

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CIMOLL RESTO SLEMAN YOGYAKARTA

Misnawati<sup>1</sup>, Siti Mariah<sup>2</sup> Anggri Sekar Sari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta; <sup>2,3</sup> Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta;  
E-mail: [misna050120@gmail.com](mailto:misna050120@gmail.com)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) kualitas pelayanan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta, 2) kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta, 3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman. Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Cimoll Resto Sleman dan sampel 88 orang yang diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dan kuesioner yang di uji validitas menggunakan rumus *korelasi product moment* tingkat kesalahan 5% didapat 22 item valid. Uji reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's Alpha* dengan nilai koefisien kualitas pelayanan 0,902 dan kepuasan pelanggan 0,879. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Berdasarkan Hasil penelitian, ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta sebesar 62,0%, kualitas pelayanan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta berada dalam kategori baik sebesar 53,41%, dan kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta berada dalam kategori puas sebesar 51,13%. Saran dari peneliti, Cimoll Resto diharapkan mampu mempertahankan, memperbaiki, dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, cimoll resto

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi, perkembangan dunia bisnis semakin cepat dan muncul beragam inovasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan seperti halnya bisnis kuliner yang merupakan salah satu bisnis yang memiliki fleksibilitas terhadap berbagai tren yang muncul di masyarakat, selain memenuhi kebutuhan pangan juga digunakan sebagai identitas bagi yang membeli akan kemampuannya dalam mengikuti perkembangan kuliner yang sedang berlangsung. Dalam perjalanannya, bisnis satu dengan lainnya tidak selalu memiliki perbedaan sehingga banyak usaha yang menjadi rival dan intervalnya semakin ketat. Untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi, sebuah bisnis diharapkan untuk tanggap dalam mempertahankan dan mampu meraih kesuksesan dalam bersaing di dunia bisnis. Agar bisnis dapat bertahan di pasar,

pemilik usaha diwajibkan untuk memahami kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan. Memberikan perhatian lebih atas kepentingan, keinginan, dan kepuasan dari pelanggan pada layanan yang diberikan adalah kunci dari kesuksesan dalam melaksanakan sebuah bisnis di lingkungan yang cukup bersaing. Sebuah bisnis harus bisa memberikan sesuatu yang meninggalkan kesan menarik di hati pelanggan seperti memberikan rasa puas secara berkesinambungan melalui perbaikan atas kualitas produk maupun pelayanan[1]

Kualitas dari pelayanan yang diberikan dapat menjadi sebuah upaya yang berpeluang besar dalam menarik jumlah pelanggan baru serta mempertahankannya agar pelanggan yang sudah diperoleh sebelumnya tidak berpindah ke perusahaan lain demi mempertahankan profit yang diperoleh, perusahaan atau usaha harus berfokus pada kinerja bisnis agar dapat meningkatkan kualitas produk maupun layanan sehingga akan mempengaruhi prioritas pelanggan terhadap

produk yang diminati. Kualitas pelayanan yang dapat diberikan kepada pelanggan adalah berupa kenyamanan dalam bertransaksi dan harapan dari pelanggan yang menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis, melalui pelayanan yang diberikan maka pelanggan dapat menentukan seberapa besar kepuasan yang diperoleh dalam bertransaksi di bisnis yang bersangkutan. Rasa puas yang dimiliki oleh *customers* merupakan level yang mereka rasakan setelah memuat perbandingan terhadap ekspektasi dan realita yang mereka rasakan. Mewujudkan hal tersebut, produsen harus mengaplikasikan cara-cara yang berbeda, yakni meningkatkan kualitas layanan adalah salah satu dari banyaknya cara. Tingkat layanan merupakan ukuran kualitas dari pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan setara dengan keinginan pelanggan atau lebih, memberikan tingkat layanan dijanjikan, pelayanan yang cepat, pelayanan yang nyaman dan aman. Kualitas pelayanan sangat penting untuk diperhatikan karena memberikan pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan, mengembalikan pelanggan kepada pelayanan perusahaan, dan meningkatkan citra perusahaan. Menurut penelitian sebelumnya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan penelitian lainnya menyatakan hal yang serupa di mana kenyamanan terhadap pelayanan yang diberikan memiliki persentase yang rendah atau pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan dalam aspek kenyamanan, tngkatan sebuah pelayanan mampu memenuhi keperluan dari konsumen bahkan sampai ke keinginan pelanggan, sehingga mampu memberikan keseimbangan para harapan pelanggan disertai dengan ketepatan dalam menyampaikan pelayanan tersebut[2]

