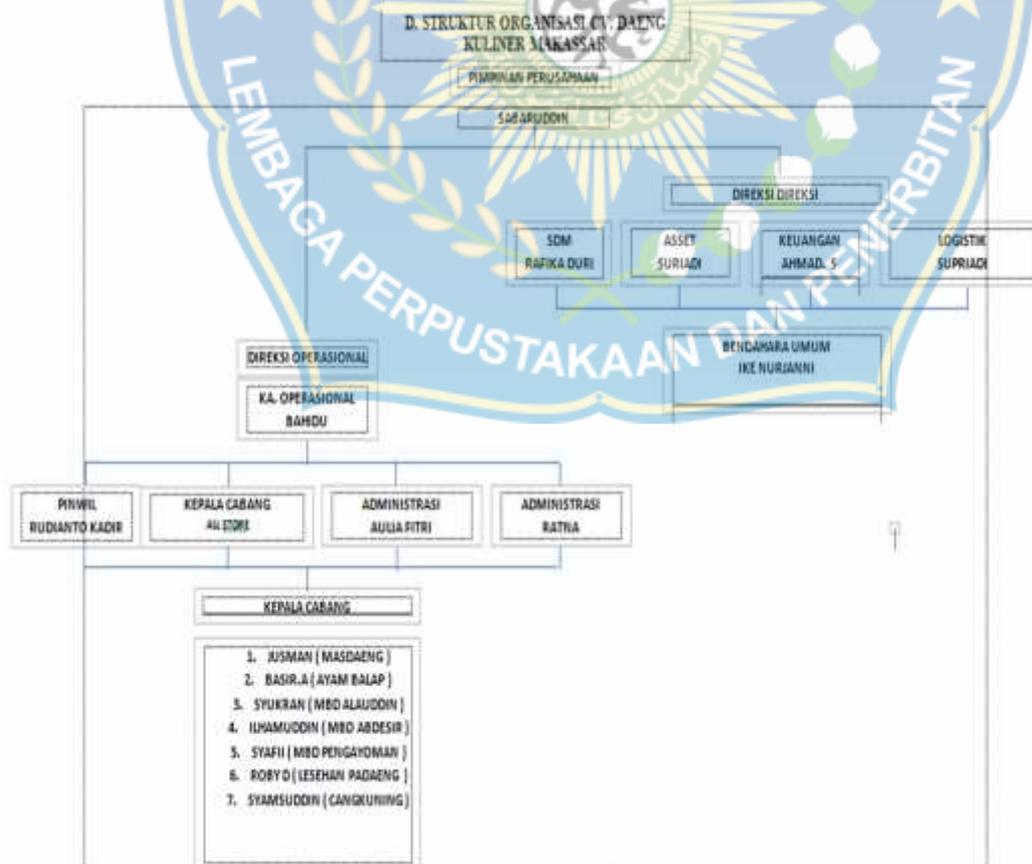
1. Visi CV, Daeng Kuliner Makassar (DKM)
 - a. Meningkatkan kesejahteraan karyawannya.
 - b. Menciptakan hubungan industrial yang harmonis, dinamis, dan berkeadilan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berlandaskan syariah.
 - c. Menghimpun dan menyatukan karyawan untuk mewujudkan rasa setia kawan dan tali persaudaraan antara sesama karyawan.

d. Melestarikan budaya daerah utamanya dalam hal kuliner tradisional.

1. Misi CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM)

- a. Meningkatkan peran serta Karyawan untuk memajukan Perusahaan.
- b. Berperan aktif sebagai mitra dalam penyusunan Kesepakatan Kerja Bersama (KKB) / Peraturan Perusahaan (PP) dan memperjuangkan tercipta dan terlaksananya peraturan ketenagakerjaan dalam lingkup perusahaan dengan baik.
- c. Mengadakan upaya-upaya untuk meningkatkan mutu ilmu pengetahuan, ketrampilan bidang Karyawan atau profesi serta kemampuan berorganisasi.
- d. Bekerja sama dengan pihak-pihak lain untuk melaksanakan usaha-usaha yang tidak bertentangan dengan azas dan tujuan organisasi.
- e. Mendirikan usaha-usaha sosial ekonomi dan usaha-usaha lain yang sah dan bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan Karyawannya.

