

kualitas pelayanan sebuah perusahaan, baik perusahaan penghasil barang atau jasa. *Reliability* atau kepercayaan yaitu bagaimana ketepatan untuk menepati janji – janji pelayanan secara tepat dan akurat, aspek ini meliputi keterampilan dan kecakapan dalam menjual dan melayani konsumen, pemberian kemudahan, dan kenyamanan dalam pelayanan. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemampuan dalam membantu dan melayani konsumen serta pelayanan yang tepat dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen. *Assurance* atau jaminan, aspek ini meliputi kemajuan dan pengetahuan karyawan serta staff dalam melayani kebutuhan konsumen. Kemampuan ini erat kaitannya dengan penciptaan jaminan kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan. *Empathy* atau empati yaitu kemampuan untuk memberikan pengertian atau perhatian secara khusus ( *individualizes attention* ) kepada konsumen yang bersifat pribadi.

Menurut Zulian Yamit ( 2001, hal 78 ) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi hasil yang diinginkan.

Salah satu industri jasa yang sangat memperhatikan kepentingan pelayanan terhadap konsumen adalah usaha restoran atau rumah makan. Usaha restoran ini banyak kita jumpai baik di kota – kota besar maupun kota kecil. Para pengusaha yang mengembangkan bisnisnya dalam bidang ini tentunya menyadari bahwa persaingan mereka sangatlah ketat, untuk itu

mereka harus benar – benar memahami tingkat kualitas pelayanan yang mereka miliki agar keberadaannya dapat diterima secara baik oleh konsumen. Konsumen yang datang ke restoran atau rumah makan sejak awal mempunyai tujuan untuk menikmati aneka macam makanan yang ditawarkan dengan harapan dapat memberikan pelayanan kepadanya secara memuaskan. Seiring dengan perkembangan taraf hidup masyarakat yang semakin meningkat konsumen tidak hanya sekedar melihat menu yang disediakan saja, tetapi lebih dari itu mereka juga melihat dari pelayanan dan fasilitas pendukung yang tersedia.

Dalam hal ini, menilik pada salah satu lokasi penelitian yaitu Restoran Dixie Yogyakarta yang memiliki reputasi dan nama baik. Restoran ini memiliki karakteristik tertentu antara lain: Gedung atau bangunan yang memiliki arsitektur yang modern dengan dua lantai, desain interior yang menarik dengan lebih mengutamakan kenyamanan sehingga konsumen merasa betah, kebersihan dan keindahan ruangan yang selalu terjaga, menu makanan yang beraneka ragam mulai dari menu masakan Indonesia maupun luar negeri, karyawan atau staff yang ditempatkan pada pintu masuk untuk menerima dan memberikan arahan kepada konsumen yang datang, sajian live music pada hari – hari tertentu sehingga menambah suasana nyaman bagi para konsumen.

Penelitian ini akan mengukur pengaruh aspek fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati pada pemberian jasa oleh Restoran Dixie karena kelima aspek tersebut adalah aspek yang paling relevan berpengaruh

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan pada Restoran Dixie Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Dixie Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui variabel – variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Restoran Dixie Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu di universitas islam indonesia yogyakarta, serta untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh dan dipelajari dibangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam menetapkan kebijaksanaan dan strategi dibidang pemasaran.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

pada kapasitas perusahaan dalam mengamati hal – hal yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, oleh karenanya marketers ( pemasar ) yang paham perilaku konsumen mempunyai keuntungan yang cukup besar di pasar.

Menurut Basu Swasta dan T. Hani Handoko ( 1987 ), Perilaku Konsumen dapat didefinisikan sebagai berikut :

“ Perilaku konsumen adalah kegiatan – kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan – kegiatan tersebut”.

Dari perilaku konsumen ini dapat dilihat dari persepsi konsumen yang berbeda – beda terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh dari keunggulan suatu jasa. Jika pelayanan yang diterima sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Untuk itu perusahaan jasa harus mampu meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimumkan pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pelanggan yang kurang menyenangkan.

#### 2.1.6 Kepuasan Konsumen

Menurut Phillip Kotler ( 1997 ) Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai berikut :

Atribut bukti fisik atau tangibles dibentuk oleh empat faktor meliputi : fasilitas fisik ( gedung, dapur dll ), perlengkapan dan peralatan yang digunakan, kenyamanan dan kebersihan, serta penampilan karyawan.

Atribut kepercayaan atau reliability dibentuk oleh empat indikator, meliputi : ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik kepada semua pelanggan dan akurasi yang tinggi dalam pelayanan.

Atribut daya tangkap atau responsiveness, dibentuk oleh empat indikator yaitu : penanganan keluhan, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, kesanggupan menangani masalah, kesanggupan untuk menangani keinginan konsumen atau pelanggan

Atribut jaminan atau assurance dibentuk lima komponen yaitu meliputi komunikasi yang baik kepada pelanggan, kredibilitas, keamanan, kompetisi dan sopan santun.

Atribut empati dibentuk oleh empat indikator yaitu : penanganan keluhan dan saran, perhatian yang tulus, pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan ( konsumen ) secara spesifik.

Sedangkan atribut kepuasan pelanggan dibentuk oleh dua komponen yaitu kepuasan dan harapan.

