

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA USAHA KULINER DI PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**MUHAMMAD EMIR HIDAYAT**

**1704120644**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
TAHUN 2021 M / 1443 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
USAHA KULINER DI PALANGKA RAYA**

NAMA : **MUHAMMAD EMIR HIDAYAT**

NIM : **1704120644**

FAKULTAS : **EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

JURUSAN : **EKONOMI ISLAM**

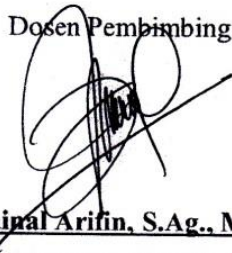
PROGRAM STUDI : **EKONOMI SYARIAH**

JENJANG : **STRATA SATU (S1)**

Palangka Raya, Oktober 2021

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



M. Zainal Arifin, S.Ag., M.Hum.

NIP 19750620 200312 1 003

Dosen Pembimbing II

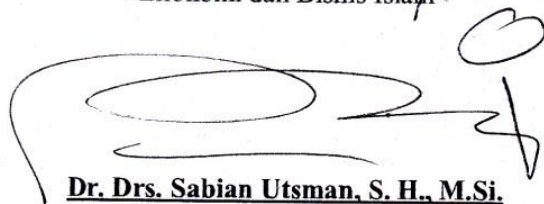


Hasnita, M.Si

NIP 199506032020122025

Mengetahui

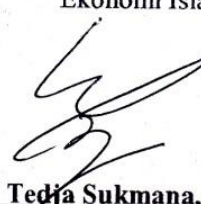
Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Drs. Sabian Utsman, S. H., M.Si.

NIP 196311091992031004

Ketua Jurusan  
Ekonomi Islam



Enriko Tedja Sukmana, S.Th.L., M.Si.

NIP 19840321 201101 1 012

## NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**

**Saudara Muhammad Emir  
Hidayat**

Palangka Raya, 2021

Kepada

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

IAIN Palangka Raya

di-

Palangka Raya

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.*

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan perbaikan seperlunya,  
maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : **Muhammad Emir Hidayat**

NIM : **1704120644**

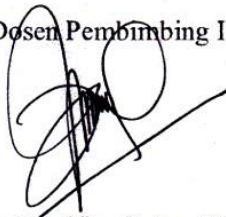
Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER  
DI PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarrakatuh.*

Dosen Pembimbing I



**M. Zainal Arifin, S.Ag., M.Hum.**

**NIP 19750620 200312 1 003**

Dosen Pembimbing II



**Hasnita, M.Si**

**NIP 199506032020122025**

## LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER DI PALANGKA RAYA** oleh Muhammad Emir Hidayat, NIM : 1704120644 telah dimunaqasyahkan Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 27 Oktober 2021

Palangka Raya, 2021

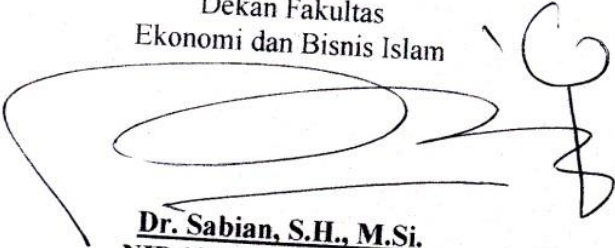
1. Sofyan Hakim, M.M., M.AP  
Penguji/Ketua Sidang

2. Jelita, M.Si  
Penguji I

3. M. Zainal Arifin, M.Hum  
Penguji II

4. Hasnita, M.Si  
Penguji/Sekretaris Sidang

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. Sabian, S.H., M.Si.**  
NIP 196311091992031004

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER DI PALANGKA RAYA**

**MUHAMMAD EMIR HIDAYAT**

**NIM. 1704120644**

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha kuliner di Palangka Raya**” merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh kualitas pelayanan kuliner terhadap kepuasan pada usaha dibidang kuliner yang ada dikota Palangka Raya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 104 responden yang melakukan transaksi secara langsung ditempat usaha kuliner dikota Palangka Raya. Data penelitian kemudian diolah dengan menggunakan bantuan *SPSS 16.0 for Windows*.

Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner dikota palangka raya. Hubungan yang di ciptakan dari variabel tersebut membuat dampak yang positif, sehingga dengan adanya kenaikan angka pada kualitas pelayanan kuliner maka dapat dipastikan bahwa akan ada pengaruh yang menyebabkan bertambahnya kepuasan dari konsumen di tempat usaha kuliner dikota Palangka Raya.

**Kata kunci** : kualitas pelayanan, kepuasan Konsumen. Usaha kuliner

## **ABSTARCT**

### **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION IN CULINARY BUSINESS IN PALANGKA RAYA**

**MUHAMMAD EMIR HIDAYAT**  
**NIM. 1704120644**

*The thesis entitled "The influence of service quality on consumer satisfaction in culinary businesses in Palangka Raya" is the result of quantitative research that aims to answer questions about the influence of culinary service quality on satisfaction in culinary businesses in the city of Palangka Raya.*

*This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected by distributing questionnaires to 104 respondents who made direct transactions at culinary businesses in the city of Palangka Raya. The research data was then processed using SPSS 16.0 for Windows.*

*The results showed that service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. The service quality variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction in the culinary business in the city of Palangkaraya. The relationship created from these variables makes a positive impact, so that with the increase in numbers on the quality of culinary services, it can be ascertained that there will be an influence that causes increased satisfaction from consumers in culinary businesses in the city of Palangka Raya.*

**Keywords:** *Service quality, Customer satisfaction. Culinary Entrepreneurs*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan atas limpahan taufik, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER DI PALANGKA RAYA”** dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi junjungan kita yakni Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam, Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak oleh karena itu peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. Selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sabian Utsman, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I selaku dosen penasehat akademik selama penulis menjalani perkuliahan.

4. Bapak M. Zainal Arifin, S.Ag., M.Hum sebagai dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dan saran kepada peneliti selama menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
5. Ibu Hasnita, M.Si sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing peneliti dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran dan penjelasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen IAIN Palangka Raya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mengajarkan berbagai macam ilmu dan wawasan kepada peneliti.
7. Ayah, Ibu, Kakak, Paklek, Bulek, om, dan saudara peneliti yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan peneliti dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
8. Semua pihak yang membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Palangka Raya, 2021

Peneliti

Muhammad Emir Hidayat  
NIM. 1704120644



## PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER DI PALANGKA RAYA”** benar **karya** ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan **cara** yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap **menerima** sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2021

Yang membuat pernyataan,



METERAI  
TEMPEL

F183AJX452392967

**MUHAMMAD EMIR HIDAYAT**

**NIM.1704120644**

## MOTTO

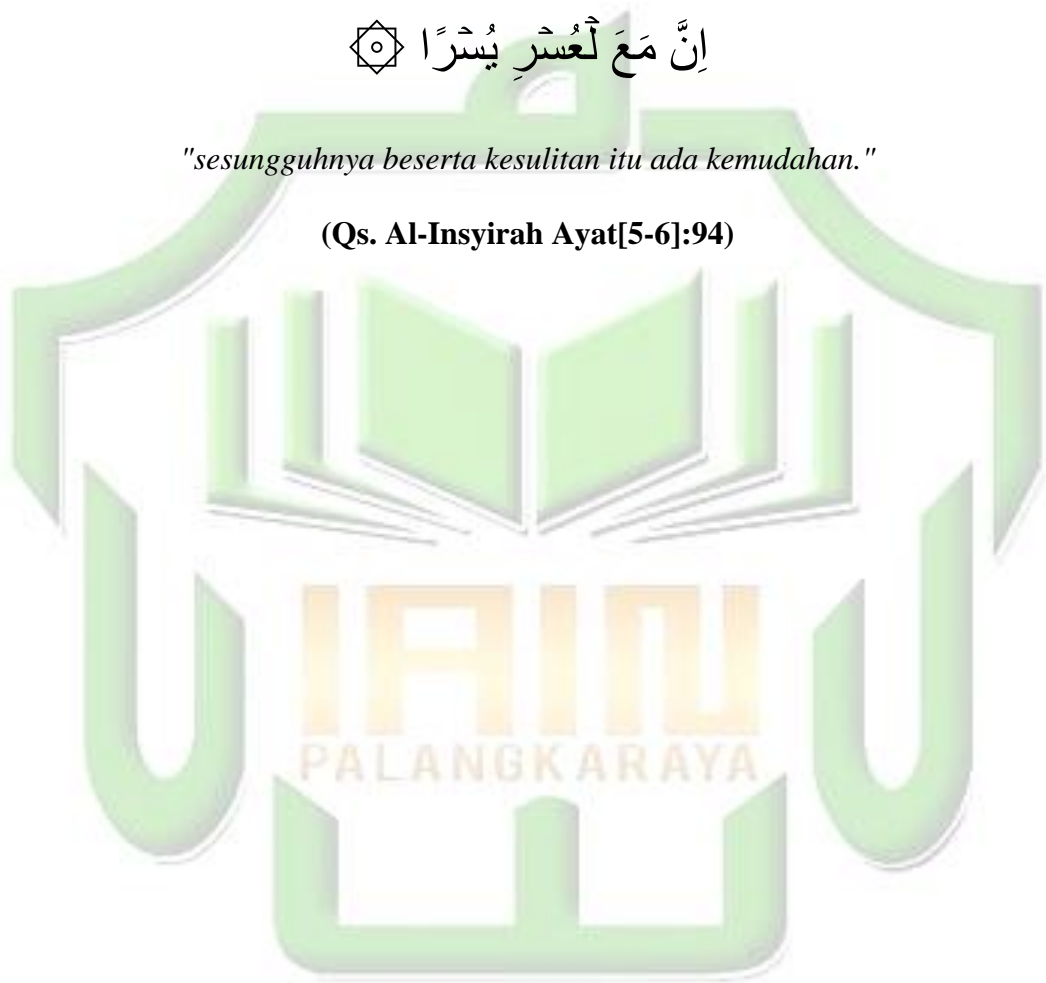
فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

*"Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan,"*

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

*"sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan."*

**(Qs. Al-Insyirah Ayat[5-6]:94)**



## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Allhamdulillahirabbil Alamin Rasa Syukur yang berlimpah kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan hamba nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan dan kesabaran yang pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga hamba selalu pandai bersyukur atas semua kenikmatan dan cobaan, sehingga selalu lebih mengingat & dekat dengan-Mu ya Rabb. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam.

- Teruntuk ayah yang tercinta dan ibu yang tercinta, terima kasih berjuang membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang. Terima kasih atas doa, dukungan, kesabaran, dan motivasi yang tiada henti kalian berikan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Semoga kebaikan Bapak menjadi amal jariyah yang pada nantinya dapat membawa kebaikan serta keberkahan baik di dunia maupun di akhirat dan semoga dapat bahagia hingga peneliti sukses.
- Teruntuk kakak ku Ahmad Zaini Mahmud dan Ika Hainy Rahmadani yang memberikan semangat. Semoga menjadi segala sesuatu yang kalian berikan akan dibalas yang lebih baik lagi.

- Teruntuk seluruh keluarga yang sudah mendukung dan Semoga kebaikan semuanya menjadi amal jariyah yang pada nantinya dapat membawa kebaikan serta keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.
- Teruntuk Dosen Pembimbing saya, Bapak M. Zainal Arifin, S.Ag., M.Hum dan Ibu Hasnita, M.Si ribuan terimakasih saya ucapkan atas bimbingan serta arahan Bapak selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebaikan Bapak menjadi amal jariyah yang pada nantinya dapat membawa kebaikan serta keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.
- Teruntuk orang terdekat dan sahabat-sahabatku Ahmad Kurniawan, Dilla Yulindra, Layinnatushifa, Fery, Bah Resto, mang Jawa dan teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terimakasih banyak selama ini telah bersedia membersamai, menyemangati, mendoakan, selalu siap membantuku dikala aku mengalami kesulitan. Semoga kita tetap dalam lindungan Allah SWT.
- Teruntuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah turut memberikan kontribusi baik berupa doa, bantuan, dan dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala membalas semua kebaikan kalian.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...'	koma terbalik (di atas)

غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

**B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:**

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

**C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.**

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

اللهنعة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

**D. Vokal Pendek**

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I

ـُـ	Dammah	Ditulis	U
-----	--------	---------	---

### E. Vokal Panjang:

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

### F. Vokal Rangkap:

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

### G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan postrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata sandang Alif + Lām

#### 1. Bila diikuti huruf *qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

#### 2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf "l" (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### I. Penulisan kata-kata dalam rangaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>





## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBARAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTARCT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Kajian Teoritis .....	13
<b>1. Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>13</b>
<b>2. Indikator Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>14</b>
3. Faktor buruknya kualitas layanan.....	16
<b>4. Wirausaha Kuliner .....</b>	<b>19</b>
<b>5. Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>22</b>
b. Teori Kepuasan Konsumen .....	24
c. Metode Pengukuran Kepuasan .....	27
d. Indikator Kepuasan Konsumen .....	28
<b>6. Kualitas Pelayanan Ditinjau Dari Perspektif Islam.....</b>	<b>30</b>
C. Kerangka Pikir .....	33

D. Hipotesis Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	36
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data .....	40
E. Teknik Pengolahan Data.....	46
F. Uji Instrumen Data .....	47
G. Teknik Analisis data .....	49
H. Sistematika Penulisan .....	56
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
1. Kualitas pelayanan dan Kepuasan Konsumen dikota Palangka Raya....	58
2. Lokasi Penelitian .....	59
3. Karakteristik Responden .....	60
<b>4. Penyajian Data</b> .....	<b>66</b>
B. Hasil Analisis Data .....	76
1. <b>Uji Normalitas</b> .....	76
2. <b>Uji Linearitas</b> .....	77
3. <b>Uji Heterokedastisitas</b> .....	79
4. <b>Korelasi Product Moment</b> .....	80
5. <b>Analisis Regresi Linier Sederhana</b> .....	82
6. <b>Uji T</b> .....	83
7. <b>Koefisien Determinasi (r squer)</b> .....	84
E. Pembahasan .....	85
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini perkembangan usaha pada bidang kuliner sedang naik daun dan memiliki prospek yang cukup besar apabila dibandingkan dengan jenis usaha yang lainnya, serta para pengusaha memiliki permintaan yang besar akan bisnis kuliner, hal ini dikarenakan bisnis di industri kuliner merupakan bisnis yang sangat menggiurkan, dan di era globalisasi permintaan masyarakat juga besar. Selain itu, gaya hidup masyarakat meningkat seiring dengan kebiasaan masyarakat membeli makanan di restoran ataupun rumah makan, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi ataupun hanya sekedar refreshing, bertemu dengan rekan bisnis, dan mengadakan acara khusus bersama keluarga, kerabat, pacar, sahabat dan lain-lain. Selain itu aspek kuliner atau makanan ini merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidupnya.