C. Struktur organisasi



D. Jenis usaha yang dikelola

CV. Daeng Kuliner Makassar bergerak di bidang kuliner modern dan tradisional yaitu pembuatan makanan dan minuman yang berlatarkan makanan dan minuman, dan konsep modern seperti seafood dan aneka juice. Perusahaan ini memilih usaha di bidang makanan dan minuman karena usaha ini disesuaikan dengan kebutuhan dan dengan skill yang perusahaan miliki serta faktor pendukung yang memadai untuk megembangkan usaha ini.

E. Jenis usaha yang di rencanakan

Perusahaan sepakat untuk membuat suatu usaha di bidang kuliner modern dan tradisional yaitu pembuatan makanan dan minuman. Dengan jenis makanan dan minumannya secara garis besar yaituaneka sayur, ayam bakar dan goreng, seafood serta aneka juice dan minuman. Perusahaan yakin usaha ini akan berkembang dengan baik karena perusahaan sudah menjalin kerjasama dengan beberapa supplier bahan baku serta telah dikenal dalam lingkup masyarakat setempat dan memiliki SDM yang telah siap kerja secara mandiri dan profesional sehingga dapat mempermudah perusahaan untuk mengembangkan perusahaan dengan membuka outlet tidak hanya dalam lingkup daerah sulawesi selatan saja tapi akan dikembangkan hingga ke seluruh indonesia.

F. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan CV. Daeng Kuliner Makassar sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap pelanggan. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi

masukannya bagi CV. Daeng Kuliner Makassar dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelanggannya di masa yang akan datang.

Karakteristik/identitas responden ini berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir.

a) Usia

Tabel 1.1 Karakteristik responden berdasarkan usia

| | Usia | | | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | |
| Valid | 17 – 23 | 28 | 35,0 | 35,0 |
| | 24-30 | 52 | 65,0 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | |

Sumber Data Diolah 30-JUL-2019

Berdasarkan usia, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berusia 24-30 sebanyak 52 orang dengan persentase 65 % dan sisanya adalah responden berusia 17-23 sebanyak 28 orang atau 35 %. Jumlah responden berusia 24-30 yang lebih banyak dibanding responden yang berusia 17-23 ini merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak konsumen berusia 24-30, namun demikian perbedaan usia bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM).

b) Jenis kelamin

Tabel 1.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| | | Jenis_kelamin | | | |
|-------|------------|---------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | laki- laki | 46 | 57,5 | 57,5 | 57,5 |
| | perempuan | 34 | 42,5 | 42,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber Data Diolah 30-JUL-2019

Berdasarkan jenis kelamin, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 46 orang dengan persentase 57 % dan sisanya adalah responden Perempuan sebanyak 34 orang atau 42 %. Jumlah responden pria yang lebih banyak dibanding responden wanita merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak konsumen pria, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM).

c) Pendidikan terakhir

Tabel 1.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

| | | pendidikan_terakhir | | | |
|-------|-------|---------------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Smp | 3 | 3,8 | 3,8 | 3,8 |
| | Sma | 57 | 71,3 | 71,3 | 75,0 |
| | D3 | 4 | 5,0 | 5,0 | 80,0 |
| | S1 | 16 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber Data Diolah 30-JUL-2019

Berdasarkan pendidikan terakhir yang dimiliki responden, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden diantaranya tamatan SMA, 57

orang atau 71,3% sarjana, 16 orang atau 20% pascasarjana, 4 orang atau 5% D3, dan tamatan SMP 3 orang atau 3,8%. Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analitis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM).

2. Uji Validitas

Untuk menguji validitas setiap butir maka skor dari masing-masing butir dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Skor butir, dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai Y. Dengan diperolehnya indeks validitas setiap butir dapat diketahui dengan pasti butir-butir manakah yang tidak memenuhi syarat, ditinjau dari validitasnya. Berdasarkan informasi tersebut peneliti dapat mengganti ataupun merevisi butir-butir dimaksud. Bagi peneliti yang menginginkan, pengujian terhadap butir dapat dilakukan dengan mengkorelasikan butir dengan skor total pada faktor. Butir bisa dipakai jika nilai koefisien korelasinya positif. Oleh karena skor yang diperoleh dilapangan tingkat pengukurannya ordinal maka koefisien korelasi. Hasil penelitian dibuat berdasarkan hasil proses pengujian data yang meliputi pemilihan, pengumpulan dan analisis data. Oleh karena itu, hasil penelitian itu tergantung pada kualitas data yang dianalisis dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner sehingga data yang diperoleh dari responden akan diuji kualitas datanya dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dengan menggunakan rumus di atas dan dengan bantuan SPSS diperoleh hasil uji

validitas kuesioner sebagaimana terlampir. Rekapitulasi item kuesioner hasil uji coba terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.4 Hasil uji Validitas Bukti Fisik (X1)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,533 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,586 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,650 | 0,185 | Valid |
| 4 | 0,599 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Dari tabel 1.4 di atas dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Bukti fisik (X1) karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel= 0,185