Pemberian layanan dalam sebuah bisnis tidak selalu rumit tetapi perlu diberikan perhatian khusus karena rentan terhadap kepuasan yang diperoleh pelanggan. Pelayanan yang diimplementasikan harus sesuai dan mampu menunjang sistem dari pelayanan yang ditetapkan dengan menggunakan sarana yang tepat hingga perhatian terhadap etika. Berdasarkan hasil observasi Cimoll Resto Sleman memiliki lokasi yang sangat strategis. Sekitar lokasi

Cimoll Resto Sleman terdapat beberapa resto atau warung makan yang menjual beraneka ragam makanan yaitu sate ratu, sambal gami borneo, *the crabby's*, dan warung kembang kates. Adanya pesaing bisnis yang serupa, hal ini bisa menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis, menyebabkan penurunan pengunjung yang bisa merugikan perusahaan. Adanya persaingan tersebut, perusahaan harus memperhatikan berbagai macam strategi untuk bertahan dalam persaingan pasar, seperti meningkatkan promosi, menu yang bervariasi, dan pelayanan yang baik dan berkualitas.

Berdasarkan hasil wawancara pada pelanggan Cimoll Resto Sleman mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak resto dan keluhan yang berkaitan tentang pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan. didapatkan fakta bahwa pelayanan yang diberikan tergolong baik, namun terdapat keluhan pelanggan terhadap waktu. Beberapa pelanggan mengatakan terlalu lama dalam menunggu makanan yang dipesan datang. Adanya ketidaksesuaian harapan pelanggan terkait pelayanan yang didapatkan oleh mereka sehingga muncul rasa tidak puas dari pelanggan itu sendiri terhadap pelayanan tersebut.

Faktor yang terpenting dalam bisnis adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasakan kepuasan dari fasilitas bisnis akan memutuskan untuk kembali mengunjungi tempat tersebut dan tentu akan menghasilkan keuntungan bagi bisnis, sehingga memperhatikan kepuasan pelanggan adalah faktor yang cukup krusial dalam mengembangkan bisnis. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai derajat rasa yang muncul setelah seorang pelanggan menerapkan produk baik barang atau jasa yang diperoleh lalu melakukan perbandingan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan tersebut[3]. Pelanggan yang termasuk dalam golongan loyal tentu akan merasa cukup puas ketika hasil dari perbaikan yang diberikan dapat menunjukkan kualitas dari produk yang digunakan. Sedangkan pelanggan yang bersifat rasional cenderung mendukung produk yang diperlukan sehingga sudah tentu mereka akan meminta hasil produksi yang berkualitas sehingga sama dengan produk yang diharapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk yang memiliki mutu yang baik akan memberikan nilai tambah di mata pelanggan. Strategi peningkatan kualitas dalam pelayanan merupakan upaya untuk memberi respon atas keadaan dan kenyataan melalui pemberian solusi

untuk dapat menyelesaikan permasalahan dalam situasi tersebut. Solusi yang dipilih menurut tolak ukur keperluan bisnis dan mampu memberikan jalan terbaik dari keadaan yang timbul. Strategi berhubungan dengan taktik untuk menyelesaikan masalah bukan sebaliknya.

## METODE

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman adalah penelitian yang berjenis deskriptif kuantitatif serta data yang dikumpulkan yaitu peneliti terlibat secara langsung dalam menyebarkan kuesioner dan mengamati lokasi penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Cimoll Resto Sleman Yogyakarta, namun karena jumlah populasi terlalu besar dan tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan yang datang di Cimoll Resto Sleman pada tanggal 12-20 Mei 2022. Sampel dalam penelitian ini yaitu 88 orang dengan menggunakan teknik *accidental sampling* untuk menentukan sampel. *Accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan dan atau responden yang dijumpai dan diambil secara acak yang ditemui sekiranya cocok untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini untuk memperoleh data [4]. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Dalam kuesioner, peneliti menggunakan skala Likert yang menyajikan empat pilihan jawaban mulai dari skala sangat baik ke tidak baik, serta mewakili pandangan dari responden mengenai kondisi ataupun pernyataan yang tersaji. Uji validitas menggunakan *person product moment* dimana semua pernyataan valid dan uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dan semua pernyataan reliabel untuk dijadikan alat ukur. Analisis data yang digunakan yaitu statistik deskriptif data penelitian, Distribusi frekuensi, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Cimoll Resto sudah berdiri sejak 2018 oleh pemiliknya yang bernama ibu Neni Nuraeni. Cimoll Resto adalah salah satu tempat makan yang menyajikan beragam makanan khas daerah sunda, pada saat ini bisnis tersebut sudah memiliki 3 (tiga) cabang di Yogyakarta yang berlokasi di Kecamatan Depok Sleman, Kecamatan Umbulharjo dan di Kecamatan Gondokusuman Yogyakarta. Pada penelitian ini, difokuskan pada Cimoll Resto cabang Sleman yang beralamat di Jl. Sidomukti, Tiyosan, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, DIY. Cimoll resto Sleman mempekerjakan karyawan pada bidang yang berbeda. Rincian karyawan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta dapat dilihat pada tabel yang disajikan sebagai berikut:

