

KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN GRIYA DAHAR MBOK SUM

(Studi kasus pada konsumen Daerah Istimewa Yogyakarta)

¹Muhammad Latif Nur Rohman, ²Uju Suji'ah

latifnurohman78@gmail.com, ujujuji@gmail.com

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality (tangible/ X_1 , reability/ X_2 , responsiveness/ X_3 , assurance/ X_4 , and emphaty/ X_5) on customer satisfaction. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 consumers who had bought at the Griya Dahar Mbok Sum restaurant who were domiciled in the Special Region of Yogyakarta. The sampling technique used was purposive sampling technique. The analytical method used is multiple linear regression, simultaneous significance test (F test), partial significance test (t test), and coefficient of determination test (R^2 test).

The study found that service quality (tangible/ X_1 , reability/ X_2 , responsiveness/ X_3 , assurance/ X_4 , and emphaty/ X_5) partially (t -test) had a significant effect on customer satisfaction, while service quality (tangible/ X_1 , reability/ X_2 , responsiveness/ X_3 , assurance/ X_4 , and emphaty/ X_5) simultaneously (F test) have a significant effect on customer satisfaction. The results of the coefficient of determination (R^2) show the effect of service quality (tangible/ X_1 , reability/ X_2 , responsiveness/ X_3 , assurance/ X_4 , and emphaty/ X_5) on customer satisfaction of 81.5%, while the remaining 18.5% is influenced by other factors not studied. The coefficient of the variable that has the most influence on consumer satisfaction is the reliability variable/ X^2 of 3.787.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality

PENDAHULUAN

Yogyakarta disebut sebagai kota pelajar atau kota pendidikan, daerah penghasil batik, terkenal dengan gudegnya, dan yang tidak kalah terkenalnya adalah daerah wisata yang indah dikenal seluruh dunia. Bisnis sektor pariwisata berkembang sangat pesat. Salah satunya adalah bisnis kuliner/rumah makan. Menurut Ismayanti (2011) pengusaha jasa rumah makan merupakan usaha yang menyediakan makanan dan minuman, rumah makan merupakan istilah umum

untuk menyebut usaha gastronomi yang menjual hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan, rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dijual. Dalam buku Dinas lingkungan Hidup Pemerintah Kota Surabaya (2019) rumah makan (restoran/rumah makan) dapat diklasifikasikan menjadi 2, yaitu makanan, minuman, kegiatan yang ada di dalamnya, dan sistem pengelolaan dan penyajian makanannya. Rumah Makan Griya dahar Mbok Sum merupakan salah satu rumah makan yang terletak di Mangunan, Dlingo, Bantul, Yogyakarta. Menu makanan dan minuman beragam, khususnya *thiwul* ayam kampung yang menjadi andalannya. Dalam persaingannya, pebisnis banyak melakukan cara atau strategi agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen, memberikan **kepuasan** secara maksimal, dan memberikan **kualitas pelayanan** yang baik untuk merebut calon pelanggan dari pesaingnya.

Menurut Lupiyoadi (2010) memberikan kepuasan konsumen merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan tidak puas akan membuat mereka lari ke pesaing, artinya perusahaan akan kehilangan konsumen. Kehilangan satu konsumen berdampak sangat besar baik dalam jangka pendek dalam bentuk kehilangan *revenue* penjualan dan dampak pertumbuhan perusahaan jangka panjang, adapun menurut Fatihudin dan dan Firmansyah (2019) kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima), sedangkan menurut Kotler dan Keller (2013) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Produk/jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk/jasa yang diberikan, maka kepuasan pelanggan semakin tinggi akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam usaha untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan maka dengan senirinya jamnan atas kepuasan konsumen menjadi hal wajib yang harus dipenuhi oleh perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan mengetahui hal-hal apakah yang melengkapi pelayanan, yang biasa disebut dengan dimensi kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2011), ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan untuk pelanggannya, supaya mereka merasa puas sebagaimana yang diharapkan. Sejalan dengan penelitian Zahra, dkk (2021), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen .

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Menurut Indrasari (2019) 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 konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan, adapun menurut Lupiyoadi (2010) memberikan kepuasan konsumen merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Masih menurut Indrasari, dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: 1) Kualitas produk, 2) Kualitas pelayanan, 3) Emosional, 4) Harga, 5) Biaya

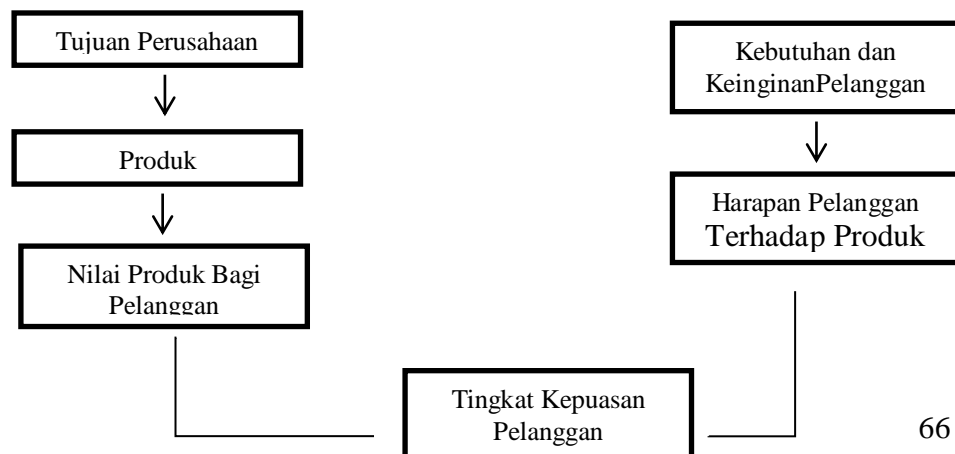
Menurut Tjiptono (2003), bahwa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut: 1) Sistem keluhan dan saran, 2) *Ghosts Shopping*, 3) *Lost customer analysis*, 4) Survei kepuasan pelanggan

Masih menurut Tjiptono (2011) umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang di tunjukan gambar 1 dibawah ini:

Gambar 1

Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Tjiptono, 2011



Lebih lanjut Tjiptono mengatakan bahwa, ada enam indikator kepuasan konsumen diantaranya: 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overvaal Customer Satisfaction*), 2) Dimensi kepuasan pelanggan, 3) Konfirmasi harapan, 4) Minat pembelian ulang, 5) Kesiapan untuk merekomendasikan, 6) Ketidakpuasan pelanggan

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2010), **kualitas** adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen akan nilai produk tersebut. Menurut Indrasari (2019) **pelayanan** (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), **kualitas pelayanan** merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan, kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2011) *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Dimensi Kualitas Jasa

Ada lima dimensi pokok menurut Tjiptono (2012) yaitu sebagai berikut: 1)

1. Realibilitas (*Realibility*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang disajikan secara akurat dan memuaskan, 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesiapan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera, 3) Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*), 4) Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal dan