Tabel 1.5 Uji Validitas Kehandalan (X2)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,500 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,519 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,691 | 0,185 | Valid |
| 4 | 0,651 | 0,185 | Valid |
| 5 | 0,476 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Dari tabel 1.5 di atas dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Kehandalan (X2) karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel= 0,185

Tabel 1.6 Uji Validitas Daya tanggap (X3)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,553 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,572 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,796 | 0,185 | Valid |
| 4 | 0,764 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Dari tabel 1.6 di atas dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Daya tanggap (X3) karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel= 0,185

Tabel 1.7 Uji Validitas Jaminan (X4)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,803 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,698 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,652 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Dari tabel 1.7 di atas dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Jaminan (X4) karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel= 0,185

Tabel 1.8 Uji Validitas Empati

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,611 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,70367 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,767 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Dari tabel 1.8 di atas dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Empati (X5) karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel= 0,185

Tabel 1.9 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,596 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,912 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,939 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Dari tabel 1.9 di atas dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel= 0,185

3. Uji Reliabilitas

Untuk Uji Reliabilitas, dimana reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Walaupun secara teoritis besarnya koefisien reliabilitas sekitar 0,00 s/d 1,00, akan tetapi pada kenyataannya koefisien sebesar 1,00 tidak pernah tercapai dalam pengukuran, karena manusia sebagai subjek penelitian merupakan sumber error yang potensial.

Uji reliabilitas dengan menggunakan rumus di atas dan dengan bantuan SPSS diperoleh hasil uji reliabilitas kuesioner sebagaimana terlampir. Rekapitulasi item kuesioner hasil uji reliabilitas terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.10 Rekapitulasi hasil uji Reliabilitas

| Kategori | Nilai | Keterangan |
|-----------------------|-------|------------|
| Bukti fisik (X1) | 0,366 | Reliabel |
| Kehandalan (X2) | 0,475 | Reliabel |
| Daya tanggap (X3) | 0,590 | Reliabel |
| Jaminan (X4) | 0,524 | Reliabel |
| Empati (X5) | 0,452 | Reliabel |
| Kepuasan pelanggan(Y) | 0,769 | Reliabel |

Sumber: Olahan Data Primer

Nilai Daya tanggap dari variabel Tabel 1.10 tersebut di atas memberikan indikasi bahwa Daya tanggap kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkorelasi kuat untuk tiap variabel tersebut. Uji reliabilitas ini memberikan indikasi bahwa Daya tanggap kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur untuk tiap variabel termasuk pada kategori berkorelasi tinggi dan diterima. Karena setiap nilai alpha melebihi nilai *cut off* yaitu 0.60, maka semua dimensi adalah reliable.

4. Hasil Analisis Regresi Sederhana

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X) yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 16, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear sederhana sebagai berikut :

Tabel 1.11 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.016 | .886 | | 6.792 | .000 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .454 | .054 | .689 | 8.398 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan tabel 1.11 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 6,016 + 0,454X$$

Dimana :

6,016= variabel independen yaitu kepuasan pelanggan yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible* mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar **6,016** menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelayanan diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan.

0,454 = besarnya koefisien variabel Kualitas Pelayanan yang berarti setiap peningkatan variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,454 dengan asumsi konstan.

Hasil regresi sederhana di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni kualitas pelayanan pengaruh positif terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan.. Di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat.

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel kualitas peayanan , serta bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 1.12 Rekapitulasi Hasil Uji F

| ANOVA ^b | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 34.924 | 1 | 34.924 | 70.523 | .000 ^a |
| | Residual | 38.626 | 78 | .495 | | |
| | Total | 73.550 | 79 | | | |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut :

- Hipotesis

Ho = Kualitas pelayanan secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha = Kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0.05 (= 5 %) dan pada tabel 5.13, tingkat signifikansi sebesar 0.000 atau sebesar 0% artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 0 %.