Hal inilah yang menyebabkan maraknya cafe, resto, maupun warung makan baik itu bersifat permanen yang berada di dalam gedung ataupun yang semi permanen seperti foodtruck ataupun pedagang kaki lima (PKL) di sekitar Kota Palangka Raya dan telah menghadirkan berbagai konsep yang bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk kuliner yang disediakan oleh para pelaku usaha ini juga cukup bervariasi dan inovatif namun tetap tidak menghilangkan cita rasa serta kualitas dari makanan itu sendiri.

Makanan dan minuman merupakan produk utama pada usaha kuliner kecil dan menengah. Kualitas makanan termasuk juga minuman diartikan sebagai kualitas dari Makanan yang kita konsumsi. Faktor yang mempengaruhi suhu, kesegaran dan persiapan makanan juga termasuk dalam kualitas pada makanan yang harus kita perhatikan dengan baik. kualitas layanan tidak dapat ditentukan secara pasti karena setiap konsumen memiliki standar tersendiri untuk menentukan kualitas. Makanan berkualitas tinggi harus mengandung semua karakteristik terbaik yang dapat diterima konsumen. Karakteristik kualitas makanan yang dapat diterima konsumen meliputi tiga faktor, yaitu: faktor eksternal, pelaku ukuran standar, dan faktor internal<sup>1</sup>. Sedangkan Menurut Potter dan Hotchkiss food quality atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan dan minuman yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui para pesaing. Sedangkan menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington, serta Jones, menyatakan bahwa secara garis besar dimensi food quality terdiri dari<sup>2</sup>:Warna, Penampilan, Porsi, Bentuk, Temperatur, Tekstur, Aroma, Tingkat kematangan, dan Rasa.

Perkembangan usaha pada bidang kuliner setiap tahun pasti mengalami perkembangan baik itu dari segi jumlah maupun varian jenis dan rasa produk yang di sediakan. Akibat perkembangan bisnis di bidang kuliner yang

---

<sup>1</sup> Andreas Tanuel Adinugraha dkk, “Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D`cost Surabaya”, Jurnal *Hospitaly* dan Manajemen jasa, Vol 3 No 2, 2015, hal. 644.

<sup>2</sup> Ibid.

semakin pesat, para pemilik dan pengelola usaha ingin selalu mengembangkan bisnis mereka dengan berbagai cara untuk dapat menyenangkan hati pelanggannya, salah satunya dengan mengembangkan kualitas pelayanan. Menurut teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli mengenai kualitas pelayanan kuliner yang menyatakan kualitas pelayanan merupakan evaluasi yang dilakukan secara keseluruhan terhadap sikap dan perlakuan yang ditimbulkan oleh penyedia layanan agar sesuai dengan kriteria yang pelanggan butuhkan<sup>3</sup>.

Berbagai masalah lain juga bermunculan pada masa-masa sekarang ini dikarenakan banyaknya jumlah unit usaha dibidang kuliner ini namun tidak diimbangi dengan naiknya jumlah konsumen serta berbagai variasi dan jenis barang konsumsi yang ada saat ini menyebabkan persaingan ketat para pelaku usaha dibidang kuliner tidak dapat terelakan. Oleh karena itu para pelaku usaha kuliner ini harus bisa memilih dan menerapkan cara yang pas untuk meningkatkan dan memperluas bisnisnya, seperti memperhatikan dan mempertahankan kualitas terbaik dari produk yang mereka jual, baik itu dari segi pelayanan maupun kualitas bahan dan variannya.

Peran kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yakni upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan dalam penyampaian agar dapat mengimbangi harapan konsumen. Melakukan pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan pada konsumen. Karakteristik pada kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi yakni bukti fisik

---

<sup>3</sup> Bela Amalia dan Koernia Purwihartuti, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Industri Kuliner Terhadap Nilai Penganggan” Jurnal riset Bisnis dan Investasi, vol 5, no 2, Agustus 2019, hal 46.

(tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai kualitas pelayanan pada bidang kuliner yang berada di kota Palangka Raya dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Kuliner di Palangka Raya ”**

#### **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pembatasan penelitian masalah yang dimana peneliti sendiri menyadari keterbatasan kemampuan penulis sendiri dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan studi kasus serta pengambilan sampel tidak diseluruh kota palangka raya kalimantan tengah melainkan hanya pada sebagian wilayahnya, yaitu daerah dikecamatan Jekan Raya, kota palangkaraya, kalimantan tengah.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar kualitas pelayanan kuliner berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha pada bidang kuliner di kota palangka raya ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan kuliner berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha pada bidang kuliner dikota palangka raya.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Memperluas wawasan penulis tentang kualitas pelayanan pada bidang kuliner.
  - b. Membantu penulis untuk lebih mengetahui tentang kualitas pelayanan pada bidang kuliner di kota palangka raya.
  - c. Meningkatkan minat pembaca untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan di bidang usaha kuliner
  - d. Diharapkan dapat menarik minat para pemodal ataupun para wirausahawan lama maupun yang baru untuk meningkatkan kualitas pelayanan kuliner dikota palangka raya.
  - e. Sebagai bahan masukan untuk para wirausahawan yang masih belum mengetahui perihal kualitas pelayanan pada bidang kuliner dikota palangka raya.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Sebagai tugas untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

- b. Sebagai kontribusi pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sertapihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian ini.
- c. Sebagai bahan pertimbangan dalam menanggapi permasalahan pada bidang kualitas pelayanan kuliner dikota palangka raya.
- d. Sebagai bahan referensi untuk mengetahui pentingnya kualitas pelayanan pada bidang kuliner dikota palangka raya.





## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Jurnal ekonomi dari A Rony Yulianto dan Carolina Lita Permatasari yang berjudul “Relevansi Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Pembelian Kuliner” yang dipublikasikan pada 1 Oktober 2019 menyebutkan bahwasanya Kualitas pelayanan merupakan suatu faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan bisnis kuliner. Konsumen dapat melakukan penilaian secara langsung terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha kuliner. Pelayanan tersebut meliputi cara penyajian produk kuliner, kebersihan tempat usaha, ketersediaan fasilitas pendukung, maupun kemampuan tenaga kerja dalam berinteraksi kepada konsumen<sup>4</sup>. Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen, sehingga dapat menimbulkan kesan positif dan menambah daya tarik terhadap produk yang ditawarkan. Nabila menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Selanjutnya minat beli konsumen akan berkembang dan menentukan keputusan konsumen untuk membeli produk<sup>5</sup>.

Berdasarkan hasil dari jurnal diatas dapat disimpulkan bahwasanya cara penyajian produk kuliner, kebersihan tempat usaha, ketersediaan fasilitas pendukung, maupun kemampuan tenaga kerja dalam berinteraksi kepada konsumen merupakan aspek yang sangat penting pada kualitas pelayanan

---

<sup>4</sup> A Rony Yulianto, Carolina Lita Permatasari, “*Relevansi Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Pembelian Kuliner*”, Jurnal Edunamika, vol 2, no 2, 1 Oktober 2019, hal 02.

<sup>5</sup> Ibid

kuliner, karena dengan adanya cara penyajian produk kuliner, kebersihan tempat usaha, ketersediaan fasilitas pendukung, maupun kemampuan tenaga kerja dalam berinteraksi kepada konsumen yang baik maka dapat mendatangkan dampak positif terhadap citra maupun anggapan pelanggan terhadap tempat usaha kuliner tersebut.

Berdasarkan pemikiran di atas memiliki manfaat pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, pelayanan yang baik juga memiliki berbagai indikator yang harus diperhatikan oleh para pemilik usaha pada bidang kuliner agar dapat melaksanakan kualitas pelayanan yang baik. Dimana nantinya dengan adanya kualitas pelayanan kuliner yang baik maka akan mendatangkan keuntungan lebih untuk tempat usaha kuliner tersebut apabila kualitas pelayanan kulinernya sesuai dengan keinginan para konsumen tempat usaha kuliner. Namun yang membedakan adalah penelitian yang dilakukan oleh A. Rony Yulianto dan Carolina Lita Permatasari yaitu menyatakan relevansi kualitas produk yang di jual dengan kualitas pelayanan kuliner terhadap pembelian produk kuliner. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya. Adapun penelitian peneliti memberikan manfaat untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya.

Penelitian yang kedua, skripsi Ryan Nur Harjanto yang berjudul “Analisis pengaruh harga, produk, kebersihan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)”

pada tahun 2010 adapun penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh faktor pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang. Penelitian ini menyebutkan Dari hasil perhitungan analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang paling besar, diikuti kebersihan, selanjutnya harga, dan yang terakhir produk<sup>6</sup>.

Berdasarkan hasil pemikiran diatas memiliki manfaat pada penelitian peneliti yaitu dapat dilihat bahwasanya kualitas layanan atau pelayanan itu memiliki pengaruh yang paling besar dalam kepuasan pelanggan terhadap suatu uasah dibidang kuliner diikuti kebersihan tempat usaha, selanjutnya harga, dan yang terakhir produk. Disini dapat kita simpulkan bahwasanya suatu kualitas pelayanan yang baik maka akan semakin banyak pelanggan atau konsumen yang akan datang dan membeli produk yang disediakan oleh tempat usaha kuliner tersebut, dengan kualitas pelayanan yang baik pula para pelanggan usaha dibidang kuliner akan lebih berkembang dan mendatangkan keuntungan tersendiri bagi usaha pada bidang kuliner karena para pelanggan lebih puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Nur Harjanto adalah menganalisa pengaruh yang di sebabkan dari harga, produk, kebersihan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran mamamia cabang Mrican kota Semarang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bukan menganalisa pengaruh dari harga, produk, kebersihan, dan kualitas pelayanan kuliner yang ada Palangka

---

<sup>6</sup> Ryan Nur Harjanto, "Analisis analisis pengaruh harga, produk, kebersihan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)", Skripsi, Semarang: Universitas Diponegoro, 2010

Raya, namun lebih kepada untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya.

Penelitian ketiga, skripsi Baskoro Suryandriyo yang berjudul “Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran” pada tahun 2018 adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menyebutkan Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Service quality dan customers satisfaction. Jadi semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada restoran<sup>7</sup>.

Berdasarkan hasil pemikiran diatas memiliki manfaat untuk penelitian peneliti yaitu sebagai acuan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwasanya dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka para konsumen akan merasa puas dan akan mendatangkan para konsumen lain yang lebih banyak lagi. Namun yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh Baskoro Suryandriyo adalah hubungan antara Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dengan Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran. Sedangkan penelitian peneliti adalah perihal bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya.

Penelitian Keempat, skripsi Gabriel Rachel Cahya yang berjudul “Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus pada Restoran Dapoer

---

<sup>7</sup> Baskoro Suryandriyo, “Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran”, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018, hal 71.

Nusantara di Food Court Living Plaza Cirebon” pada tahun 2018 adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Restoran Dapoer Nusantara. Penelitian ini menyebutkan Kualitas makanan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial, kualitas makanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen<sup>8</sup>.

Berdasarkan hasil pemikiran diatas memiliki manfaat untuk penelitian peneliti yaitu sebagai acuan bahwasanya dikatakan kualitas makanan dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Namun apabila secara parsial, kualitas makanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Dari maksud tersebut diketahui bahwasanya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen atau bisa juga diartikan sebagai kepuasan pelanggan dengan adanya kualitas pelayanan yang bagus pastinya dapat menambah pengaruh atau dampak positif yang bisa didapatkan oleh setiap usaha pada bidang kuliner, daripada kualitas makanan yang tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Namun yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh Gabriel Rachel Cahya adalah pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen khususnya di Restoran Dapoer Nusantara di Food Court Living Plaza Cirebon, Sedangkan penelitian peneliti adalah perihal bagaimana pengaruh kualitas pelayanan

---

<sup>8</sup> Gabriel Rachel Cahya, “Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus pada Restoran Dapoer Nusantara di Food Court Living Plaza Cirebon”, skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2018, hal 72.

terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya. Untuk memudahkan pemahaman terhadap bagian ini, dapat dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti / tahun / judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	A Rony Yulianto dan Carolina Lita Permatasari / 2019 / Relevansi Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Pembelian Kuliner	Meneliti tentang Kualitas Pelayanan terhadap usaha Kuliner	Menganalisa hubungan antara Kualitas produk dan pelayanan terhadap pembelian Kuliner, sedangkan yang akan peneliti teliti adalah perihal pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya
2	Ryan Nur Hajanto / 2010 / Analisis pengaruh harga, produk, kebersihan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang.	Meneliti tentang Kualitas Pelayanan pada usaha kuliner dan terhadap kepuasan pelanggan	Menganalisa pengaruh harga, produk, kebersihan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan yang akan peneliti teliti adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya

3	Baskoro Suryandriyo / 2018 / Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran	Meneliti tentang Kualitas Pelayanan pada usaha kuliner dan terhadap kepuasan pelanggan	Menganalisa hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran sedangkan yang akan peneliti teliti adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada dikota Palangka Raya
4	Gabriel Rachel Cahya / 2018 / Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus pada Restoran Dapoer Nusantara di Food Court Living Plaza Cirebon	Meneliti tentang Kualitas Pelayanan pada usaha kuliner	Menganalisa pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen sedangkan yang akan peneliti teliti adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner yang ada dikota Palangka Raya

Sumber: Diolah oleh Peneliti

## B. Kajian Teoritis

### 1. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler, kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan yang diberikan kepada pihak lain (pelanggan) yang tidak terwujud dan memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.<sup>9</sup> Serta menurut Moenir, kualitas pelayanan merupakan aktifitas yang dilakukan oleh pihak lain (karyawan) yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan orang banyak (pelanggan).<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo), hal 45.

<sup>10</sup> H.A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Bumi Aksara: Jakarta), hal

Sedangkan menurut Gronroos, kualitas pelayanan merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata atau tidak dapat diraba yang dilakukan karena adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal lain yang intinya untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>11</sup> Berdasarkan beberapa teori diatas dapat diartikan kualitas pelayanan merupakan suatu aktifitas yang tak kasat mata yang dilakukan oleh pihak lain (karyawan) yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen.

## 2. Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat beberapa indikator atau dimensi kualitas pelayanan yang telah dikaji oleh peneliti dengan pertimbangan dan diasumsikan sebagai pengaruh signifikan dalam kualitas pelayanan. Tjiptono melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan, mengidentifikasi faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan<sup>12</sup>, yakni :

### a. Bukti langsung (*Tangibles*)

*Tangibles* banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam rangka untuk meningkatkan kesan konsumen yang datang berkunjung. Indikator yang digunakan ada 3 yakni:

- 1) Fasilitas yang nyaman.
- 2) Penampilan karyawan yang rapi, dan
- 3) Peralatan yang digunakan untuk melayani konsumen dalam keadaan

---

<sup>11</sup> Cristian Gronroos, *Service Management and Marketing 3.0*. Chichester, (NY:Wiley, 2007), hal 213.