### **2.3 Hipotesis**

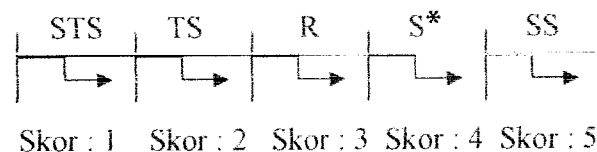
Kesimpulan awal yang masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini :

	perusahaan	
16	Kesabaran staf dan pegawai dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen	Jaminan
17	Dukungan perusahaan terhadap staf / pegawai untuk melaksanakan tugas dengan baik	Jaminan
18	Perhatian perusahaan secara individu pada konsumen	Empati
19	Perhatian personal kepada konsumen oleh staf / pegawai	Empati
20	Pemahaman staf / pegawai perusahaan akan kebutuhan dan perasaan konsumen	Empati
21	Kesungguhan perusahaan terhadap kepentingan konsumen	Empati
22	Keluwesannya atau kesesuaian jam kerja perusahaan dengan kesibukan konsumen	Empati
23	Tingkat kepuasan anda terhadap peralatan dan perlengkapan, layout serta penampilan staff/pegawai	Kepuasan
24	Tingkat kepuasan anda terhadap keterampilan dan kecakapan dalam menjual dan melayani konsumen	Kepuasan
25	Tingkat kepuasan anda terhadap kemampuan staff/pegawai dalam membantu dan melayani konsumen serta pelayanan yang tepat dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen	Kepuasan
26	Tingkat kepuasan anda terhadap kompetensi/kemampuan staff/pegawai, kesabaran dan kesopanan dalam menghadapi konsumen	Kepuasan
27	Tingkat kepuasan anda terhadap kemampuan staff/pegawai dalam memberikan pengertian dan perhatian secara khusus kepada konsumen	Kepuasan

Tidak Setuju	2	4	8	4%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Jumlah			436	100%
Rata-Rata			*4,36	

Sumber : data primer yang diolah

Restoran Dixie Yogyakarta, memberikan unsur empati sesuai apa yang diharapkan konsumen, yaitu dalam memberikan perhatian kepada konsumen, memahami keinginan dan permintaan konsumen dan berusaha menciptakan kesesuaian dengan kesibukan dari konsumen. Sebanyak 49 orang responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 orang responden menyatakan setuju, 5 orang responden menyatakan netral, 4 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata konsumen restoran Dixie mendapatkan kepuasan setelah datang dan menggunakan jasa pelayanan di restoran Dixie dan ini dapat dibuktikan besarnya nilai rata-rata berada pada level 4,36 yang artinya sebagian besar konsumen merasa setuju dengan variable empati yang diberikan oleh restoran Dixie.

- b. Berdasarkan uji secara serentak atau uji F, nilai F tabel = 2,30 dan F hitung = 36,188 menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari pada F tabel ( $36,188 > 2,30$ ). Ini berarti bahwa secara bersama-sama atau serentak variabel independen yaitu fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.
- c. Dari hasil dengan menggunakan uji parsial atau uji T didapat bahwa variabel-variabel independen yaitu fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.
- d. Besarnya nilai koefisien korelasi berganda Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  untuk variabel Unsur Fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,6120 atau 6,1%. Variabel Keandalan( $X_2$ ) adalah 0,6421 atau 6,4%. Unsur Ketanggapan( $X_3$ ) sebesar 0,5284 atau 5,28%. Unsur Jaminan( $X_4$ ) adalah 0,0508 atau 0,05%. Unsur Empati( $X_5$ ) adalah 0,5767 atau 5,7%
- e. Besarnya nilai koefisien korelasi berganda 0,811 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Restoran Dixie Yogyakarta. Sedangkan hasil koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,658 mempunyai arti bahwa 65,8 % kepuasan konsumen



2. Restoran Dixie Yogyakarta harus lebih memberikan perhatian yang lebih serius kepada konsumen dan lebih meminimalkan terjadinya kesalahan dalam pelayanan, hal ini perlu dipertimbangkan agar faktor keandalan dapat lebih meningkat secara signifikan. Sebagai realisasi dari program ini dapat dilakukan dengan : menambah jumlah karyawan/staff untuk pelayanan hal ini dilakukan untuk mengantisipasi apabila konsumen yang datang cukup banyak, menempatkan karyawan pada posisi yang tepat dimana dapat dengan mudah memberikan perhatian kepada konsumen. Sedangkan untuk meminimalkan terjadinya kesalahan dalam pelayanan pihak restoran dapat melakukan dengan: meningkatkan program pelatihan dan ketrampilan yang baik dalam pelayanan kepada karyawan/staff, pemberian konsekuensi kepada karyawan/ staff apabila mereka melakukan kesalahan dalam pelayanan.
3. Restoran Dixie Yogyakarta harus senantiasa untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat pelayanan mereka, sebagai realisasi dari motto perusahaan “ *Kepuasan anda adalah kebanggaan tersendiri bagi kami dan Dixie selalu memberikan pelayanan terbaik untuk anda* “. Untuk itu perlu adanya perhatian dan tanggungjawab dari semua pihak dalam perusahaan, yang tentunya juga didukung dengan pemenuhan kebutuhan dana yang sesuai untuk peningkatan kualitas pelayanan mereka. Apabila dana perusahaan terbatas, program yang dapat dilakukan agar kualitas pelayanan tetap dapat ditingkatkan adalah dengan memberikan pelatihan untuk peningkatan ketrampilan dan keahlian secara intensif kepada karyawan/ staff.