- Menentukan Ftabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 %, F 1 = 5 %, dapat ditentukan dengan persamaan berikut :

$F_{1-1} =$ jumlah variabel; artinya $F_{1-1} = 5$ sedangkan, $df_2 = n-k$; artinya $df_2 = 75$; (80-5-) jadi, dapat dilihat pada tabel F pada kolom 5 baris 75 yakni 2,34.

- Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

- Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($44,871 > 2,34$)

Secara teoritis kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang dikatakan Rangkuti (2004:56) bahwa kepuasan pelanggan perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Yakni mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, di mana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5 % atau 0,05 dan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} , di mana F_{hitung} sebesar 44,871 lebih besar dari F_{tabel} yakni 2,34, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan teori dan hasil statistik penelitian berdasarkan uji F, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan jasa.

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh secara sendiri-sendiri variabel X terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS 25 maka di dapat hasil uji – t, yang hasilnya dirangkum pada tabel berikut ini :

Tabel 1.13 Rekapitulasi Uji t Realibility

| Coefficientsa | | | | | |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1. (Constant) | -4,650 | 1,202 | | -3,868 | ,000 |
| Bukti fisik | ,232 | ,121 | ,195 | 1,922 | ,058 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Bukti fisik sebagai berikut :

1) Hipotesis

Ho2 = Variabel Bukti fisik secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2 = Variabel Bukti fisik secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 1.13 signifikansi variabel Bukti fisik sebesar 0,058 artinya variabel Bukti fisik lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa Ho diterima.

3) Menentukan thitung

Berdasarkan tabel 1.13, maka thitung untuk variabel Bukti fisik sebesar 1,922.

4) Menentukan ttabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan $(f) = n-k-1$ atau $80-5-1= 74$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,800) hasil diperoleh untuk ttabel sebesar 1,666.

5) Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-ttabel \leq thitung \leq ttabel$

Ho ditolak jika $-thitung < -ttabel$ / $thitung > ttabel$

6) Membandingkan thitung dengan ttabel

Nilai thitung $>$ ttabel (1,922 $>$ 1,666)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Bukti fisik merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Bukti fisik merupakan keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 1.13, kita dapat melihat pengaruh Bukti fisik dengan memperhatikan nilai thitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 1.13, t hitung untuk variabel Bukti fisik sebesar 1,922. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan thitung, maka kita harus membandingkan antara thitung dan ttabel.

Apabila $thitung > ttabel$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai ttabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;

$f = n - k - 1$, di mana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen. Jadi $df = 80 - 5 - 1 = 74$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 74. Berdasarkan tabel, nilai t tabel yang diperoleh adalah 1,666.

Perbandingan t hitungan dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni $1,922 > 1,666$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitungan dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,058. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel Bukti fisik berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar Bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.14 Rekapitulasi hasil Uji t Kehandalan

Coefficientsa

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|--------------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 2. (Constant) Kehandalan | -4,650 ,189 | 1,087 ,107 | ,204 | -2,387 1,773 | ,000 ,080 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Kehandalan sebagai berikut :

1) Hipotesis

Ho2 = Variabel Kehandalan secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2 = VariabelKehandalan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 1.14 signifikansi variabel Kehandalan sebesar 0,080 artinya variabel Kehandalan lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa Ho diterima.

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 1.14, maka t hitung untuk variabel Kehandalan sebesar 1,773.

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $80-5-1= 74$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,666.

5) Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

Ho ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel} / t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $> t \text{ tabel}(1,773 > 1,666)$

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Kehandalan merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Kehandalan merupakan keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat

kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 1.14, kita dapat melihat pengaruh Keandalan dengan memperhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 1.14, t hitung untuk variabel Keandalan sebesar 1,773. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;

$df = n - k - 1$, di mana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen. Jadi $df = 80 - 5 - 1 = 74$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 74. Berdasarkan tabel, nilai t tabel yang diperoleh adalah 1,666.

Perbandingan t hitung dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni $1,773 > 1,666$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel Keandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,080. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel Keandalan berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar Keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.15 Rekapitulasi hasil Uji t Daya tanggap

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | T | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 3. (Constant) | -4,650 | 1,202 | | -3,868 | ,000 |
| Daya tanggap | ,190 | ,098 | ,178 | 1,932 | ,057 |

c. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Daya tanggap sebagai berikut :

1) Hipotesis

H_0 = Variabel Daya tanggap secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = Variabel Daya tanggap secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 1.15 signifikansi variabel Daya tanggap sebesar 0,057 artinya variabel Daya tanggap lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 1.15, maka t hitung untuk variabel Daya tanggap sebesar 1,932.