<sup>12</sup> Fandi Tjiptono, dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta : Andi offset, 2012, hal 195.



baik (sendok, garpu, piring, gelas).

b. *Keandalan (Reliability)*

Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dalam pengertian yang lebih luas *reliability* dapat diartikan bahwa perusahaan menyampaikan janji-janjinya mengenai penyampaian jasa, prosedur pelayanan, pemecahan masalah dan penentuan harga. Indikator yang digunakan ada 2, yakni :

- 1) Karyawan yang cekatan
- 2) Keakuratan karyawan melakukan pencatatan transaksi

c. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staff untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian penuh dan kecepatan dalam melakukan hubungan dengan para konsumen baik itu permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah-masalah. Indikator yang digunakan ada 2, yakni :

- 1) Karyawan cepat tanggap
- 2) Standar Operasional Prosedur yang baik

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Hal ini dimensi terpenting dari suatu

pelayanan dimana para konsumen harus bebas dari bahaya resiko yang tinggi atau bebas dari keragu-raguan dan ketidakpastian. Indikator yang digunakan ada 2, yakni:

- 1) Jaminan keamanan (bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan)
- 2) Keahlian karyawan (mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya)

e. *Empati (Empathy)*

Empati (*Empathy*) adalah perbuatan nyata untuk mewujudkan rasa meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen. Hal terpenting dari empati adalah cara penyampaiannya. Para konsumen dianggap sebagai orang yang penting dan khusus. Indikator yang digunakan ada 2, yakni :

- 1) Memenuhi kebutuhan konsumen.
- 2) Melakukan pelayanan yang setara / tidak membeda-bedakan

3. Faktor buruknya kualitas layanan

Setiap usaha harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas layanan<sup>13</sup>, diantaranya :

- a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik unik layanan adalah *inseparability*, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dalam

---

<sup>13</sup> Deasy Endrawati dan Retno Djohar Juliani, *Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan PT. Indoguna Utama Semarang*, Majalah Ilmiah Inspiratif, vol 3, no 6, hal 6.

pelanggan layanan bisa terjadi. Beberapa kelemahan pada karyawan layanan dan berdampak negatif terhadap persepsi kualitas, meliputi :

- 1) Tidak terampil melayani pelanggan.
- 2) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks.
- 3) Tutur kata karyawan kurang sopan.
- 4) Karyawan selalu cemberut atau tidak tersenyum saat menghadapi pelanggan.

b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan.

c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan *front-line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan, bukan saja mereka itu adalah ” wajah ” organisasi atau suatu usaha dan perusahaan, tetapi merekalah cerminan jasa yang dipersepsikan pelanggan. Agar para karyawan *frontline* mampu melayani para pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama dari pengelola tempat usaha atau manajemen. Dukungan tersebut bisa berupa peralatan, pelatihan keterampilan dan pelatihan pengembangan kepribadian.

d. Gap Komunikasi

Gap-gap komunikasi bisa berupa :

- 1) Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak

mampu memenuhinya.

- 2) Penyedia layanan tidak menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan.
- 3) Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
- 4) Penyedia layanan tidak memperhatikan keluhan dan saran pelanggan.
- 5) Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam. Ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.

e. Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan dengan penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

Berdasarkan beberapa pernyataan teori dari para ahli diatas, dapat di simpulkan bahwasanya Kualitas pelayanan adalah suatu interaksi antara karyawan ataupun pemilik usaha dengan pelanggan dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan yang dimana aktifitas maupun interaksi tersebut tidak kasat mata dan tidak dapat diraba, baik oleh karyawan maupun oleh pelanggan. Namun ada beberapa aspek yang dapat dirasakan langsung oleh para konsumen atau para pelanggan dan dapat

diartikan juga sebagai kualitas dalam pelayanan. Serta dengan kualitas pelayanan yang baik dan meminimalisir faktor yang membuat buruknya suatu kualitas pelayanan maka akan didapatkan kualitas pelayanan kuliner yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen dan pemilik tempat usaha kuliner itu sendiri.

#### **4. Wirausaha Kuliner**

Menurut Timmons Wirausaha adalah orang yang bertindak kreatif membentuk nilai terhadap sesuatu secara praktis. Wirausahawan menciptakan berbagai peluang dari sumber-sumber atau dari sumber-sumber yang langka. Hal ini memerlukan visi, memiliki keinginan besar, dan komitmen untuk mencapai visinya dan bersedia untuk menghadapi risiko yang telah diperhitungkan<sup>14</sup>.

Menurut Scarborough Wirausaha adalah seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian untuk maksud memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut<sup>15</sup>. Menurut Rambat Lupiyoadi mengatakan bahwa wirausaha adalah orang kreatif dan inovatif serta mampu mewujudkannya untuk peningkatan kesejahteraan diri, masyarakat dan lingkungannya. Seorang wirausaha tidak pernah lupa memikirkan

---

<sup>14</sup> Rudi Irawan, Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM kuliner jalan halat Medan, skripsi, Sumatra Utara: Universitas Sumatra Utara, 2019, hal 10.

<sup>15</sup> Ibid.

kesejahteraan masyarakat sehingga mereka selalu berfikir kritis untuk selalu mencari inovasi dalam penciptaan produk untuk masyarakat<sup>16</sup>.

Wirausaha kuliner adalah segala jenis usaha yang bergerak pada bidang makanan atau kuliner, baik itu secara langsung maupun berkala dan usaha tersebut menguntungkan dan akan lebih laku dalam jangka waktu yang relatif panjang, alasannya karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan kita. Wirausaha kuliner ini pun punya banyak kategori, mulai dari makanan ringan (camilan), minuman, hingga makanan pokok. Semua kategori di usaha kuliner punya potensi yang sangat bagus, namun tergantung dari cara pelaku usaha untuk memasarkan produknya.

Dalam berwirausaha kuliner pastinya memiliki tempat untuk membuka dan menjalankan usahanya baik itu permanen atau semi permanen. Tempat untuk berwirausaha kuliner memiliki berbagai jenis golongan dan juga kriteria yang masuk dalam klasifikasi lapangan usaha (KLU) pada bidang kuliner, beberapa klasifikasi lapangan usaha pada bidang kuliner adalah sebagai berikut:

a. Restoran

Kelompok ini mencakup jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan permanen yang menjual dan menyajikan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya, baik dilengkapi dengan peralatan/perlengkapan untuk proses pembuatan dan penyimpanan maupun tidak dan telah

---

<sup>16</sup> Yunita Widyaning Astiti, Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014, hal 14.

mendapatkan surat keputusan sebagai restoran/ rumah makan dari instansi yang membinanya

b. Warung Makan

Kelompok ini mencakup jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan tetap (tidak berpindah-pindah), yang menyajikan dan menjual makanan dan minuman di tempat usahanya baik dilengkapi maupun tidak dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan maupun penyimpanan dan belum mendapatkan ijin dan surat keputusan dari instansi yang membinanya

c. Kedai Makanan

Kelompok ini mencakup usaha perdagangan eceran yang menjual dan menyajikan makanan siap dikonsumsi yang melalui proses pembuatan di tempat tetap yang dapat dipindah-pindahkan atau di bongkar pasang, biasanya dengan menggunakan tenda, seperti kedai seafood, pecel ayam, dan lain-lain

d. Penyediaan Makanan Keliling/ Tempat Tidak Tetap

Kelompok ini mencakup usaha perdagangan eceran yang menjual dan menyajikan makanan siap dikonsumsi yang didahului dengan proses pembuatan dan biasanya dijual dengan cara berkeliling, seperti tukang bakso keliling, tukang gorengan keliling, dan lain-lain

e. Rumah Minum/ Kafe

Kelompok ini mencakup jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan permanen yang menjual dan menyajikan utamanya minuman untuk umum di tempat usahanya, baik dilengkapi dengan peralatan/ perlengkapan untuk proses pembuatan dan penyimpanan maupun tidak dan baik telah mendapatkan surat keputusan sebagai rumah minum dari instansi yang membinanya atau belum.<sup>17</sup>

f. Kedai Minuman

Kelompok ini mencakup usaha perdagangan eceran yang menjual dan menyajikan utamanya minuman siap dikonsumsi yang melalui proses pembuatan di tempat tetap yang dapat dipindah-pindahkan atau di bongkar pasang, biasanya dengan menggunakan tenda, seperti kedai kopi, kedai jus, dan minuman lainnya.<sup>18</sup>

## 5. Kepuasan Konsumen

### a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika

---

<sup>17</sup> lampiran-kep-321-pj-2012-31-okt-2012. hal 107

<sup>18</sup> lampiran-kep-321-pj-2012-31-okt-2012. hal 107



kinerja melebihi harapan, pelanggan amat sangat puas.<sup>19</sup> Apabila produsen menfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.

Menurut Kotler dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan<sup>20</sup>.
- 3) 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.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi

---

<sup>19</sup> Philip kotler, Kevin L. keller, *manajemen pemasaran*, Erlangga, 2009, hal 39.

<sup>20</sup>Engel Black Well, Minard, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*. (Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994), hal.11

kepada konsumennya.

- 5) 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<sup>21</sup>.

b. Teori Kepuasan Konsumen

Pelanggan atau konsumen yang secara kontinue dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Adanya perasaan yang lebih yang dirasakan ketika sesuatu hasrat atau keinginan yang diharapkannya tercapai. Beberapa model konseptual dan teori kepuasan pelanggan sebagai berikut:<sup>22</sup>

1) *Expectancy Disconfirmation Model*

Model konsep ini mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika pelayanan yang diterima pelanggan lebih rendah dari harapan pelanggan maka akan menghasilkan ketidakpuasan emosional (*negatif disconfirmation*). Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima pelanggan lebih tinggi dari harapan pelanggan maka akan menghasilkan kepuasan emosional (*positive disconfirmation*).

Pelayanan yang diterima pelanggan sama dengan harapan pelanggan, hasilnya bukan kepuasan atau ketidakpuasan. Berdasarkan model ini, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh karakteristik

---

<sup>21</sup>Umar, Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 25.

<sup>22</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2004), hal. 77.

pelanggan itu sendiri (pengalaman) dan pelayanan itu sendiri (harga dan karakteristik pelayanan).

## 2) Equity Theory

Menurut, teori ini seseorang akan puas bila rasio hasil (*outcome*) yang perolehnya dibandingkan dengan input yang digunakan dirasakan fair atau adil. Dengan kata lain, perbandingan hasil yang diterima oleh pelanggan A harus sama dengan hasil yang diterima pelanggan B. Apabila kedua keadaan tersebut tidak sama maka pelanggan yang melakukan evaluasi terhadap pelayanan akan merasakan ketidakpuasan akibat ketidakadilan dari pemberi pelayanan.

## 3) Attribution Theory

*Attribution Theory* mengidentifikasi proses yang dilakukan seseorang dalam menentukan penyebab aksi/tindakan dirinya, orang lain dan objek tertentu. Atribusi yang dilakukan seseorang bisa sangat mempengaruhi kepuasan purna belinya terhadap produk atau jasa tertentu, karena atribusi memoderasi perasaan puas atau tidakpuas. Terdapat tiga dimensi dalam teori tersebut yang terdiri dari:

### a) Causala Attribution

Pada dimensi ini, jika terjadi kesalahan, pelanggan menilai siapa pihak yang patut disalahkan. Jika pelanggan menyimpulkan bahwa perusahaanlah yang salah, maka mereka akan sangat mungkin merasa tidak puas. Sebaliknya apabila pelanggan membebankan sebagian kesalahan pada diri mereka maka

ketidakpuasan mereka cenderung berkurang.

b) Control Attribution

Dalam tipe ini pelanggan menilai apakah insiden ketidakpuasan dalam kendali pemasar atau tidak.

c) Stability Attribution

Bila terjadi *service ecouter* yang tidak memuaskan, pelanggan akan menilai apakah kejadian itu mungkin terjadi kembali atau tidak. Jika pelanggan menilai cenderung insiden itu bisa terulang lagi, maka ketidakpuasan bisa bertambah besar.

4) Experientally-Based Affective Feelings

Model ini berpendapat bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dimensi respon afektif (perasaan positif dan perasaan negatif) pada pelayanan.

5) Assimilation-Contrast Theory

Apabila pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan tidak terlalu berbeda dengan harapan pelanggan maka pelayanan tersebut akan diterima dan dievaluasi secara positif oleh pelanggan yakni dalam bentuk kepuasan pelanggan.

6) Opponent Process Theory

Model ini berusaha menjelaskan penyebab pengalaman konsumen yang awalnya sangat memuaskan cenderung kurang memuaskan setelah dievaluasi pada kejadian berikutnya. Apabila ada stimulus positif atau negatif yang mengganggu keseimbangan

konsumen, maka proses sekunder akan berlangsung dan akhirnya pelanggan tersebut akan kembali ke kondisi semula. Emosi awal pelanggan terhadap pelayanan disebut proses primer dan proses berikutnya adalah proses adaptif (*opponent process*). Respon awal terhadap suatu pelayanan tidak mungkin meningkat seiring adanya pengulangan, *opponent process* akan menjadi semakin kuat sehingga ketertarikan pelanggan pada pelayanan tersebut akan melemah pada pengalaman berikutnya.

#### 7) Model Anteseden dan Konsekuensi Pelanggan

Anteseden pelanggan meliputi ekspektasi pelanggan (ekspektasi berperan sebagai standar pembandingan untuk pelayanan), kinerja atau pelayanan. Konsekuensi pelanggan ada tiga kategori, yaitu perilaku komplain, *negative of-mouth* dan minat pembelian ulang.

#### c. Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:<sup>23</sup>

##### 1) Sistem Keluhan dan Saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan mereka.

##### 2) Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

Yaitu dengan mempekerjakan beberapa ghost shopper yang

---

<sup>23</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. (Marketing Manajemen)* (Jakarta: Prenhallindo, 1997), hal. 178

berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan kemudian menilai cara perusahaan melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.

### 3) Analisis Konsumen Beralih (*Lost Customer Analysis*)

Sedapat mungkin perusahaan seharusnya para konsumen yang telah beralih ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan kebaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

### 4) *Survey* Kepuasan Pelanggan

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumennya.

### d. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:<sup>24</sup>

- 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:
  - a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
  - b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi

---

<sup>24</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2001), hal. 32

dengan yang diharapkan.

- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
    - a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
    - b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
    - c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
  - 3) Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
    - a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
    - b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
    - c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk.

## 6. Kualitas Pelayanan Ditinjau Dari Perspektif Islam

Kualitas pelayanan ditinjau dari perspektif islam adalah menanamkan nilai-nilai dalam The Dwi Sapta Way, terutama *Serve With The Heart*. Dengan *Save With The Heart* dapat memberikan pelayanan yang sepenuh hati, jujur, jujur, tulus, dan ikhlas. Ini adalah pola untuk menjaga hubungan dengan konsumen yang dilandasi semangat kekeluargaan, saling pengertian, saling membantu, keakraban, dan keselarasan, sehingga loyalitas konsumen dapat terwujud<sup>25</sup>.