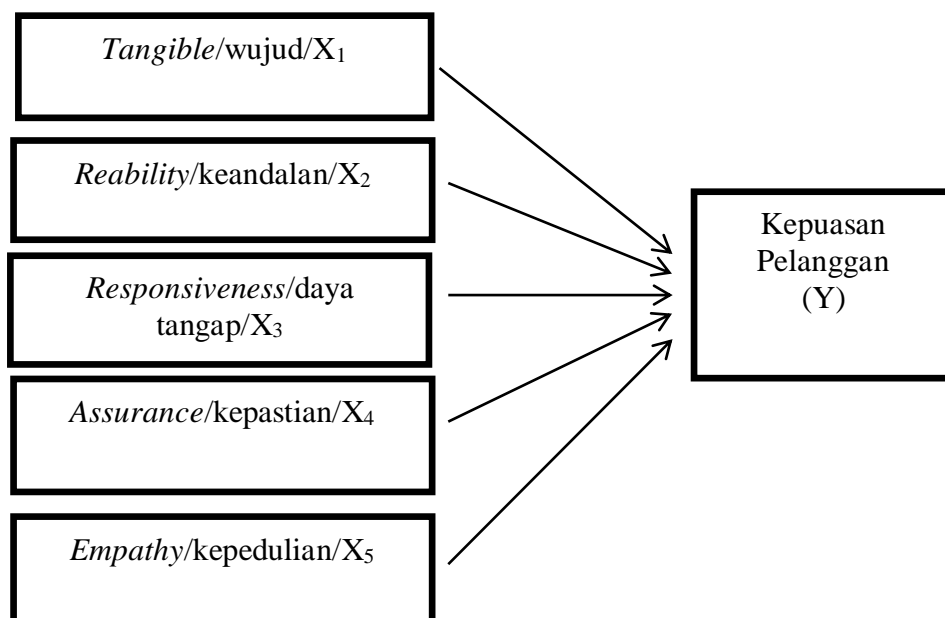
Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan tersebut, 5) Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual dalam penelitian ini bertujuan untuk memperjelas inti dari permasalahan yang tertuang dalam bentuk hubungan variabel Independen (*tangible/wujud/X₁*, *reability/keandalan/X₂*, *responsiveness/daya tanggap/X₃*, *assurance/kepastian/X₄*, dan *emphaty/kepedulian/X₅*), dan variabel dependen (kepuasan konsumen/Y). Kerangka ini di nyatakan dalam gambar 2 berikut ini:

Gambar 2
Kerangka Konseptual Penelitian



Hipotesis

- H₁ : Hubungan antara *tangible/wujud* terhadap kepuasan konsumen
- H₂: Hubungan antara *reability/keandalan* terhadap kepuasan konsumen
- H₃: Hubungan antara *responsiveness/daya tanggap* terhadap kepuasan konsumen
- H₄: Hubungan antara *assurance/kepastian* terhadap kepuasan konsumen
- H₅: Hubungan antara *emphaty/kepedulian* terhadap kepuasan konsumen
- H₆: Hubungan antara *tangible/wujud*, *reability/keandalan*, *responsiveness/daya tanggap*, *assurance/kepastian*, dan *emphaty/kepedulian* terhadap kepuasan konsumen

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2018) penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan. Dalam penelitian ini, survei dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada konsumen rumah makan Griya Dahar Mbok Sum.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat (konsumen) yang pernah makan di rumah makan Griya Dahar Mbok Sum, di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, menurut Panjaitan (2017) *purposive sampling* merupakan penarikan sampel didasarkan pada tujuan penelitian dan keputusan penarikan sampel bergantung pada pengumpulan data. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan peneliti menggunakan rumus Sugiyono (2019), berdasarkan perhitungan rumus tersebut maka sampel yang digunakan sebesar 100 responden.

Sumber Data

Data primer di sebut juga data asli atau data baru yang memiliki *sifat up to date*, adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh konsumen, sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari *library reserch*, buku-buku di perpustakaan Universitas Cokroaminoto Yogyakarta, *literature* di internet, majalah, dan data-data rumah makan Griya Dahar Mbok Sum

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada konsumen secara tidak langsung, melainkan melalui sarana internet atau bisa dikatakan media sosial secara *online* melalui aplikasi *whatsapp*, dan *instagram* disertai juga dengan penjelasan singkat mengenai isi dan cara menjawab angket, adapun link google form adalah sebagai berikut: <https://forms.gle/enNHWQZVoiGUXtct8> sedangkan kuesioner yang digunakan adalah tipe isian dan tipe pilihan. Tipe isian digunakan untuk mengisi data pribadi, dan tipe pilihan yaitu meminta responden untuk memilih salah satu

jawaban dari sejumlah jawaban yang tersedia. Alternatif jawaban dari kuesioner tipe pilihan menggunakan skala *likert* 5 poin.