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan $(f) = n-k-1$ atau $80-5-1= 74$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi $= 0,025$) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,666.

5) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}} / t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $>$ t tabel ($1,932 > 1,666$)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Daya tanggap merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Daya tanggap merupakan keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 1.15, kita dapat melihat pengaruh Daya tanggap dengan memperhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 1.15, t hitung untuk variabel Daya tanggap sebesar 1,932. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel.

Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;

$f = n - k - 1$, di mana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen. Jadi $f = 80 - 5 - 1 = 74$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada $f = 74$. Berdasarkan tabel, nilai t tabel yang diperoleh adalah 1,666.

Perbandingan t hitung dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni $1,932 > 1,666$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel Daya tanggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,057. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel Daya tanggap berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar Daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.16 Rekapitulasi hasil Uji t Jaminan

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | T | Sig. |
|--------------------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|--------------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 4. (Constant) Jaminan | -4,650 ,274 | 1,202 ,154 | ,211 | -3,868 1,776 | ,000 ,080 |

d. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Jaminan sebagai berikut :

1) Hipotesis

H_0 = Variabel Jaminan secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = Variabel Jaminan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 1.16 signifikansi variabel Jaminan sebesar 0,080 artinya variabel Jaminan lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 1.16, maka t hitung untuk variabel Jaminan sebesar 1,776.

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (f) = $n-k-1$ atau $80-5-1=74$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,080) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,666.

5) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ / $t_{hitung} > t_{tabel}$

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $>$ t tabel ($1,776 < 1,666$)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Jaminan merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Jaminan merupakan keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan

pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 1.16, kita dapat melihat pengaruh Jaminan dengan memperhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 1.16, t hitung untuk variabel Jaminan sebesar 1,776. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;

$f = n - k - 1$, di mana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen. Jadi $f = 80 - 5 - 1 = 74$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 74. Berdasarkan tabel, nilai t tabel yang diperoleh adalah 1,666.

Perbandingan t hitung dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni $1,776 > 1,666$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel Jaminan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,080. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel Jaminan berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar Jaminan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.17 Rekapitulasi hasil Uji t Empati

| Coefficientsa | | | | | |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 5. (Constant) | -4,650 | 1,202 | | -3,868 | ,000 |
| Empati | ,264 | ,156 | ,202 | 1,688 | ,096 |

e. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Empati sebagai berikut :

1) Hipotesis

Ho2 = Variabel Empati secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2 = Variabel Empati secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 1.17 signifikansi variabel Empati sebesar 0,096 artinya variabel Empati lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa Ho diterima.

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 1.17, maka t hitung untuk variabel Jaminan sebesar 1,688.

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (f) = $n-k-1$ atau $80-5-1= 74$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,096) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,666.

5) Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}} / t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $>$ t tabel ($1,688 > 1,666$)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Empati merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Empati merupakan keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 1.17, kita dapat melihat pengaruh Empati dengan memperhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 1.17, t hitung untuk variabel Keandalan sebesar 1,688. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel.

Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;

$f = n - k - 1$, di mana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen. Jadi $f = 80 - 5 - 1 = 74$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada f 74. Berdasarkan tabel, nilai t tabel yang diperoleh adalah 1,666.

Perbandingan t hitung dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel, yakni $1,688 > 1,666$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t

hitungdan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel Empati memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,096. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel Empati berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar Empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

G. Variabel kualitas pelayanan yang dominan terhadap kepuasan pelanggan

1. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap merupakan keinginan para karyawan CV. Daeng Kuliner Makassar untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan dan komunikasi yang lancar. Daya tanggap di sini dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi Daya tanggap yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat Daya tanggap CV. Daeng Kuliner Makassar, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan CV. Daeng Kuliner Makassar untuk membantu para pelanggan, seperti pelayanan sopan, trampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai. Semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para karyawan CV. Daeng Kuliner Makassar, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan oleh karyawan CV. Daeng Kuliner Makassar, seperti perhatian kepada pelanggan, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan pelanggan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan CV. Daeng Kuliner Makassar, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
4. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh CV. Daeng Kuliner Makassar, seperti ketepatan waktu bila berjanji, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Keandalan di sini merupakan sejauh mana para karyawan bisa secara cepat tanggap dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin handal hasil yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin

tinggi tingkat keandalan CV. Daeng Kuliner Makassar, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

5. Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik merupakan fisik dari CV. Daeng Kuliner Makassar, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih. Bukti fisik ini bisa memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik pada CV. Daeng Kuliner Makassar sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di CV. Daeng Kuliner Makassar, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

Dari lima variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan CV. Daeng Kuliner Makassar, Daya tanggap I yang paling dominan adalah Daya tanggap berdasarkan hasil uji t. Pada tabel 1.15 Variabel Daya tanggap mempunyai nilai thitung (2,685) > ttabel(1,993) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya, dengan signifikan yang disyaratkan.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV.Daeng Kuliner Makassar, Persamaan regresi yakni *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat, dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, variabel *assurancemenjadi* faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian *te liability*, *empathy*, *tangible*, sementara *resvonsivenessmenjadi* faktor terendah yang memengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan CV.Daeng Kuliner Makassar, variabel yang paling dominan adalah variabeljaminan berdasarkan hasil uji t. variabel jaminan mempunyai nilai t hitung (1,776) > t tabel (1,666) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya, dengan signifikan yang disyaratkan.

B. SARAN

Agar CV.Daeng Kuliner Makassarbisa lebih meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut :

Berdasarkan kesimpulan di atas untuk mencapai maksud dan tujuan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Daeng Kuliner Makassar, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi usahanya.

1. Bagi pihak lembaga

Seperti yang sudah dijelaskan kualitas pelayanan merupakan salah satu sumber yang sangat penting dan utama bagi setiap rumah makan, untuk itu perlu ada peningkatan pelayanan agar tujuan dapat tercapai dengan baik. Hal yang cenderung paling rendah adalah tentang daya tanggap. Dalam hal ini perusahaan harus lebih fokus untuk meningkatkan daya tanggap dari setiap karyawan.

2. Bagi Pihak manajemen

Pihak manajemen pada CV. Daeng Kuliner Makassar sebaiknya selalu mengadakan *survey* rutin terhadap konsumen tentang kepuasan konsumen dan faktor – faktor lainnya yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen sehingga diharapkan muncul ide – ide baru yang inovatif sesuai dengan harapan kedua belah pihak, yaitu konsumen dan perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

a) Peneliti selanjutnya diharapkan mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Daeng Kuliner Makassar agar hasil penelitiannya lebih baik lagi.

b) Peneliti selanjutnya lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dari segala sesuatunya sehingga

peneliti selanjutnya dapat dilaksanakan lebih baik. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang pula dengan wawancara dengan sumber yang kompeten dalam kajian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Daeng Kuliner Makassar.



Daftar pustaka

- Buchari Alma, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Bandung CV. Alfabeta.
- Moenir, A.S. 2014. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi askara.
- Septi Wanarsih, Atik,dan Ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan*.Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Tjiptono, fandy, 2014. *pemasaran jasa – prinsip, penerapan, dan penelitian*, andi offset, yogyakarta.
- Supranto J. 2010. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta : UI Press.
- Kolter, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Marketing Management*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Sinambela, Lijan Poltak, DKK. 2011. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Moenir, A.S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi askara.
- Kolter, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey : Prentice. Hall Published.
- Sumani. 2010.*Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar im3 (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen diMojokerto)*. Jurnal Universitas Jember.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Husain Umar. (2013), *Metodologi Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Jakarta : Rajawali.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kristanto, P. 2013. *Ekologi Industri*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Goonros, Christian. 2010 . *Servis Management and Marketing : Costomer Management in Servise*. Third Edition, John Wiley dan Sons.

<https://prastyahermawanprayoga.blogspot.com/2016/10/indikator-kualitas-pelayanan-menurut.html>

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2012-2-00849-HM%20Bab2001.pdf>



LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelanggan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Daeng Kuliner Makassar

1. Identitas Responden

Nama

Umur

Jenis Kelamin : 1) Pria 2) Wanita

Pendidikan : 1) SD 2) SMP 3) SMA

4) D3 5) S1 6) Lain – Lain

2. Petunjuk

Beri tanda checklis (✓) pada jawaban yang saudara pilih.