Rasulullah merasakan amanahnya sebagai rasul Allah, bukan sebagai raja atau pemimpin yang memiliki jarak dengan rakyatnya, melainkan beliau memandang amanahnya dalam bentuk tindakan pelayanan. Pemimpin adalah pelayan umat Al Imam Khadamul Ummah. Rasulullah memberikan contoh sebuah kepemimpinan yang melayani, kepemimpinan berdasarkan keteladanan dan bahkan kepemimpinan yang terpusat pada nilai ruhaniah spiritual leadership.

Dimensi-dimensi pelayanan menurut perspektif islam, antara lain sebagai berikut:

### a. *Self Awarness and Self Esteem*

Menanamkan kesadaran bahwa melayani merupakan bagian dari misi seseorang muslim dan karenanya harus selalu menjaga Self Esteem (martabat) diri sendiri dan orang lain. Dalam pelayanan harus ada semacam kesadaran diri yang sangat kuat bahwa dia ada karena

---

<sup>25</sup> Li Partic dan Fahmi Nurul Akbar, *Komunikasi Penjualan Kreatif* (Jakarta:Inner Child, 2016).



melayani. Dia mempunyai harga kerana mampu memberikan makna melayani tersebut, karena itu, tidaklah mungkin seorang melayani tanpa memperhatikan Self Esteem atau martabat dirinya dan orang lain karena justru dengan pelayanan itu manusia ingin saling meningkatkan kualitas dan derajat mereka satu sama lain.

b. *Empathy and Enthusiasm*

Lakukanlah empati dan layanilah dengan bergairah. Sifat yang antusias akan memberikan efek batin bagi diri dan orang lain yang kita layani. Anda tidak pernah memiliki empati kecuali mampu memandang orang lain sebagai aset ilahiyah yang indah, meyakini bahwa setiap individu tersebut ada mutiara-mutiara ilmu dan pengalaman yang sungguh sangat berharga. Betapapun kedudukan orang tersebut, anda bisa belajar darinya. Manusia adalah kampus kehidupan, kumpulan dari kitab - kitab pengalaman seseorang di bangku sekolah atau kuliah. Begitu besarnya martabat manusia sehingga tidak ada alasan untuk melecehkannya, menghina dan menganggap rendah siapapun.

c. *Revorm and Recover*

Berusaha lebih baik dan lebih baik lagi, dan selalu memperbaiki dengan cepat setiap ada keluhan atau sesuatu yang bisa merusak pelayanan anda.

d. *Victory and Vision*

Melayani berarti ingin merebut hati dan membawa misi untuk membangun kebahagiaan dan kemenangan bersama. Dalam sikap melayani,

kita harus memiliki pandangan kedepan untuk melakukan perhatian dan peningkatan mutu.

*e. Impressive and Improvement*

Berikanlah pelayanan yang mengesankan dan berusaha selalu untuk meningkatkan perbaikan pelayanan.

*f. Care, Cooperation and Communication*

Tunjukkanlah perhatian yang sangat mendalam dan kembangkanlah nilai-nilai yang mampu membuka kerja sama. Jalinlah komunikasi sebagai jembatan emas untuk menumbuhkan sinergi dan keterbukaan.

*g. Ealuation and Empowerement*

Lakukanlah penilaian, perenungan dan upayakanlah selalu untuk memberdayakan seluruh aset yang ada. Pribadi muslim seharusnya profesional dan berakhlak itu akan menjdikan setiap geraknya adalah pelayanan yang berkualitas sehingga orang yang ada di sekitar merasakan kedamaian itu<sup>26</sup>.

Adapula konsep lain dari prespektif islam mengenai kualitas pelayanan ialah Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang atau jasa, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan memberikan barang atau jasa yang berkualitas kepada orang lain. Hal tersebut sudah tertulis dalam Al-Quran dalam surat Al-Baqarah ayat 267, yang artinya

---

<sup>26</sup> Toto Tasmara, *Etos Kerja Pribadi Muslim* (Yogyakarta: Dana Bhakti wakaf, 1995), hal 96-100.

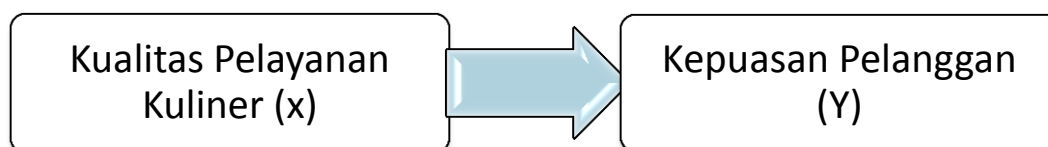
“Hai orang-orang yang beriman, nafkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan dari padanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”<sup>27</sup>.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah hubungan yang melibatkan satu variabel bebas dengan satu variabel terikat.<sup>28</sup> Kerangka berfikir menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel (X) dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.

Kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan dalam bagan alur sebagai berikut:



<sup>27</sup> Al-Quran Surah Al Baqarah ayat 267, *Al Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI (PT. Toha Putra: Semarang, 1997), 56.

<sup>28</sup>Purwanto, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi dan Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012,hal. 177.

Keterangan:

1. X adalah sebagai kualitas pelayanan kuliner yang mana akan diuji dengan variabel Y.
2. Y adalah tingkat kepuasan konsumen yang mana akan diteliti dengan variabel X.
3. Tanda panah menunjukkan hubungan antara asimeteris variabel X terhadap variabel Y yang menunjukkan bahwa suatu variabel akan menyebabkan atau mempengaruhi variabel lainnya.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* (belum tentu benar) dan *tests* (kesimpulan). Menurut Sekaran, mendefinisikan hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.<sup>29</sup> Hipotesis juga merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Selanjutnya hipotesis akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.<sup>30</sup>

---

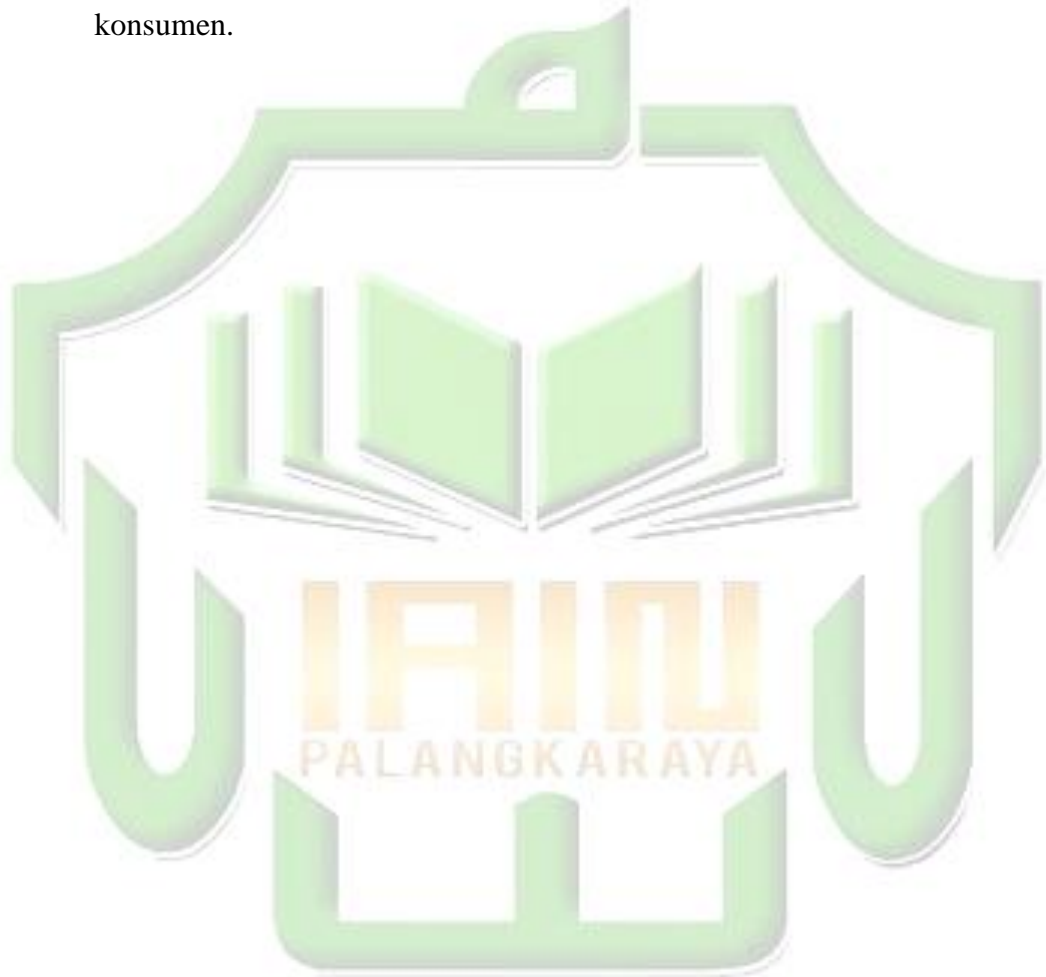
<sup>29</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), 2017, hal. 353.

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: ALFABETA, 2015), hal. 96

Hipotesis ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila faktanya membenarkan. Disini kesimpulan sementara adalah:

Ho : Bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ha : Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis dan pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya penelitian yang dilakukan untuk menentukan ada tidaknya hubungan yang menyangkut antara hubungan aspek-aspek yang diteliti dengan menggunakan koefisien korelasi statistik, untuk membandingkan hasil pengukuran dua data atau lebih variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang menjadi aspek penelitian. Adapun permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini, penulis menggunakan Ex Post Facto yaitu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi. Artinya data yang dikumpulkan didapat setelah semua kejadian yang dikumpulkan telah selesai berlangsung. Peneliti dapat melihat akibat dari suatu fenomena dan menguji hubungan sebab akibat dari data-data yang tersedia.<sup>50</sup> Variabel yang diangkat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas/independen (X) yaitu Kualitas Pelayanan dan variabel terikat/dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode survey, penelitian dengan metode Survei merupakan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakannya melalui angket atau wawancara untuk menggambarkan berbagai aspek dari populasi.<sup>31</sup> Survei dalam penelitian

---

<sup>31</sup> Zainal Arifin, *Penelitian pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, (Bandung: P.T Remaja Rosdakarya. 2011), hal 64.

ini akan diterapkan dengan mengumpulkan informasi tentang pelaksanaan kualitas pelayanan kuliner dengan menggunakan angket yang diisi oleh para responden yaitu para pelanggan atau konsumen ditempat usaha kuliner dikecamatan Jekan Raya kota Palangka Raya.

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

### **1. Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini setelah proposal diseminarkan dan mendapatkan izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yakni terhitung dari tanggal 21 Juni 2021 sampai 29 September 2021, alokasi waktu penyusunan dan konsultasi proposal, penelitian di lapangan dan untuk mengumpulkan data serta penyusunan hasil penelitian sehingga data yang di inginkan terkumpul sesuai dengan apa yang diharapkan.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan diberbagai tempat usaha dibidang kuliner yang bertempat usaha permanen bukan semi permanen yaitu restoran yang sudah memiliki tempat permanen dalam menjalankan usahanya dan yang berada di kecamatan Jekan Raya kota Palangka Raya.

Di daerah yang sudah ditentukan oleh peneliti tersebut juga termasuk memiliki jumlah pelanggan dan konsumen kuliner yang cukup banyak dan aktif, oleh karena itu peneliti mengambil tempat tersebut sebagai tempat penelitian peneliti.

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Populasi berasal dari kata Bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Maka dari itu, apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah kependudukan.

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>32</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha dibidang kuliner yang ada di kecamatan Jekan Raya kota Palangka Raya.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu<sup>33</sup>.

Dalam penelitian ini, Pengambilan sampel menggunakan rumus lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dari itu digunakan rumus lemeshow, sebagai berikut:<sup>34</sup>

$$N = \frac{zxz}{p(1-p)}$$

**DxD**

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015),h. 80.

<sup>33</sup> Ibid, hal 80.

<sup>34</sup> Lemeshow et al. 1990:42



Keterangan :

n = Jumlah sampel

$z^2_{1-\alpha/2}$  = Z adalah skor pada  $1-\alpha/2$  tingkat kepercayaan

p = Estimasi proporsinya

d = Presisi yang digunakan

Karena jumlah populasinya tidak diketahui. Maka diperlukan tabel tingkat kepercayaan untuk menentukan besar sampel penelitian. Terdapat 3 tingkat kepercayaan/*confidence* yang bisa digunakan , yakni 90% (1,645), 95% (1,960), dan yang paling tinggi 99% (2,576) Lemeshow *et al.* (1990:2). Maka perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{1,645 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,01}$$

$$= \frac{0,8225}{0,01}$$

$$= 82,25$$

Sehingga didapatkan hasil sampel 82,25. Dari hasil tersebut dibulatkan dan menjadi 83. Dengan demikian jumlah minimal sampel yang didapatkan pada penelitian ini adalah sebanyak 83 responden.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap elemen atau anggota dari populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampel dalam

penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Pengambilan sampel dipilih berdasarkan kebetulan, maksudnya responden yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara langsung dengan mendatangi orang yang sedang berkunjung ke tempat usaha kuliner dan sebelumnya sudah pernah membeli di tempat usaha kuliner dikota Palangka Raya minimal 1 kali. Hal tersebut dilakukan karena diharapkan hasil yang didapat dari kuesioner menghasilkan data yang valid.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena dengan tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat. Tanpa teknik pengumpulan data peneliti akan sangat sulit mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan<sup>35</sup>. Pengumpulan data lapangan penulis menggunakan teknik observasi dan wawancara sebagai sumber data utama dan dokumentasi sebagai sumber pendukung dan alat pengumpulan data.

##### **1. Kuesioner**

Kuesioner adalah cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan secara tertulis dengan menyebarkan angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden. Angket tidak lain juga merupakan alat pengumpulan yang berupa daftar pertanyaan, namun diisi sendiri oleh responden. Daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden ini dapat sampai ke responden dengan cara

---

<sup>35</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, hal 62.

diberikan secara langsung kepada responden atau menggunakan media lainnya. Cara pengisian daftar pertanyaan dapat dilaksanakan melalui dua cara yaitu (1) dilakukan sendiri oleh responden tanpa kehadiran peneliti dan (2) dilakukan sendiri oleh responden, namun dengan kehadiran peneliti atau petugas yang dilunjuk untuk memberi penjelasan-penjelasan tertentu. Pada saat mengisi, responden bebas menentukan apa yang harus diisi tanpa adanya intervensi dari pihak lain.<sup>36</sup>

Pada kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala likert yang diberikan pilihan jawaban dan disekitar jawaban berkisar diantara paling positif ke paling negatif. Bobot nilai tertinggi diberikan kepada yang paling tinggi ke paling rendah. Maka dengan skala likert adalah sebagai berikut:

SB = Sangat Baik (skor 5)

B = Baik ( skor 4)

CB = Cukup Baik (skor 3)

TB = Tidak Baik (skor 2)

STB = Sangat Tidak Baik (skor 1)

Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang digunakan dengan kata-kata sebagai berikut:

---

<sup>36</sup> Hadi Sabari Yunus, Aieiodologi Penelitian Wilayah Kontemporer, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010, h. 372.