Hasil Uji Regresi Linier berganda

Tabel.1
Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t_{hitung}	$t_{signifikan}$
konstanta	0,639	2,236	0,028
<i>tangible</i> /wujud/ X_1	0,316	3,027	0,003
<i>reability</i> /keandalan/ X_2	0,407	3,787	0,000
<i>responsiveness</i> /daya tanggap/ X_3	0,234	2,367	0,020
<i>assurance</i> /kepastian/ X_4	0,373	3,161	0,002
<i>emphaty</i> /kepedulian/ X_5	0,202	2,068	0,041
R ^{square} = 0,815		N = 100	
R = 0,903		a = 0,05	
Standar error = 0,22726		F_{hitung} = 83,024	

Sumber: Data primer diolah, 2021

PEMBAHASAN

Hipotesis Pertama

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *tangible*/bukti fisik terhadap kepuasan. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari t_{hitung} (3,027) > t_{tabel} (1,658) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar (0,316). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangible*/wujud/ X_1 secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum atau dengan kata lain H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil persepsi responden terhadap variabel *tangible*/wujud (X_1) yang menyatakan memilih sangat setuju sebesar 61,56% terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *tangible*/wujud mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kategori sangat baik, hal ini memberikan bukti bahwa rumah makan Griya Dahar Mbok Sum memiliki: fasilitas fisik, desain interior yang menarik, dan tempat parkir yang luas.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rhosid (2020), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Gacoan Colombo Sleman Yogyakarta, yang menyatakan *tangible* secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Warunk Gacoan Colombo. Namun sebaliknya hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dkk (2018), dengan judul pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di gubuk Cafe Dagelan Gresik,

yang menyatakan bahwa tangible tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Gubuk Cafe Dagelan Gresik.

Hipotesis Kedua

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *reability*/keandalan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari $t_{hitung} (3,787) > t_{tabel} (1,658)$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar (0,407). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *reability*/keandalan (X_2) secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum atau dengan kata lain H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil persepsi responden terhadap variabel *reability*/keandalan (X_2) yang menyatakan memililhsangat setuju sebesar 56,5% terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *reability*/keandalan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kategori sangat baik, hal ini memberikan bukti bahwa rumah makan Griya Dahar Mbok Sum memiliki: kualitas rasa konsisten, pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan, dan ketetapan waktu buka tutup.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hanfi dkk (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Mas Amin Air Johan, yang menyatakan variabel *reability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Mas Amin Air Joman. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Susiladewi (2020), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran PIZZA HUT, yang menyatakan bahwa variabel *reability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran PIZZA HUT di Banjarmasin.

Hipotesis Ketiga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *responsiveness*/daya tanggap terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari $t_{hitung} (2,367) > t_{tabel} (1,658)$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar (0,234). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *responsiveness*/daya tanggap (X_3) secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum atau dengan kata lain H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Hasil persepsi responden terhadap variabel *responsiveness*/daya tanggap (X_3) yang menyatakan sangat setuju sebesar 51,32% terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *responsiveness*/daya tanggap mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kategori sangat baik, hal ini memberikan bukti bahwa rumah makan Griya Dahar Mbok Sum memiliki: kecepatan pelayan dalam melayani, respon yang cepat, dan kesigapan dalam melayani konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh J.Tolen dkk (2017), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada

Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

Rumah Makan Suka Ramai Kota Kupang), yang menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Suka Ramai Kota Kupang. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Novrianto (2016), dengan judul Analisis Kepuasan Pelanggan pada Restoran Sop Tunjang Pertama (MI) di Pekanbaru, yang menyatakan bahwa variabel *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran sop Tunjang Pertaman (MI).