Kriteria penilaian :

Sangat Setuju = 5

Setuju = 4

Netral/Ragu-Ragu = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1

| Bukti Fisik | | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|---|
| NO | Pertanyaan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | Apakah kondisi peralatan dan perlengkapan CV. Daeng Kuliner Makassar baik dan layak digunakan ? | | | | | |
| 2 | Apakah sarana seperti meja, kursi, kipas angin dll berfungsi dengan baik ? | | | | | |
| 3 | Apakah karyawan ramah dan profesional dalam melayani pelanggan ? | | | | | |
| 4 | Apakah fasilitas dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan rumah makan lainnya ? | | | | | |

| Kehandalan | | | | | | |
|------------|--|---|---|---|---|---|
| NO | Pertanyaan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | Apakah pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan ? | | | | | |
| 2 | Apakah pelanggan ramah dan peduli terhadap pelanggan ? | | | | | |
| 3 | Apakah karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pengunjung ? | | | | | |
| 4 | Apakah respon karyawan cepat ? | | | | | |
| 5 | Apakah karyawan melakukan pendataan secara tepat ? | | | | | |

| Daya tanggap | | | | | | |
|--------------|--|---|---|---|---|---|
| NO | Pertanyaan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | Apakah penyampaian informasi diberikan dengan jelas ? | | | | | |
| 2 | Apakah pelayanan administrasi cepat dan tepat ? | | | | | |
| 3 | Apakah karyawan bersedia membantu keperluan pelanggan ? | | | | | |
| 4 | Apakah respon yang diberikan baik apabila ada complain ? | | | | | |

| Jaminan | | | | | | |
|---------|---|---|---|---|---|---|
| NO | Pertanyaan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | Apakah jaminan keamanan sesuai dengan harapan ? | | | | | |
| 2 | Apakah penanganan keluhan diberikan dengan baik ? | | | | | |
| 3 | Apakah penyedia jasa meberikan dukungan dan kerjasam terhadap pengguna jasa pelayanan ? | | | | | |

| Empati | | | | | | |
|--------|---|---|---|---|---|---|
| NO | Pertanyaan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | Apakah karyawan memberikan perhatian terhadap pengguna jasa pelayanan ? | | | | | |
| 2 | Apakah karyawan secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada konsumen ? | | | | | |
| 3 | Apakah penyediaan jasa pelayanan mengutamakan kepentingan pengguna jasa pelayanan ? | | | | | |

| Kepuasan Pelanggan | | | | | | |
|--------------------|--|---|---|---|---|---|
| NO | Pertanyaan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | Apakah selama ini CV. Daeng Kuliner Makassar memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan ? | | | | | |
| 2 | Apakah CV. Daeng Kuliner Makassar mempunyai jaringan yang cukup luas dan terjangkau ? | | | | | |
| 3 | Apakah CV. Daeng Kuliner Makassar selalu menanggapi keluhan dengan cepat dan tepat ? | | | | | |

Usia

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 17 – 23 | 28 | 35,0 | 35,0 | 35,0 |
| | 24-30 | 52 | 65,0 | 65,0 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

Jenis_kelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | laki- laki | 46 | 57,5 | 57,5 | 57,5 |
| | perempuan | 34 | 42,5 | 42,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

pendidikan_terahir

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Smp | 3 | 3,8 | 3,8 | 3,8 |
| | Sma | 57 | 71,3 | 71,3 | 75,0 |
| | D3 | 4 | 5,0 | 5,0 | 80,0 |
| | S1 | 16 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

Tabel 1.4 Hasil uji Validitas Bukti Fisik (X1)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,632 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,694 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,706 | 0,185 | Valid |
| 4 | 0,581 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Tabel 1.5 Uji Validitas Keandalan (X2)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,541 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,542 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,694 | 0,185 | Valid |
| 4 | 0,631 | 0,185 | Valid |
| 5 | 0,489 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Tabel 1.6 Uji Validitas Daya tanggap (X3)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,495 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,641 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,833 | 0,185 | Valid |
| 4 | 0,833 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Tabel 1.7 Uji Validitas Jaminan (X4)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,803 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,752 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,644 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Tabel 1.8 Uji Validitas Empati

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,648 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,731 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,802 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Tabel 1.9 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

| NO | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|----------|---------|------------|
| 1 | 0,600 | 0,185 | Valid |
| 2 | 0,951 | 0,185 | Valid |
| 3 | 0,951 | 0,185 | Valid |