**Tabel 3.1**  
**Kisi-kisi pernyataan yang digunakan dalam angket**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No.	Jumlah
Kualitas pelayanan kuliner (X)	<i>Kehandalan (Reliability)</i>	memberikan pelayanan yang memuaskan	1,2,3,4	4
	Daya tanggap ( <i>Responiveness</i> )	memberikan pelayanan yang tanggap	5,6	2
	Bukti langsung ( <i>Tangibles</i> )	meningkatkan kesan konsumen	7,8,9,10	4
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat	11,12	2
	Empati ( <i>Emphaty</i> )	hubungan komunikasi yang	13,14	2
Kepuasan konsumen (CO)	Kesesuaian harapan	tingkat kesesuaian harapan	15,16,17	3
	Minat berkunjung kembali	kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali	18,19,20	3
	Kesediaan merekomendasikan	kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk	21,22,23	3

Data diolah 2021

Hasil uji coba menggunakan bantuan *SPSS 16.0* diperoleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan, Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti, kepada 20 responden dengan jumlah item 14 untuk variabel X dan 9 untuk variabel Y. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Keputusan Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Kuliner (X)**

Item	r hitung	r tabel $\alpha = 0,05 ; n = 20$	Keputusan
1	0.941	0,444	Valid
2	0.866	0,444	Valid
3	0.966	0,444	Valid
4	0.972	0,444	Valid
5	0.967	0,444	Valid
6	0.967	0,444	Valid
7	0.966	0,444	Valid
8	0.889	0,444	Valid
9	0.856	0,444	Valid
10	0.913	0,444	Valid
11	0.966	0,444	Valid
12	0.966	0,444	Valid
13	0.94	0,444	Valid
14	0.954	0,444	Valid

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas variable X (Kualitas Pelayanan) dengan membandingkan dengan membandingkan dengan nilai r table dengan nilai  $n = 20$  sinifikansi 5% atau 0,05 diperoleh nilai r tabel sebesar sebesar 0,444. Semua item yang ditelah ditentukan

sebanyak 14 item seluruhnya mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga seluruh pernyataan tersebut dikatakan valid. Dengan demikian, seluruh item yang valid dari variabel X dapat diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya.

**Tabel 3.3**  
**Keputusan Validitas Variabel Kualitas Kepuasan Konsumen (Y)**

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
		$\alpha = 0,05 ; n = 0,444$	
1	0.931	0,444	Valid
2	0.861	0,444	Valid
3	0.95	0,444	Valid
4	0.974	0,444	Valid
5	0.962	0,444	Valid
6	0.918	0,444	Valid
7	0.939	0,444	Valid
8	0.974	0,444	Valid
9	0.957	0,444	Valid

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas variable Y (Kepuasan Konsumen) dengan membandingkan dengan membandingkan dengan nilai r table dengan nilai  $n = 20$  sinifikansi 5 % atau 0,05 diperoleh nilai r tabel sebesar sebesar 0,176. Semua item yang ditelah ditentukan sebanyak 9 item seluruhnya mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga seluruh pernyataan tersebut dikatakan

valid. Dengan demikian, seluruh item yang valid dari variabel Y dapat diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya.

Uji coba reabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Perhitungan tingkat *Alpha* dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16.0*, yaitu dengan hasil yang dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.4  
**Hasil Uji Coba Reabilitas**

variabel	r hitung	r tabel	keterangan
X	0,988	0,444	Reliabel
Y	0,982	0,444	Reliabel

Tabel 3.5  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.992	23

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai Alpha sebesar 0,992, nilai ini dibandingkan dengan nilai r tabel sebesar 0,176. Berdasarkan nilai koefisien reabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $\text{Alpha} = 0,992 > r \text{ tabel} = 0,444$  memiliki arti semua item angket dapat dikatakan reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

## 2. Dokumentasi

Dalam penerapan metode dokumentasi ini, peneliti menyusun instrumen. Dokumen yang dipergunakan dalam penelitian dapat dibagi

menjadi dokumen pribadi yang berisi catatan-catatan yang bersifat pribadi, dan dokumen resmi yang berisi catatan-catatan yang bersifat formal.

Tahap dokumentasi ini diharapkan mampu menunjang aktifitas penelitian sebagai penguat data observasi dan wawancara berupa gambaran umum lokasi penelitian serta proses pengambilan informasi melalui informan atau hal-hal lain yang berkaitan dengan data-data sebagai sumber penelitian.

#### **E. Teknik Pengolahan Data**

Data-data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dalam beberapa tahapan, seperti yang di kemukakan Marzuki:<sup>37</sup>

1. *Editing*, yaitu memeriksa ulang terhadap kemungkinan adanya kesalahan-kesalahan tentang data yang telah diperoleh sehingga data yang diperoleh menjadi data yang valid dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan.
2. *Coding*, yaitu memberikan kode-kode tertentu untuk mempermudah pengolahan data, dalam hal ini kode yang diberikan berupa angka yang berlaku sebagai skala pengukuran yang selanjutnya disebut skor.
3. *Tabulating*, yaitu pengelompokan jawaban atau data dalam bentuk table, table yang digunakan dalam data ini adalah table distribusi frekuensi atau table silang.
4. *Analizing*, yaitu kegiatan membuat analisa sebagaimana dasar dari penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini menganalisa data dengan

---

<sup>37</sup> Marzuki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: BPFE UII, 2002, h.79-82.



menggunakan teknik analisa korelasional, artinya teknik analisa statistik mengenai hubungan antar dua variabel.

## F. Uji Instrumen Data

### 1. Validitas Penelitian

Validitas teoritik adalah validitas yang didasarkan pada pertimbangan para ahli. Validitas teoritik terdiri dari validitas isi dan validitas muka. Validitas ini merupakan jenis khusus dari validitas muka. Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas isi jika keseluruhan isi definisi tercakup dalam perangkat ukur yang digunakan. Pada validitas muka, pengukuran suatu konsep dilakukan dengan melihat *consensus* dalam masyarakat ilmiah atau kesepakatan penilaian subjektif para pakar mengenai apakah indikator benar-benar merupakan ukuran yang tepat untuk mengukur suatu konstruk. Validitas adalah kemampuan alat ukur mengukur secara tepat keadaan yang diukurinya. Berbagai teknik pengujian validitas akan menghasilkan indeks validitas. Angka indeks itu dimaknai menunjukkan kualitas instrumen valid atau tidak setelah dikonfirmasi dengan kriteria pembanding.<sup>38</sup> Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara masing-masing nilai pada nomor pertanyaan dengan nilai total dari suatu pertanyaan tersebut dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Selanjutnya koefisien korelasi yang diperoleh  $r$  masih harus diuji signifikansinya

---

<sup>37</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019, hal 126

dengan membandingkan dengan table r. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung > r table atau nilai p < 0,05.

Konsep validitas konstruk akan mengacu pada teori apa yang digunakan oleh seorang peneliti, bukan pada banyaknya pendapat ahli tentang atribut atau variabel yang diteliti. Jadi setelah instrument tersebut dikonstruksikan dan dicobakan pada sampel dari populasi yang diambil, maka penguji validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor item instrument dalam suatu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total.<sup>39</sup>

## 2. Reabilitas Penelitian

Reliabilitas dalam Bahasa Inggris *reliability* yang berasal dari kata *reliable* yang artinya dapat dipercaya. Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach alpa*. Cara pengukurannya adalah seluruh item pertanyaan yang telah valid dimasukkan dan diukur koefisien alpa cronbachnya. Jika nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,6 maka koesioner tersebut telah reliabel.<sup>40</sup> Sebuah tes dikatakan dapat dipercaya jika memberikan hasil yang tetap jika dites berkali-kali dan hasil tersebut menunjukkan ketepatan. Reliabilitas ditentukan dengan menggunakan nilai *alpa* dengan kriteria reliabilitas. Metode ini menggunakan rumus:

$$R_n = \left( \frac{K}{K-1} \right) 1 - \frac{\sum Si^2}{s}$$

<sup>39</sup> Ibid, h 177.

<sup>40</sup> I' anatut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*, Malang: Madani, 2015, hal 114.

Dimann:  $R_n$  : nilai reabilitas

$\Sigma S_i$  : Jumlah varian skor tiap-tiap item

$S$  : varians total

$K$  : jumlah item

## G. Teknik Analisis data

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan karena statistik yang digunakan adalah statistik parameterik dengan jenis data rasio sehingga perlu dilakukan uji normalitas. Data kuantitatif yang termasuk dalam pengukuran skala interval atau rasio, untuk dapat dilakukan uji statistik parametrik dipersyaratkan berdistribusi normal.<sup>41</sup>

Penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas dengan teknik *Kolmogorov Smirnov*, kemudian menggunakan uji teknis korelasi product moment dengan menggunakan SPSS Statistik 26. Uji normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan melihat nilai signifikansinya. Jika signifikansinya  $> 0,05$  maka distribusi normal dan sebaliknya jika signifikansinya  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,..... hal 209

normal.<sup>42</sup> Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan rumus sebagai berikut:<sup>43</sup>

$$KD = \frac{1,36 \sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan :

KD = Jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n1 = Jumlah sampel yang diperoleh

n2 = Jumlah sampel yang diharapkan

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan uji prasyarat analisis untuk mengetahui pola data, apakah data berpola linear atau tidak. Uji ini berkaitan dengan penggunaan regresi linear. Jika akan menggunakan jenis regresi linear, maka datanya harus menunjukkan pola (diagram) yang berbentuk linear (lurus). Maksud dari pola atau garis yang berbentuk lurus ini adalah apakah ada hubungan yang linier atau sejalan antara variabel satu dengan variabel yang lain, dalam kasus ini uji linearitas dimaksudkan adakah tidak hubungan yang linier antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Uji linearitas dihitung menggunakan SPSS. Untuk mengetahui hal ini digunakan uji F pada taraf Sig 5%. Jika nilai Sig F < 0,05 maka hubungannya tidak linear, sedangkan jika nilai Sig > 0,05 maka hubungannya bersifat

---

<sup>42</sup> Ibid, hal 391

<sup>43</sup> Ibid, h. 257

linear dilihat dari *Deviation From Linearity* menggunakan program SPSS 16.0

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>44</sup>

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan terjadi

### 4. Uji Korelasi Product Moment

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis korelasi pearson Product Moment ( $r$ ) dengan menggunakan program SPSS 16 .0. Korelasi Biasanya banyak digunakan dalam berbagai penelitian, dimulai dari penelitian yang sederhana sampai penelitian cukup Kompleks. Teknik korelasi Pearson Product Moment ( $r$ ) ini digunakan untuk mencari pengaruh hubungan atau pengaruh variabel X dan variabel Y.

korelasi Pearson Product Moment dilambangkan dengan ( $r$ ) dengan

---

<sup>44</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, universitas diponegoro:Semarang, 2013.

ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga ( $1 < r < 1$ ). Apabila  $r = -1$  artinya korelasinya negatif sempurna,  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi, dan  $r = 1$  berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga  $R$  akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut. Sedangkan untuk menentukan signifikansi dari sebuah hipotesis yang telah dirumuskan maka diperlukan kaidah keputusan yang akan dijadikan pedoman yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.6**

**Interpretasi Koefisien korelasi Nilai  $r$**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	tidak ada korelasi
0,20 - 0,399	korelasi lemah
0,40 - 0,599	korelasi sedang
0,60 - 0,799	korelasi kuat
0,80 - 1,000	korelasi sempurna

Sedangkan untuk menentukan signifikansi dari sebuah hipotesis yang telah dirumuskan, maka diperlukan kaidah keputusan yang akan dijadikan pedoman yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan probabilitas signifikansi, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan probabilitas

signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya signifikan.<sup>45</sup>

## 5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana (univariat) adalah analisis regresi linier dengan jumlah variabel pengaruhnya hanya satu. Dalam membuat plotting parametrik ini langkah pertama yang paling ideal adalah membuat plotting data antara variabel dependen dan variabel independent (pengaruh) untuk melihat kecenderungan pola data asli, jika data tersebut mengikuti pola linier maka akan kita dekati dengan jenis regresi ini.<sup>46</sup>

Analisis regresi sederhana adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kuliner terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner dikota Palangka Raya dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y = Perilaku Pengambilan Keputusan

X = Laporan Keuangan

a, b = Koefisien Regresi

e = Error

Model regresi sederhana adalah  $Y = a + bX$ , dimana Y adalah variabel tak bebas, X adalah variabel bebas, a adalah konstanta dan b adalah koefisien

<sup>45</sup> Ridwan dan Sunarto, *Pengantar statistic untuk penelitian : pendidikan, social, kominikasi, ekonomi, dan bisnis*, (Bandung : Alfabeta), hal 278.

<sup>46</sup> Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (sebuah pengantar)*, Bandung: Alfabeta, 2014, hal 87.

regresi.<sup>47</sup> Nilai-nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n (\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Keterangan : a = Konstanta

b = Koefisien regresi

n = Jumlah data

$\sum x$  = Jumlah skor variabel X

$\sum y$  = Jumlah skor variabel Y

$\sum xy$  = Jumlah perkalian skor variabel X dengan variabel Y

$\sum x^2$  = Jumlah pengkuadratan skor variabel X

Uji linearitas merupakan uji prasyarat analisis untuk mengetahui pola data, apakah data berpola linear atau tidak. Uji ini berkaitan dengan penggunaan regresi linear. Jika akan menggunakan jenis regresi linear, maka datanya harus menunjukkan pola (diagram) yang berbentuk linear (lurus). Jika akan menggunakan jenis regresi nonlinear, maka datanya tidak perlu menunjukkan pola linear.

Uji linearitas dihitung menggunakan *SPSS 16.0*. Untuk mengetahui hal ini digunakan uji F pada taraf Sig 5%. Jika nilai Sig F < 0,05 maka hubungannya

---

<sup>47</sup> Muhidin dan Sambas Ali, *Analisis Korelasi, Regreso dan Jalan dalam Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2007, hal 188.



tidak linear, sedangkan jika nilai Sig > 0,05 maka hubungannya bersifat linear dilihat dari *Deviation From Linearity* menggunakan program *SPSS 16.0*.