Hipotesis Keempat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *assurance*/kepastian terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari $t_{hitung} (3,161) > t_{tabel} (1,658)$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar (0,373). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *assurance*/kepastian (X_4) secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum atau dengan kata lain H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil persepsi responden terhadap variabel *assurance*/kepastian (X_4) yang menyatakan memilih sangat setuju sebesar 58,5% terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *assurance*/kepastian mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kategori sangat baik, hal ini memberikan bukti bahwa rumah makan Griya Dahar Mbok Sum memiliki: jaminan keamanan, tempat parkir yang aman, dan makanan minuman yang halal.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana (2021), dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Fasta dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran *Pepper Lunch* Cabang *Central Park* Jakarta barat, yang menyatakan bahwa *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Tawas dkk (2021), dengan judul pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinambang. yang menyatakan *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis Kelima

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adapengaruh *emphaty*/kepedulian terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari $t_{hitung} (2,068) > t_{tabel} (1,658)$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar (0,202). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *reability*/keandalan (X_2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum atau dengan kata lain H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil persepsi responden terhadap variabel *emphaty*/kepedulian (X_5) yang menyatakan memilih sangat setuju sebesar 53,71% terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut berarti bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *emphaty*/kepedulian mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kategori sangat baik, hal ini memberikan bukti bahwa rumah makan Griya Dahar Mbok Sum

Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

memiliki: lokasi yang strategis, mengutamakan kepentingan konsumen, dan mendengarkan keluhan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriliyani dkk (2017), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop*), yang menyatakan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Nitjano (2020), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Kantin Kampus ITN 2 Malang), yang menyatakan bahwa empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis Keenam

Berdasarkan hasil uji hipotesis maka disimpulkan bahwa *tangible*/wujud, *reability*/keandalan, *responsiveness*/daya tanggap, *assurance*/kepastian, *emphaty*/kepedulian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan hasil dari $F_{hitung} (83,024) > F_{tabel} (2,31)$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangible*/wujud, *reability*/keandalan, *responsiveness*/daya tanggap, *assurance*/kepastian, *emphaty*/kepedulian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum atau dengan kata lain H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menjelaskan bahwa *reability*/keandalan, *responsiveness*/daya tanggap, *assurance*/kepastian, *emphaty*/kepedulian secara simultan atau bersama-sama mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 81,5% sedangkan sisanya sebesar 18,5% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyawati, dan Seminari (2015), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar, yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan, selanjutnya penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Jatra (2015), dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Banura Sanur, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan restoran Banura Sanur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian ini, maka penulis dapat membuat beberapa kesimpulan mengenai “Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum” sebagai berikut:

1. *Tangible*/wujud memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum dengan nilai $t_{hitung} (3,027) > t_{tabel} (1,658)$. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_1 diterima.

Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

2. *Reability*/keandalan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum dengan nilai $t_{hitung}(3,787) > t_{tabel}(1,658)$. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_2 diterima
3. *Responsiveness*/daya tanggap memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum dengan nilai $t_{hitung}(2,367) > t_{tabel}(1,658)$. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan H_3 diterima.
4. *Assurance*/kepastian memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum dengan nilai $t_{hitung}(3,161) > t_{tabel}(1,658)$. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_4 diterima.
5. *Emphaty*/kepedulian memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum dengan nilai $t_{hitung}(2,068) > t_{tabel}(1,658)$. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_5 diterima.
6. Kualitas pelayanan (*tangible*/wujud, *reability*/keandalan, *responsiveness*/daya tanggap, *assurance*/kepastian, *emphaty*/kepedulian) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Griya Dahar Mbok Sum dengan nilai $F_{hitung}(83,024) > F_{tabel}(2,31)$. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_6 diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberi saran yang dapat dijadikan masukan sebagai berikut:

Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan, baik secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumennya pihak rumah makan Griya Dahar Mbok Sum harus memperhatikan, mempertahankan, dan meningkatkan kualitas layanan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar menguji kembali variabel-variabel apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti: loyalitas pelanggan, kualitas produk, lokasi, dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Digdowiseiso, Kumba. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Dinas Lingkungan Hidup. 2019. *Petunjuk Teknis Pengelolaan limbah cair Kegiatan Restoran/Rumah Makan*. Surabaya: Dinas Lingkungan Hidup.

Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

- Djohan, Agustinus Johannes. 2016. *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Banjarmasin: Media Nusa Creative.
- Fatihudin, Didin & Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, Marwan. 2019. *Analisis Jalur dan Aplikasi SPSS versi 25*. Bireun: Universitas Almuslim Bireun.
- Himawati, Ditiya. 2019. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan kepuasan Pelanggan*. Jawa timur: unitomo press.
- Ismayanti. 2011. *Penghantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- J.Tolen, Mamida. Dan B.Messakh, Anthoninus. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kupang*, Jurnal Manajemen Vol. 5, No. 2.
- Jayanti, Wulan Utomo, Wahyudi, Supri Wahyudi dan Murwani, Juli. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Ngawi*. Madiun: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Volume 2, Nomor 2.
- Lupiyoadi, Rambat. 2010. *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Malhotra, N.K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 4th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Mussry jacky 2013. *Pemasaran Jasa-Prespektif indonesi*. Jilid 2 Edisi Ketuju Erlangga.
- Nitijano, Jeniriana. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kantin Kampus ITN 2 Malang)*, Jurnal Valtech Vol. 3, No.2.
- Novrianti, Juang. 2016. *Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sop Tunjang Pertama (MI) Di Pekanbaru*, Jurnal Valutan Vol. 2, No. 2.
- Pandjaitan, Dorothy Rouly Haratuan. dan Aripin, Ahmad. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisni*. Bandar Lampung: aura Publishing.
- Putranto, Agung Tri. Kumara, Dedek dan Syahria, Siti. 2021. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Masakan Jepang En Dining*, Jurnal Vol. 5, No. 1.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Rahayu Tanama, Putri, Budi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rahmadi, 2011. *Penghantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rahmawati, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Samarinda: Mulawarman University Press.

Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

- Saekoko, Astin Naomi. Dkk. 2020. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian smartphone xiaomi*. Kupang: Universitas Nusa Cendana.
- Saputro, Abdul Rhosid. dan Suparmono, 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Gacoan Colombo Sleman Yogyakarta*, Cakrawangsa Bisnis Vol. 1, No. 2.
- Saripudin, Abin. Oktriawan, Wawan. dan Kurniasih, Nunung. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid di Purwakarta*, Jurnal Manajemen Vol. 3, No. 2.
- Sasongko, Felita. dan Hartono, Subagio.2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sofiah, Herlina. Dan Ekawati, Sri. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Kepuasan di Bengkulu*, Bengkulu.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Yogyakarta: . ALFABETA.
-2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Yogyakarta: . ALFABETA.
- Supriyati, 2012. *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- Susiladewi, 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Di Banjarmasin*, Al-Ulum Ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 6, No. 2.
- Sulistiawati, Ni Made Arie.Seminari, Ni Ketut. 2015.*PengaruhKualitasPelayananTerhadapKepuasanPelangganRestoran Indus UbidGianyar*, E-JurnalManajemenUnud Vol. 4, No. 8.
- Tanama, Putri, Budi, Rahayu. 2017. *Manajemen Pemasaran*, Denpasar : Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Tjiptono, 2011. *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia.
- 2012. *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia.
- Utami, Ida Ayu Inten Surya. Jatra, I Made. 2015.*PengaruhKualitasLayananTerhadapKepuasanPelangganRestoranBaruna Sanur*, E-jurnalManajemenUnud, Vol. 4, No.7.
- Wahidmurni.2017.*Pemaparan metode penelitian Kuantitatif*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Zahra, Mutiara. Andreansyah, Nando. dan Relawati. 2021.*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran KFC Lampung*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 2, No.1.