Sumber : Olah Data Primer

Tabel 1.10 Rekapitulasi hasil uji Reliabilitas

| Kategori | Nilai | Keterangan |
|-----------------------|-------|------------|
| Bukti fisik (X1) | 0,539 | Reliabel |
| Kehandalan (X2) | 0,497 | Reliabel |
| Daya tanggap (X3) | 0,696 | Reliabel |
| Jaminan (X4) | 0,562 | Reliabel |
| Empati (X5) | 0,544 | Reliabel |
| Kepuasan pelanggan(Y) | 0,804 | Reliabel |

Sumber: Olan Data Primer

Tabel 1.11 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|--------------|-----------------------------|------------|----------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Coefficients Beta | | |
| 1 | (Constant) | -4,650 | 1,202 | | -3,868 | ,000 |
| | BUKTI FISIK | ,232 | ,121 | ,195 | 1,922 | ,058 |
| | KEHANDALAN | ,189 | ,107 | ,204 | 1,773 | ,080 |
| | DAYA TANGGAP | ,190 | ,098 | ,178 | 1,932 | ,057 |
| | JAMINAN | ,274 | ,154 | ,211 | 1,776 | ,080 |
| | EMPATI | ,264 | ,156 | ,202 | 1,688 | ,096 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Tabel 1.12 Rekapitulasi Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 183,482 | 5 | 36,696 | 44,871 | ,000 ^b |
| | Residual | 60,518 | 74 | ,818 | | |
| | Total | 244,000 | 79 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), Empati, Daya tanggap, Bukti fisik, Kehandalan, Jaminan

Tabel 1.13 Rekapitulasi Uji t Realibility

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | t | Sig. |
|---------------|-----------------------------|-----------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std.Error | Beta | | |
| 1. (Constant) | -4,650 | 1,202 | | -3,868 | ,000 |
| Bukti fisik | ,232 | ,121 | ,195 | 1,922 | ,058 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 1.14 Rekapitulasi hasil Uji t Kehandalan

Coefficientsa

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|--------------|
| | B | Std.Error | Beta | | |
| 1. (Constant) Kehandalan | -4,650 ,189 | 1,087 ,107 | ,204 | -2,387 1,773 | ,000 ,080 |

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 1.15 Rekapitulasi hasil Uji t Daya tanggap

Coefficientsa

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | T | Sig. |
|-------------------------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|--------------|
| | B | Std.Error | Beta | | |
| 2. (Constant) Daya tanggap | -4,650 ,190 | 1,202 ,098 | ,178 | -3,868 1,932 | ,000 ,057 |

c. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 1.16 Rekapitulasi hasil Uji t Jaminan

Coefficientsa

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | T | Sig. |
|--------------------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|--------------|
| | B | Std.Error | Beta | | |
| 3. (Constant) Jaminan | -4,650 ,274 | 1,202 ,154 | ,211 | -3,868 1,776 | ,000 ,080 |

d. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 1.17 Rekapitulasi hasil Uji t Empati

| Coefficientsa | | | | | |
|-------------------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|--------------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardizer Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std.Error | Beta | | |
| 4. (Constant) Empati | -4,650 ,264 | 1,202 ,156 | ,202 | -3,868 1,688 | ,000 ,096 |

e. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



BIOGRAFI PENULIS



Muh Israk, Lahir pada tanggal 11 September 1996 di Kayuadi, Kecamatan Taka Bonerate Kabupaten Kepulauan Selayar, adalah anak keempat dari pasangan Bapak Saparuddin dan Ibu Bau Daeng. Jenjang pendidikan formal yang pernah di tempuh penulis adalah SDN 1 Taka Bonerate Kecamatan Taka Bonerate Kabupaten Kepulauan Selayar. Pada Tahun 2002 dan lulus Pada Tahun 2009, kemudian melanjutkan sekolah di SMP Negeri 1 Taka Bonerate Kabupaten Kepulauan Selayar Pada Tahun 2009 dan lulus Pada Tahun 2012, kemudian melanjutkan di Sekolah SMA Negeri 1 Taka Bonerate Kabupaten Kepulauan Selayar Pada Tahun 2012 dan lulus Pada Tahun 2015, kemudian penulis mengikuti program S1 program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar mulai Tahun 2015 sampai dengan 2019