### 1. Uji t

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independent terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independent lain dianggap konstan. Menurut Sugiyono, untuk menghitung Uji t dilakukan dengan menggunakan rumus:<sup>48</sup>

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r<sup>2</sup> = Koefisien determinasi

n = jumlah data

Uji t (t-test) hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t-tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut

- a. H<sub>0</sub> diterima jika nilai thitung < ttabel atau nilai sig > α
- b. H<sub>0</sub> ditolak jika nilai thitung > ttabel atau nilai sig < α

Bila terjadi penerimaan H<sub>0</sub> maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H<sub>0</sub> ditolak artinya terdapat pengaruh yang

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014, hal 250.

signifikan.

## 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times$$

100% Dimana:

Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen lemah
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen kuat.

## H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang berguna untuk mempermudah penyusunan dan pembahasan penelitian ini, maka peneliti membagikan dalam beberapa bab yaitu:

Bab I Pendahuluan, yang mana terdapat beberapa pokok pembahasan, diantaranya: latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

Bab II Kajian Pustaka, dalam bagian ini berisi penelitian terdahulu, deskripsi teoritis, kerangka pemikiran teori dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian, pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, angket, validitas, reliabilitas, dokumentasi, uji persyaratan analisis, teknis analisis data, uji normalitas, uji linearitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. dan sistematika penulisan.

Bab IV Pembahasan, dalam bab ini membahas tentang objek penelitian, hasil analisis data pembentukan hipotesis, pembahasan hasil dan jawaban dari pertanyaan dalam penelitian.

Bab V Penutup, bab ini berisikan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini dan saran-saran.

Bagian akhir skripsi terdiri dari daftar pustaka, lampiran, gambar dan riwayat hidup penelitian.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Kualitas pelayanan dan Kepuasan Konsumen dikota Palangka Raya**

Berdasarkan dari survey dari peneliti sendiri selama beberapa waktu yang lalu di beberapa tempat yang ada dikota Palangka Raya mengenai kualitas pelayanan kuliner serta kepuasan konsumen terhadap pelayanan kuliner pada usaha dibidang kuliner yang ada dikota Palangka Raya menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan kuliner pada tempat usaha kuliner memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap Kepuasan pelanggan yang menikmati pelayanan yang ada pada tempat usaha kuliner.

Pengamatan peneliti dilakukan di beberapa tempat dikota Palangka Raya yang dinilai cocok sebagai tempat survey untuk dilakukan penelitian ini. Beberapa tempat tersebut antara lain tempat wisata kuliner Yos Sudarso, jalan Rajawali km 3 - km 8, sekitaran jalan A. yani, sekitaran jalan Setdajhi, daerah sekitaran G.obos, dan sekitaran jalan Bukit Kaminting. Beberapa daerah yang dipilih tersebut dianggap memiliki beberapa kelebihan yang dapat dijadikan sebagai gambaran umum untuk mengetahui tentang kualitas pelayanan kuliner dan kepuasan konsumen dikota Palangka Raya. Daerah - daerah tersebut banyak terdapat usaha dibidang kuliner dan jumlah konsumen yang relatif sangat banyak dikarenakan terdapat banyak sekali jenis produk kuliner yang disediakan, baik mulai dari makanan ringan, masakan khas daerah, camilan dan oleh-oleh, sampai masakan khas luar negeri seperti *shushi* dari jepang dan kebab dari turki.

Kualitas pelayanan kuliner yang ada dikota Palangka Raya Dalam pengamatan peneliti menunjukkan respon yang beragam dari para konsumen, ada yang merespon dengan negatif dan kurang puas dengan pelayanan yang diberikan kepadanya namun lebih banyak konsumen yang merespon dengan respon yang positif dan puas dengan pelayanan yang sudah diberikan. Rata-rata konsumen yang diamati dan ditanya secara langsung oleh peneliti merasa mendapatkan pelayanan yang baik dan layak dari pihak usaha kuliner, dan para konsumen tersebut juga memberikan tanggapan yang positif pada sebagian besar kualitas pelayanan kuliner yang ada dikota Palangka Raya. Namun adapula konsumen yang merasa belum diberikan pelayanan yang baik dari pihak usaha kuliner baik itu secara langsung maupun tidak langsung dan mereka memberikan tanggapan yang kurang baik atau negatif pada sebagian kecil kualitas pelayanan kuliner yang ada dikota Palangka Raya.

## **2. Lokasi Penelitian**

Usaha kuliner yang ada dikota Palangka Raya berada disetiap titik jalan yang ada dikota Palangka Raya baik itu jalan raya utama, jalan desa atau perumahan, maupun gang-gang kecil dekat perumahan penduduk. Wilayah kota Palangka Raya sendiri berada di provinsi Kalimantan Tengah dan menjadi ibu kota provinsi, terdiri dari 5 kecamatan luas yaitu kecamatan Pahandut, kecamatan Jekan raya, kecamatan Sebangau, kecamatan Bukit batu, dan Kecamatan Rakumpit dengan luas wilayah kota secara keseluruhan adalah 2.853,52 Km persegi atau 267.851 hektar. Adapun pengambilan kuesioner responden pada penelitian ini dilakukan di kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya dan 80%

dari total responden berdomisili dikecamatan Jekan Raya dan 20% sisanya berdomisili di kecamatan lainnya.

### 3. Karakteristik Responden

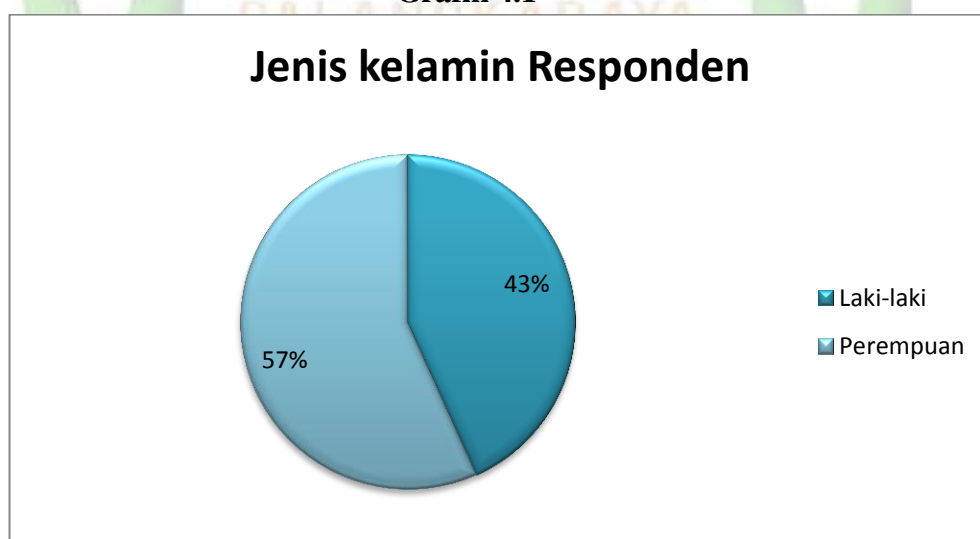
Responden dalam penelitian ini yakni masyarakat kota Palangka Raya baik yang berdomisili menetap ataupun sementara, tentunya yang sudah pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner yang ada dikota Palangka Raya. Dengan jumlah populasi yang tidak diketahui maka jumlah sampel ditentukan oleh perhitungan dengan menggunakan rumus lemeshow, dengan menghitung jumlah pengunjung rata - rata perhari (hari libur/besar), akhirnya diperoleh sampel yang dapat mewakili populasi minimal sebesar 83 responden.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden yakni pelanggan yang pernah bertransaksi langsung pada usaha kuliner yang ada dikota Palangka Raya, serta melalui pengisian kuesioner di *google fomrs*. Kuesioner disebarakan pada tanggal 22 Agustus - 28 September 2021. Total kuesioner yang disebarakan berjumlah 80 lembar dan peneliti juga membuat *google fomrs* untuk dapat diisi oleh responden secara online. Dari 80 kuesioner yang sebarakan, 43 dapat diterima kembali dengan terpenuhi jawaban yang diberikan dari responden, dan 27 kuesioner pertanyaan yang belum terjawab oleh responden maka tidak layak untuk dianalisis. pengisian pada link google form sebanyak 41 responden, maka total keseluruhan jumlah responden berjumlah 84 responden. Hasil analisis dari kriteria responden akan disajikan dalam bentuk diagram dan grafik berikut ini :

a. Jenis kelamin responden

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden yakni pelanggan yang pernah bertransaksi langsung pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya, serta melalui pengisian kuesioner di *google fomrs*. Kuesioner disebarakan pada tanggal 22 Agustus - 28 September 2021. Total kuesioner yang disebarakan berjumlah 80 lembar dan peneliti juga membuat *google fomrs* untuk dapat diisi oleh responden secara online. Dari 80 kuesioner yang sebarakan, 43 dapat diterima kembali dengan terpenuhi jawaban yang diberikan dari responden, dan 27 kuesioner pertanyaan yang belum terjawab oleh responden maka tidak layak untuk dianalisis. pengisian pada link google form sebanyak 41 responden, maka total keseluruhan jumlah responden berjumlah 84 responden. Hasil analisis dari kriteria responden akan disajikan dalam bentuk diagram dan grafik berikut ini :

**Grafik 4.1**



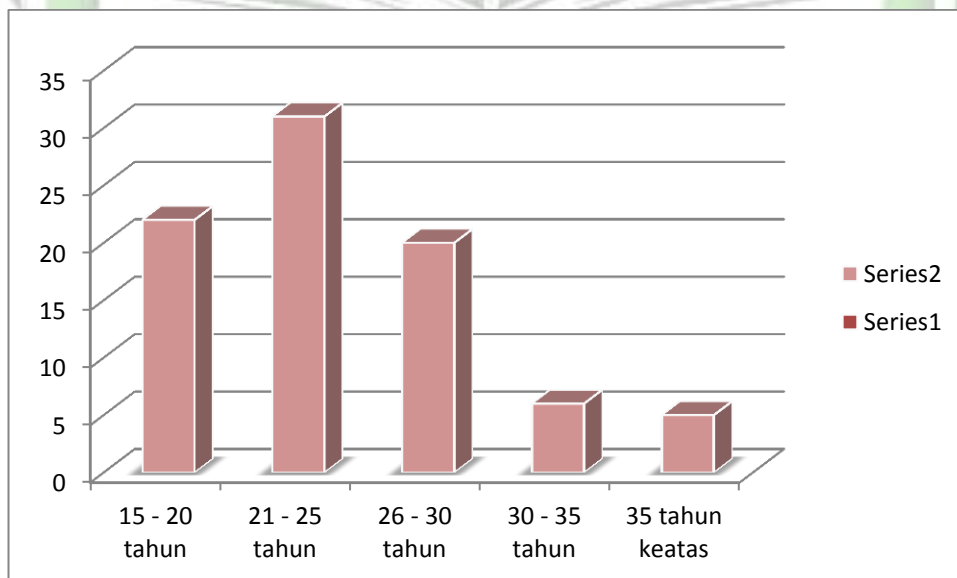
Sumber : Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan hasil grafik 4.1, maka dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih sedikit dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin perempuan dalam proses kepuasan konsumen terhadap pelayanan kuliner pada usaha dibidang kuliner yang ada dikota Palangka Raya, yakni laki-laki sebesar 35 responden atau 43% dan perempuan sebesar 49 atau 57% dari total keseluruhan responden.

#### b. Usia Responden

Berikut ini merupakan hasil analisis dan perhitungan tabel dari 84 responden yang digolongkan pada frekuensi usia pada responden yang berdomisili dikota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya

**Grafik 4.2**



Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan data grafik 4.2, maka diketahui bahwa responden yang paling banyak melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha

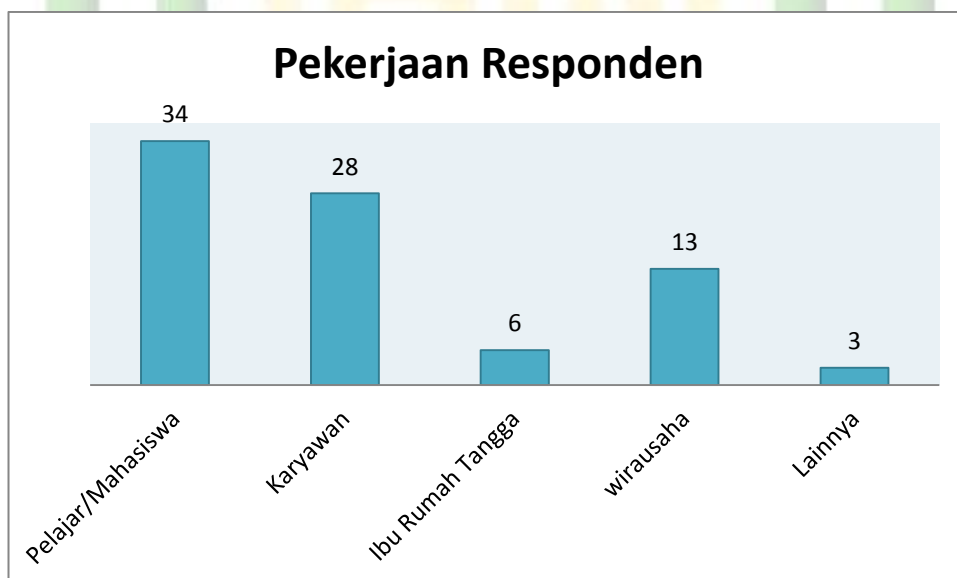


kuliner dikota Palangka Raya yakni pada rentang usia 21-25 tahun dengan jumlah 31 dari 84 responden atau 37% dari keseluruhan responden, direntang usia 15-20 tahun dengan jumlah 22 responden atau 26%, kemudian di ikuti dengan rentang usia 26-30 tahun dengan jumlah 20 responden atau 20% kemudian di ikuti dengan rentang usia 30-35 tahun dengan jumlah 6 responden atau 9% dan yang paling rendah dalam proses pelaksanaan transaksi yakni pada rentang usia 35 tahun keatas dengan jumlah 5 responden atau 8% dari keseluruhan responden.

#### c. Pekerjaan Responden

Berikut ini merupakan hasil analisis dan perhitungan tabel dari 84 responden yang digolongkan pada frekuensi pekerjaan pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya.