Bagian-Bagian	Jumlah
Penanggung jawab cabang	1 Orang
Admin	1 orang
Juru masak / koki	5 orang
Pantry	1 orang
Waiters	4 orang
Kasir	1 orang
<b>Total</b>	<b>13 orang</b>

Deskripsi data yaitu menggambarkan data hasil penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diperoleh dari angket yang dikerjakan oleh 88 pelanggan. Berikut ini adalah statistik deskriptif data yang meliputi nilai minimal (Min), nilai maksimal (Max) mean, standar deviasi (SD), median (Md) dan modus (Mo) pada penelitian ini:

Tabel 1. Statistik deskriptif data penelitian

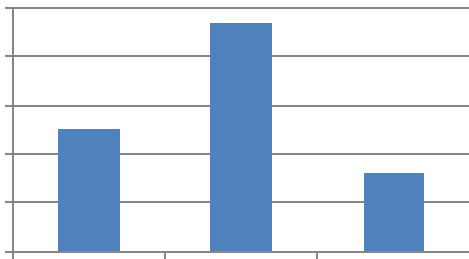
No	Deskripsi	Kualitas Pelayanan (X)		Kepuasan Pelanggan (Y)	
		Observasi	Ideal	Observasi	Ideal
1.	Nilai Minimal	26	13	18	9
2.	Nilai Maksimal	52	52	36	36
3.	Mean	40	32,5	26,77	22,5
4.	Median	39		27	
5.	Modus	39		27	
6.	Standar Deviasi	6	6,50	4,58	4,50

1. kualitas pelayanan (X)

Berikut ini adalah rangkuman hasil kategorisasi variabel kualitas pelayanan (x)

Tabel 2. Kategorisasi Kualitas pelayanan(x)

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
43,4 - 52,00	Sangat Baik	25	28,41%
34,7 - 43,4	Baik	47	53,41%
26 - 34,7	Kurang Baik	16	18,18%
Total		88	100,00%



Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa dari sebanyak 88 responden penelitian terdapat 25 responden (28,41%) yang menerima kualitas pelayanan dalam kategori sangat baik, kemudian 47 responden (53,41%) yang menerima kualitas pelayanan dalam kategori baik, selanjutnya 16 responden (18,18%) yang menerima kualitas pelayanan dalam kategori kurang baik. Uraian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta berada dalam kategori baik sebesar 53,41%.

2. Kepuasan pelanggan (Y)

Berikut ini adalah rangkuman hasil kategorisasi variabel kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 3. Kategorisasi Kepuasan Pelanggan (Y)

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
30 - 36	Sangat Puas	22	25%
24 - 30	Puas	45	51,13%
18 - 24	Kurang Puas	21	23,87%
Total		88	100,00%

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa dari sebanyak 88 responden penelitian terdapat 22 responden (25%) dengan kepuasan dalam kategori sangat puas; kemudian 45 responden (51,13%) dengan kepuasan dalam kategori puas; selanjutnya terdapat 21 responden (23,87%) dengan kepuasan dalam kategori kurang puas. Berdasarkan uraian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta berada dalam kategori puas sebesar 51,13%.

3. Persamaan Regresi Linier Sederhana:

Regresi linier sederhana untuk mengetahui arah dari pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini berdasarkan persamaan regresi yaitu sebagai berikut.

Tabel 4. Regresi Linier Sederhana

No	Model Regresi	Koefisien Beta
a.	Konstanta kepuasan pelanggan	2,763
b.	Kualitas pelayanan	0,600

$$Y = 2,763 + 0,600 X$$

Keterangan:

Y: Kepuasan Pelanggan

X: Kualitas Pelayanan

Peneliti menggunakan nilai  $R_{hitung}$  untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Terdapat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat jika nilai  $R_{hitung}$  lebih besar dari  $R_{tabel}$ . Sebanyak 88 responden pada tingkat signifikansi 5%, maka nilai  $R_{tabel}$  adalah sebesar 0,201.

Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula rasa puas yang didapat pelanggan, begitu juga sebaliknya pelayanan yang memiliki kualitas baik dapat dijadikan faktor pendukung yang akan menyokong visi misi guna meraih kesuksesan perusahaan

untuk mendapatkan pelanggan. Pelanggan akan memiliki rasa loyalitas yang tinggi ketika layanan yang didapat memuaskan. Ketika layanan yang didapat tidak memuaskan, pelanggan akan berpindah ke perusahaan lain dengan itu perlu adanya peningkatan kualitas sehingga pelanggan dapat merasakan kepuasan[5]

Berikut ini adalah hasil koefisien korelasi.