Grafik 4.3



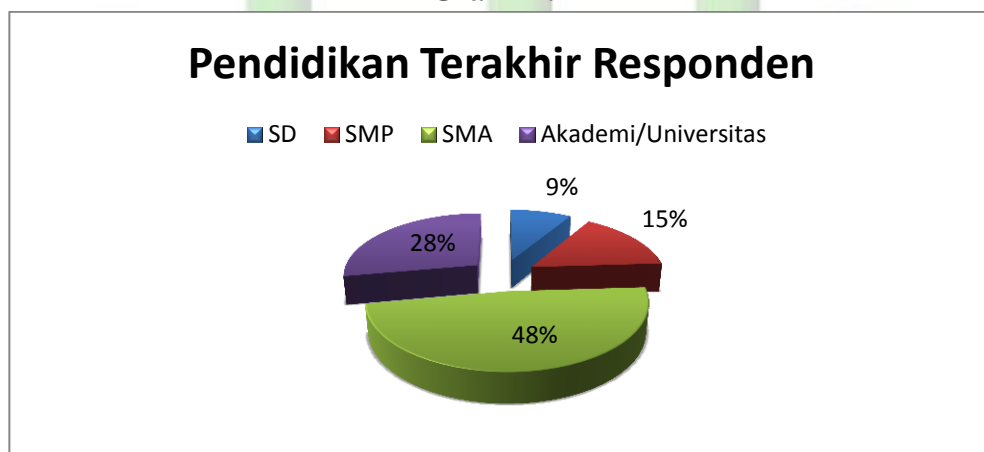
Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan data grafik 4.3, maka diketahui bahwa frekuensi pekerjaan responden yang paling banyak melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya yakni dikategori pelajar atau mahasiswa merupakan responden paling banyak dengan jumlah 34 responden atau setara dengan 40,3% dari keseluruhan responden yang dibutuhkan. Selanjutnya diikuti dari frekuensi karyawan dengan jumlah 28 responden aatau setara dengan 31,7%. Kemudian diikuti dengan frekuensi dari para wirausaha dengan jumlah 16 responden atau setara 19,3%, dan diikuti dengan frekuensi dari golongan ibu rumah tangga dengan jumlah 6 responden atau setara 5,7%, dan sisanya diisi dengan lain-lain.

#### d. Pendidikan Terakhir Responden

Berikut ini merupakan hasil analisis dan perhitungan tabel dari 84 responden yang digolongkan pada frekuensi pendidikan terakhir pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya.

**Grafik 4.4**



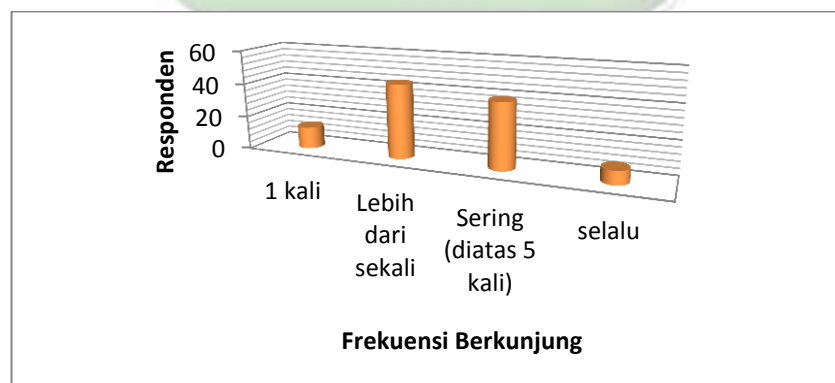
Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan data grafik 4.4, maka diketahui bahwa frekuensi pendidikan terakhir dari responden yang paling banyak melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya yakni dikategori SMA merupakan responden paling banyak dengan jumlah 50 responden atau setara dengan 48% dari keseluruhan responden yang dibutuhkan. Selanjutnya diikuti dari frekuensi Akademi/Universitas dengan jumlah 29 responden aatau setara dengan 28%. Kemudian diikuti dengan frekuensi dari SMP dengan jumlah 16 responden atau setara 15 %, dan yang paling rendah dalam proses pelaksanaan transaksi yakni pada pendidikan terakhir SD dengan jumlah responden 9 responden atau 9% dari total keseluruhan responden.

#### e. Frekuensi Berkunjung

Berikut ini merupakan hasil analisis dan perhitungan tabel dari 100 responden yang digolongkan pada frekuensi berkunjung atau bertransaksi pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya.

**Grafik 4.5**



Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan data grafik 4.5, maka diketahui bahwa responden yang paling banyak melakukan transaksi pembelian secara berulang dan langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya yakni responden yang tingakat berkunjung atau transaksi pembeliaannya lebih dari sekali yaitu sebesar 38 responden atau setara dengan 42% dari total keseluruhan responden. Diikuti dengan responden yang jumlah frekuensinya sering (diatas 5 kali) sejumlah 33 responden atau setara dengan 37,5% dari total keseluruhan responden. Kemudian diikuti dengan responden yang jumlah frekuensinya satu kali sejumlah 9 responden atau setara dengan 12,5% dari total keseluruhan responden. Sedangkan untuk frekuensi jumlah selalu berkunjung yakni sebesar 4 responden atau setara dengan 8% dari total keseluruhan responden.

#### 4. Penyajian Data

Penelitian ini memiliki dua variable yaitu kualitas pelayanan kuliner sebagai variabel X, dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y. Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh data sebagai berikut:

##### a. Penyajian Data Kualitas Pelayanan Kuliner

**Tabel 4.1**

#### **Skala Penilaian Likert Untuk Responden**

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Baik	5
2	Baik	4
3	Cukup Baik	3
4	Tidak Baik	2
5	Sangat Tidak Baik	1

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden**

**Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan Kuliner dikota Palangka Raya**

No	SB 5		B 4		CB 3		TB 2		STB 1		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	13%	45	43%	34	33%	8	8%	4	4%	84	100%
2	25	24%	45	43%	20	19%	10	10%	4	4%	84	100%
3	10	10%	44	42%	32	31%	10	10%	8	8%	84	100%
4	16	15%	49	47%	22	21%	14	13%	3	3%	84	100%
5	21	20%	44	42%	27	26%	4	4%	8	8%	84	100%
6	21	20%	39	38%	33	32%	9	9%	2	2%	84	100%
7	18	17%	30	29%	44	42%	9	9%	3	3%	84	100%
8	14	13%	50	48%	32	31%	6	6%	2	2%	84	100%
9	17	16%	44	42%	34	33%	4	4%	5	5%	84	100%
10	12	12%	44	42%	42	40%	5	5%	2	2%	84	100%
11	20	19%	32	31%	44	42%	4	4%	4	4%	84	100%
12	10	10%	52	50%	35	34%	5	5%	2	2%	84	100%
13	29	28%	31	30%	33	32%	5	5%	3	3%	84	100%
14	21	20%	39	38%	38	37%	4	4%	2	2%	84	100%

- Item 1 (Kecepatan makanan yang dipesan). Berdasarkan Kuesioner yang disebarkan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 8 orang (13%) menjawab sangat baik, 40 orang (43%) menjawab baik, 20 orang (33%) menjawab cukup baik, 8 orang

(8%) menjawab tidak baik, dan 4 orang (4%) menjawab sangat tidak baik.

2. Item 2 (Ketepatan mananan yang dipesan). Berdasarkan Kuesioner yang disebarkan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 20 orang (24%) menjawab sangat baik, 40 orang (48%) menjawab baik, 10 orang (12%) menjawab cukup baik, 10 orang (12%) menjawab tidak baik, dan 4 orang (5%) menjawab sangat tidak baik.
3. Item 3 (Fasilitas pendukung cukup menunjang). Berdasarkan Kuesioner yang disebarkan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 5 orang (12%) menjawab sangat baik, 39 orang (46%) menjawab baik, 22 orang (26%) menjawab cukup baik, 10 orang (12%) menjawab tidak baik, dan 8 orang (10%) menjawab sangat tidak baik.
4. Item 4 (Tempat duduk dan meja yang tersedia). Berdasarkan Kuesioner yang disebarkan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 11 orang (13%) menjawab sangat

baik, 44 orang (52%) menjawab baik, 12 orang (14%) menjawab cukup baik, 14 orang (17%) menjawab tidak baik, dan 3 orang (4%) menjawab sangat tidak baik.

5. Item 5 (Kecepatan pelayanan dalam melayani). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 21 orang (20%) menjawab sangat baik, 44 orang (42%) menjawab baik, 27 orang (26%) menjawab cukup baik, 4 orang (4%) menjawab tidak baik, dan 8 orang (8%) menjawab sangat tidak baik.
6. Item 6 (Sikap ramah karyawan terhadap konsumen). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 16 orang (19%) menjawab sangat baik, 34 orang (40%) menjawab baik, 23 orang (27%) menjawab cukup baik, 9 orang (11%) menjawab tidak baik, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak baik.
7. Item 7 (Kebersihan dalam tempat usaha kuliner). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota

Palangka Raya menunjukkan bahwa 13 orang (15%) menjawab sangat baik, 25 orang (30%) menjawab baik, 34 orang (40%) menjawab cukup baik, 9 orang (11%) menjawab tidak baik, dan 3 orang (4%) menjawab sangat tidak baik.

8. Item 8 (Ketepatan penataan tata letak yang menarik). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 9 orang (11%) menjawab sangat baik, 45 orang (54%) menjawab baik, 22 orang (26%) menjawab cukup baik, 6 orang (7%) menjawab tidak baik, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak baik.
9. Item 9 (Kerapihan penampilan karyawan). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 12 orang (14%) menjawab sangat baik, 39 orang (46%) menjawab baik, 24 orang (29%) menjawab cukup baik, 4 orang (5%) menjawab tidak baik, dan 5 orang (6%) menjawab sangat tidak baik.
10. Item 10 (Keindahan pada tempat usaha kuliner). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan



transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 7 orang (8%) menjawab sangat baik, 39 orang (46%) menjawab baik, 32 orang (38%) menjawab cukup baik, 5 orang (6%) menjawab tidak baik, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak baik.

11. Item 11 (Perasaan aman ketika berada di tempat usaha kuliner).

Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 15 orang (18%) menjawab sangat baik, 27 orang (32%) menjawab baik, 34 orang (40%) menjawab cukup baik, 4 orang (4%) menjawab tidak baik, dan 4 orang (5%) menjawab sangat tidak baik.

12. Item 12 (Jaminan kenyamanan yang diberikan tempat usaha kuliner).

Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 5 orang (6%) menjawab sangat baik, 47 orang (56%) menjawab baik, 25 orang (30%) menjawab cukup baik, 5 orang (6%) menjawab tidak baik, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak baik.

13. Item 13 (Sikap terhadap setiap masing-masing konsumen).

Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada

masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 24 orang (29%) menjawab sangat baik, 26 orang (31%) menjawab baik, 23 orang (27%) menjawab cukup baik, 5 orang (6%) menjawab tidak baik, dan 3 orang (4%) menjawab sangat tidak baik.

14. Item 14 (Perhatian kepada setiap kebutuhan konsumen). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 16 orang (19%) menjawab sangat baik, 39 orang (40%) menjawab baik, 28 orang (33%) menjawab cukup baik, 4 orang (5%) menjawab tidak baik, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak baik. .

**b. Penyajian Data Kepuasan Konsumen**

**Tabel 4.3**

**Skala Penilaian Likert Untuk Responden**

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Baik/Sangat Puas	5
2	Baik/Puas	4
3	Cukup Baik/Cukup Puas	3
4	Tidak Baik/Tidak Puas	2
5	Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Puas	1

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden**  
**Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen**

No	SB 5		B 4		CB 3		TB 2		STB 1		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
15	16	15%	52	50%	28	27%	6	6%	2	2%	84	100%
16	14	13%	43	41%	41	39%	2	2%	4	4%	84	100%
17	12	12%	49	47%	35	34%	3	3%	5	5%	84	100%
18	21	20%	44	42%	28	27%	8	8%	3	3%	84	100%
19	16	15%	48	46%	33	32%	4	4%	3	3%	84	100%
20	14	13%	42	40%	41	39%	5	5%	2	2%	84	100%
21	24	23%	49	47%	22	21%	6	6%	3	3%	84	100%
22	11	11%	55	53%	31	30%	5	5%	2	2%	84	100%
23	20	19%	44	42%	33	32%	6	6%	1	1%	84	100%

15. Item 15 (Produk yang diperoleh sesuai). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukan bahwa 11 orang (13%) menjawab sangat baik, 42 orang (50%) menjawab baik, 23 orang (27%) menjawab cukup baik, 6 orang (7%) menjawab tidak baik, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak baik.

16. Item 16 (Fasilitas penunjang yang didapat sesuai). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota

Palangka Raya menunjukkan bahwa 9 orang (11%) menjawab sangat baik, 33 orang (39%) menjawab baik, 36 orang (43%) menjawab cukup baik, 2 orang (2%) menjawab tidak baik, dan 4 orang (5%) menjawab sangat tidak baik.

17. Item 17 (Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai).

Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 7 orang (8%) menjawab sangat baik, 39 orang (47%) menjawab baik, 30 orang (36%) menjawab cukup baik, 3 orang (3%) menjawab tidak baik, dan 5 orang (6%) menjawab sangat tidak baik.

18. Item 18 (berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan).

Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 16 orang (19%) menjawab sangat baik, 34 orang (40%) menjawab baik, 23 orang (27%) menjawab cukup baik, 8 orang (10%) menjawab tidak baik, dan 3 orang (4%) menjawab sangat tidak baik.

19. Item 19 (berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh).

Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya

yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 11 orang (13%) menjawab sangat baik, 38 orang (45%) menjawab baik, 28 orang (33%) menjawab cukup baik, 4 orang (5%) menjawab tidak baik, dan 3 orang (4%) menjawab sangat tidak baik.

20. Item 20 (berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 9 orang (11%) menjawab sangat baik, 32 orang (38%) menjawab baik, 36 orang (43%) menjawab cukup baik, 5 orang (6%) menjawab tidak baik, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak baik.

21. Item 21 (Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 19 orang (23%) menjawab sangat baik, 39 orang (46%) menjawab baik, 17 orang (20%) menjawab cukup baik, 6 orang (7%) menjawab tidak baik, dan 3 orang (4%) menjawab sangat tidak baik.

22. Item 22 (Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 6 orang (7%) menjawab sangat baik, 45 orang (54%) menjawab baik, 26 orang (31%) menjawab cukup baik, 5 orang (6%) menjawab tidak baik, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak baik.

23. Item 23 (yang ditawarkan nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk). Berdasarkan Kuesioner yang disebarakan kepada 84 responden pada masyarakat yang berdomisili di kota Palangka Raya yang pernah melakukan transaksi pembelian secara langsung pada usaha kuliner dikota Palangka Raya menunjukkan bahwa 15 orang (18%) menjawab sangat baik, 34 orang (40%) menjawab baik, 28 orang (33%) menjawab cukup baik, 6 orang (7%) menjawab tidak baik, dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak baik.

## **B. Hasil Analisis Data**

### **1. Uji Normalitas**

Uji Normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik *One Sample Kolmogrov*. Adapun kriteria di

dalam normalitas data adalah apabila signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sedangkan apabila signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan data tersebut tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.5**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27475184
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.102
	Negative	-.125
Kolmogorov-Smirnov Z		1.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.144

Test distribusi adalah normal

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai KSZ sebesar 1,147 dengan nilai signifikan sebesar 0,144 lebih besar dari 0,05 sehingga dari kriteria dalam uji normalitas apabila signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sedangkan apabila signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan data tersebut tidak berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini mengacu kepada beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan adanya hubungan antara kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan yang di buat oleh Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati pada tahun 2014 menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan<sup>49</sup>. Kemudian pada jurnal yang dibuat oleh Abdul Basith, Srikandi Kumadji, dan Kadarisman Hidayat yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan pada tahun 2014 menyatakan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan<sup>50</sup>.

Serta pada jurnal Analisis Peran Kualitas Pelayanan Karyawan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Setya Kuliner Mandiri Jagakarsa Jakarta Selatan yang dibuat oleh Aan Rahman Puji Yuniarti, dan Dinda Aprilia pada tahun 2020 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen<sup>51</sup>. Dari beberapa pendapat para ahli juga mengutarakan bahwa Bagi beberapa penelitian, uji linearitas tidak perlu dilakukan karena konstrak teori menunjukkan bahwa variabel dependen dan variabel independen terbukti linier. Berkebalikan

---

<sup>49</sup> Inka Janita Sembiring, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 1 Oktober 2014, hal 6.

<sup>50</sup> Abdul Basith, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 14 No. 1 juni 2014, hal 5.

<sup>51</sup> Aan Rahman Puji Yuniarti, dkk, *Analisis Peran Kualitas Pelayanan Karyawan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Setya Kuliner Mandiri Jagakarsa Jakarta Selatan*, Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer, (VOL. 5. NO. 2 FEBRUARI 2020).



dengan hal tersebut, skor atau nilai signifikansi deviansi linearitas  $< 0,05$  menunjukkan bahwa data tersebut tidak linear.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Menentukan heterokedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas. Perhitungan dilakukan dengan bantuan aplikasi *SPSS 16.0 for Windows* dengan Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4.6**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.355	.394		3.437	.001
	KUALITAS PELAYANAN	-.008	.007	-.125	-1.137	.259

a. Dependent Variable: RES2

Dalam hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,259 dan hasil ini lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas antar variabel dalam model regresi. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

#### 4. Korelasi Product Moment

Teknik korelasi Pearson Product Moment ( $r$ ) ini digunakan untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen dengan satu dependen.<sup>52</sup>

Korelasi Pearson Product Moment dilambangkan dengan ( $r$ ) dengan ketentuan nilai  $r$  tidak lebih tinggi dari  $-1 < r < 1$ . Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasinya negatif sempurna,  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi,  $r = 1$  berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan dari nilai  $r$  akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut :

**Tabel 4.7**

Interval Koevisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	tidak ada korelasi
0,20 - 0,399	korelasi lemah
0,40 - 0,599	korelasi sedang
0,60 - 0,799	korelasi kuat
0,80 - 1,000	korelasi sempurna

Sumber : Sahid

Sedangkan untuk menentukan signifikansi dari sebuah hipotesis yang telah dirumuskan, maka diperlukan kaidah keputusan yang akan dijadikan pedoman yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai propabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan probabilitas signifikansi, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak signifikan.
- b. Jika nilai propabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan probabilitas

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015),h. 153.

signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya signifikan.<sup>53</sup>

Pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *Software SPSS 16.0, For Windows*.

**Tabel 4.8**  
**Correlation**

		kualitas pelayanan	kepuasan konsumen
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	1	.986**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	84	84
kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.986**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	84	84

Tabel diatas menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas pelayanan kuliner dengan kepuasan konsumen sebesar 0,986. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai r, maka 0,986 termasuk tingkat hubungan “korelasi sempurna”. Berdasarkan hal ini maka dapat disimpulkan bahwa terjadi

<sup>53</sup> Ridwan dan Sunarto, *Pengantar statistic untuk penelitian : pendidikan, social, komunikasi, ekonomi, dan bisnis*, (Bandung : Alfabeta), hal 278.

hubungan yang sempurna antara kualitas pelayanan kuliner dengan kepuasan konsumen.

Hasil analisis diketahui signifikansi antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan dari kaidah keputusan dari hipotesis, maka nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan probabilitas signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan kuliner dengan kepuasan konsumen.

### 5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independeng dengan satu variabel dependen.<sup>54</sup> Pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *Software SPSS 16.0, For Windows*. Adapun hasil yang diperoleh dari analisis regresi X dan Y sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4851.935	1	4851.935	2.950E3	.000 <sup>a</sup>
	Residual	134.874	82	1.645		
	Total	4986.810	83			

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang nyata signifikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Fhitung = 2.950

<sup>54</sup> Sugiyono, *statistika untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta, 2019, hal 262.

dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen.

## 6. Uji T

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independent terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independent lain dianggap konstan. Pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *Software SPSS 16.0, For Windows*. Adapun hasil yang diperoleh dari analisis regresi X dan Y sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.020	.578		5.229	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.595	.011	.986	54.312	.000

Tabel diatas menunjukkan perhitungan koefisien regresi sederhana dengan nilai koefisien konstanta adalah 3.020 sedang nilai koefisien variabel bebas (X) sebesar 0,595. Kemudian diperoleh persamaan regresi  $Y = 3.020 + 0,595 X$ . Konstanta sebesar 3.020 menunjukkan bahwa nilai konsistensi variabel kepuasan konsumen sebesar 3.020, sedangkan koefisien variabel X sebesar 0,595 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan kuliner, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 0,595. Koefisien

regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dinyatakan arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Adapun berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel Coefficients diperoleh nilai  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

### 7. Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *Software SPSS 16.0, For Windows*. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.986 <sup>a</sup>	.973	.973	1.28250

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwasanya besarnya nilai Korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,986. Dari tabel tersebut juga diperoleh koefisien diterminasi (R Square) sebesar 0,973 yang menunjukkan arti bahwa

pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan kuliner) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) adalah sebesar 97,3%.

#### **E. Pembahasan**

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diberikan kepada orang lain, dalam hal ini adalah para konsumen pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka raya. Pelayanan yang diberikan bisa berupa sesuatu yang disentuh atau diraba, namun juga bisa berupa sesuatu yang tidak dapat disentuh namun bisa dirasakan oleh orang lain seperti perasaan aman saat berada pada tempat usaha kuliner atau sikap ramah yang diberikan oleh karyawan tempat usaha kuliner. Berdasarkan dari beberapa teori kualitas pelayanan merupakan suatu aktifitas yang tak kasat mata yang dilakukan oleh pihak lain (karyawan atau pemilik usaha) yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen.

Ada beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan diasumsikan sebagai pengaruh signifikan dalam kualitas pelayanan. Indikator tersebut dibagi dan digabungkan menjadi beberapa faktor - faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan. Diantara faktor – faktor tersebut adalah Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

Tentunya kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap tempat usaha pada bidang kuliner di kota Palangka Raya berbeda – beda antara satu dengan yang lain, mungkin terdapat beberapa kesamaan namun tetap saja

terdapat perbedaan dalam pengaplikasian atau prakteknya, karena menurut masing – masing dari para pemilik usaha dibidang kuliner tersebut memiliki penilaian tersendiri terhadap kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada para konsumen produk mereka.

Tentunya dengan menggunakan beberapa model atau metode yang pernah dilakukan oleh Rasulullah seperti selalu berperilaku jujur dan amanah terhadap setiap pelanggan yang datang pada usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya. Menerapkan Dimensi-dimensi pelayanan menurut perspektif Islam seperti *Self Awareness and Self Esteem* dan *Empathy and Enthusiasm*, juga dapat membantu untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik pada konsumen, agar para konsumen merasa puas dan dapat menciptakan kesan yang baik pada usaha kuliner.

Kepuasan konsumen merupakan sesuatu hal yang ingin dicapai bagi para pihak yang memberikan suatu bentuk produk baik itu jasa atau barang yang memberikan keuntungan bagi mereka. Kepuasan sendiri merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat sangat puas.

Para konsumen dapat memberitahukan atau menyampaikan penilaian mereka terhadap apa yang mereka terima atau mereka butuhkan agar kepuasan mereka tercapai, penyampaian dapat diberikan dengan cara memberikan kritik dan saran kepada pihak pemberi pelayanan atau bisa dengan mengapresiasi dengan cara datang kembali dan menikmati



produk yang diberikan dan bersedia untuk mempromosikan atau memberitahukan kepada orang lain perihal kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak tempat usaha kepadanya dan rasa puasny.

Berdasarkan uji regresi linier sederhana diketahui nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung sebesar 2.950. maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima, sehingga kualitas pelayanan kuliner mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas diperoleh hasil bahwa variabel X (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis korelasi pearson Product Moment sebesar 0, 0,986 dan termasuk tingkat hubungan “korelasi sempurna”. Hasil analisis diketahui signifikansi antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan dari kaidah keputusan dari hipotesis, maka nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan probabilitas signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan kuliner dengan kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,973 yang menunjukkan arti bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan kuliner) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) adalah sebesar 97,3%. Maka pengaruh positif yang berarti apabila kualitas pelayanan terhadap konsumen lebih ditingkatkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen maka

tidak menutup kemungkinan semakin tinggi kepuasan knsumen terhadap usaha kuliner tersebut dan pastinya dapat mendatangkan keuntungan yang lebih untuk tempat usaha kuliner yang ada dikota Palangka Raya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Terdapat hubungan positif, karena nilai  $r$  positif berarti semakin tinggi kualitas pelayanan kuliner, maka semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap usaha di bidang kuliner di kota Palangkaraya. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,973 yang menunjukkan arti bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan kuliner) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) adalah sebesar 97,3%. Maka pengaruh positif yang berarti apabila kualitas pelayanan terhadap konsumen lebih ditingkatkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen maka tidak menutup kemungkinan semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap usaha kuliner tersebut dan pastinya dapat mendatangkan keuntungan yang lebih untuk tempat usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya.

Nilai probabilitas 0,05 lebih besar Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan kuliner dengan kepuasan konsumen. Maka pengaruh positif yang berarti apabila kualitas pelayanan terhadap konsumen lebih ditingkatkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen maka tidak menutup kemungkinan semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap usaha kuliner tersebut dan pastinya dapat mendatangkan keuntungan yang lebih untuk tempat usaha kuliner yang ada di kota Palangka Raya.

## **B. Saran**

Setelah melakukan analisis, maka saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diatas tentang kualitas pelayanan kuliner terhadap kepuasan pelanggan yang ada dikota Palangka Raya, maka peneliti memberikan saran kepada para pemilik usaha dibidang kuliner yang ada dikota Palangka Raya agar senantiasa memperhatikan hal-hal kecil yang sering dianggap remeh dalam hal kualitas pelayanan kepada konsumen untuk dapat dibenahi dan diberikan dengan lebih baik lagi kepada para konsumen usaha bidang kuliner, yang mungkin dengan satu dua hal kecil tersebut maka dapat memberikan keuntungan lebih kepada tempat usaha kuliner.
2. Berdasarkan temuan peneliti perihal permasalahan yang ada dilapangan yaitu masih banyak dari tempat usaha dibidang kuliner dikota Palangka Raya yang belum memberikan kualitas pelayanan yang baik dan layak untuk para konsumennya, maka dari itu peneliti berharap agar para pemilik usaha dibidang kuliner tersebut setidaknya memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para konsumennya agar para konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan dan nantinya akan mendatangkan keuntungan bagi para pemilik usaha tersebut.
3. Peningkatan kualitas pelayanan yang sudah ada ditempat usaha kuliner sebaiknya dapat dilakukan dengan baik dan terus dijaga kualitasnya agar tidak terjadi penurunan pada kualitas pelayanan yang sudah ada.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- A, Moh. Nazir., *metodologi Penelitian*, Graha Indonesia, 2005.
- Arifin, Zainal, *Penelitian pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, Bandung: P.T Remaja Rosdakarya, 2011.
- Arkunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Black Well, Engel, Minard, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*, Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994.
- Bugin Burhan., *Metode Penelitian Sosial Ekonomi; Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Gronroos, Cristian., *Service Management and Marketing 3.0. Chichester*, New York: Wiley, 2007.
- I dais Muliamaad., *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip., *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 2010.
- Kotler, Philip., *Manajemen Pemasaran, Marketing Manajemen*, Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Marzuki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: BPFE UII, 2002.
- Moenir, H. A. S., *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara: Jakarta, 2012.
- Muhson, AH., *Teknik Analisis Kuantitatif*. Universitas Negeri Yogyakarta. 2006.
- Prasetyo, Bambang, dan flail u I Jannali Lina Mi., *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006.
- Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi dan Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012.
- Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: ALFABETA, 2015.

Tjiptono, Fandi, dan Chandra, Gregorious., *Service, Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta : Andi offset, 2012.

Tjiptono, Fandy., *Pemasaran Jasa, Malang*: Bayumedia Publishing, 2004.

Tjiptono, Fandy., *Strategi Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2001.

Umar, Husein., *Riset Pemasarn dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Usman, Husaini, Purnomo Setiady, Akbar., *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: P.T Bumi Aksara, 2011.

Yuliara, I Made., *Modul regresi Lineer Sederhana*, Universitas Udayana, 2016.

Yunus, Hadi Sabari., *Aieiodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010.

## **B. Karya Tulis Ilmiah**

Agustian, Ilham dkk., *Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan di PT. Jasaraharja Putra cabang Bengkulu*, Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.6 No.1 Juni 2019.

Amalia Bela, Purwihartuti Koernia., *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Industri Kuliner Terhadap Nilai Penganggan”*, Jurnal riset Bisnis dan Investasi, vol 5, no 2, Agustus 2019.

Arif Mustofa, Muchammad., *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, dan Karakter Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman”*, Skripsi.

Astiti, Yunita Widyaning., *”Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”*, Skripsi.

Ayi Astuti, dkk., *Pengaruh budaya organisasi dan teknologi informasi terhadap kualitas sistem informasi akuntansi*. Jurnal Riset Akuntansi - Volume XI, No.1, April 2019.

Basith, Abdul, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 14 No. 1 juni 2014, hal 5.

Hajanto, Ryan Nur., “Analisis analisis pengaruh harga, produk, kebersihan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)”, Skripsi.

Irawan, Rudi.,”Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM kuliner jalan halat Medan”, Skripsi.

Rahman Puji Yuniarti, Aan dkk, “Analisis Peran Kualitas Pelayanan Karyawan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Setya Kuliner Mandiri Jagakarsa Jakarta Selatan”, Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer, Vol. 5. No. 2, Februari 2020.

Sembiring, Inka Janita, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 1 Oktober 2014, hal 6.

Suryandriyo, Baskoro., “Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran”, Skripsi.

Yulianto A Rony, Permatasari Carolina Lita., “Relevansi Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Pembelian Kuliner,”, Skripsi.

### **C. Web**

Johaimes,UjiReliabilitas,Http://konsultasspss.blogspot.co.id/p/ujireabilitas htmPm=1 Diakses pada tanggal 15 Juli 2019.