Tabel 5. Analisis Koefisien Korelasi

R <sub>hitung</sub>	N	R <sub>tabel</sub>	Hasil
0,787	88	0,210	Ada hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa nilai R<sub>hitung</sub> (0,787) yang lebih besar dari R<sub>tabel</sub> (0,210) yang dapat diinterpretasikan bahwa terdapat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini, dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta.

Semakin bagus pelayanan suatu restoran akan meningkatkan kepuasan dari pelanggannya. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lauw dan Kunto (2013) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [6]

Peneliti menggunakan nilai R<sup>2</sup> square (R<sup>2</sup>) untuk menentukan seberapa besar dampak dari variabel bebas terkait variabel terikat pada penelitian ini, dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 6. Analisis Koefisien Determinasi

R <sup>2</sup>	KD	Sisa
0,620	62,0%	38,0%

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa nilai R<sup>2</sup> adalah sebesar 0,620. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta adalah sebesar 62,0%, sebesar

38,0% mendapat pengaruh dari luar faktor diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui beberapa cara, yang pertama yakni mengerahkan layanan terbaik untuk membangun interpretasi konsumen terhadap apa yang telah mereka dapatkan, dalam hal ini, beberapa kekurangan dapat dijadikan sebagai evaluasi di masa mendatang. Cara kedua adalah dengan mengelola ekspekstasi *constumer* terkait produk yg diterima, sehingga produsen tidak membuat suatu tingkatan tertentu yang belum tentu dapat mereka berikan kepada pelanggan. Cara ketiga adalah dengan membangun kualitas pelayanan melalui pembuktian terhadap pelayanan yang diberikan serta tanggapan dari pelanggan terhadap suatu layanan tersebut. Cara keempat adalah menumbuhkan budaya kualitas yang diwujudkan melalui adanya komitmen dari penyedia layanan untuk selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik. Cara kelima adalah adanya tindak lanjut terhadap kualitas layanan, termasuk jika terdapat kritik dan saran akan dijadikan tolak ukur dalam meningkatkan kualitas perusahaan[7]

Hipotesis penelitian diterima ketika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $Sig. < \alpha$ .  $t_{tabel}$  berdasarkan 88 responden pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,988. Berikut hasil uji dalam penelitian ini.

Tabel 6. Uji Hipotesis (Uji t)

Model Uji	t <sub>hitung</sub>	N	t <sub>tabel</sub>	Sig.	Hasil
X terhadap Y	11,834	88	1,988	0,000	H <sub>0</sub> ditolak dan H <sub>a</sub> diterima

Berdasarkan tabel 6 yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta adalah diterima berdasarkan  $t_{hitung}$  (11,834) >  $t_{tabel}$  (1,988) serta  $Sig.$  (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Riyadin (2019:46), yakni terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat keluarga berencana di kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur berdasarkan  $Sig.$  0,032 <  $\alpha$  0,05 [8].

Rasa puas dari pelanggan adalah apa yang dirasakan setelah menerima barang atau jasa dengan sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan sebelum mendapatkan barang atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang dapat dijadikan sebagai evaluasi yang utama terhadap kualitas pelayanan baik jasa dan barang

oleh produsen atau perusahaan[9].

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dipaparkan pada bagian pembahasan, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta berada dalam kategori baik sebesar 53,41%
2. Kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta berada dalam kategori puas sebesar 51,13%
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta sebesar 62,0%

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Lina Sari Situmeang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2017.
- [2] Firmansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan," *Manag. Anal. J.*, vol. 7, no. 1, pp. 120–128, 2018.
- [3] A. F. R. Adi, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Semarang*, vol. 1, no. 3, p. 61, 2012.
- [4] E. R. Sulaiman, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Syariah," p. 22, 2017.
- [5] F. Hasanah, "Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan," *J. Kel.*, vol. 2, no. 1, pp. 76–80, 2016.
- [6] N. M. Sulistyawati and N. K. Seminari, "Kepuasan Pelanggan Restoran Indus," *E- J. Manaj. Unud*, vol. 4, no. 8, pp. 2318–2332, 2015, [Online]. Available: <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/959/667>
- [7] Tjiptono, *Strategi pemasaran*, Ke 3. Yogyakarta: Andi, 2012.
- [8] Riyadin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [9] A. Firatmadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan," *J. Bus. Stud.*, vol. 2, no. 2, pp. 2443–3837, 2017, [Online]. Available: <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/959/667>