

**TINJAUAN PELAYANAN PRIMA
(STUDI KASUS : RESTORAN A&W CABANG MAMPANG JAKARTA)**

Fahmi Kamal

Manajemen Administrasi ASM Bina Sarana Informatika
Jl. Jatiwaringin Raya No. 18 Jakarta Timur
Telp. 021-8462039
Email: *fahmi.fmk@bsi.ac.id*

ABSTRACT

The quick service at A & W Restaurant Mampang, Jakarta, has not been doing well of the service. On the contrary, the side of politeness and kindness of A & W Restaurant employee can be stated awesome. The consumers, as the evidence, feel like treating nicely during ordering foods at A & W Restaurant there. The purpose of this research is to know the service excellent which is done by the employee of A & W Restaurant, Mampang, Jakarta. The method that the write uses is coming directly to that place. The writer, afterwards, identifies by asking about the service and its vicinity. The writer also needs the supported data as the references, such as library research, electronic media, and written sources. So, from this research, it is drawn a conclusion that the service excellence of A & W Restaurant has really increased of the satisfaction toward consumers of this place. Hopefully, the satisfaction of A & W Restaurant will keep increasing and gives the best.

Keyword: *Service Excellence, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Pelayanan yang cepat pada Restoran A & W Cabang Mampang Jakarta belum optimal, tetapi keramahan dan kesopanan karyawan Restoran A & W Cabang Mampang Jakarta sangat memuaskan para konsumen, terbukti banyaknya para pelanggan yang merasa nyaman dalam memesan makanan maupun ketika berada di dalam Restoran A & W Cabang Mampang Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui bagaimana pelayanan prima yang dilakukan oleh Restoran A & W Cabang Mampang Jakarta. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah dengan meneliti secara langsung ke lokasi perusahaan, dengan menanyakan tentang apa saja pelayanan prima yang dilakukan oleh Restoran A & W Cabang Mampang Jakarta, Studi Pustaka (library research), dan sumber-sumber tertulis baik yang tercetak maupun media elektronik yang dapat membantu penulis dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa pelayanan prima yang dilakukan oleh Restoran A & W Cabang Mampang Jakarta selama periode bulan April sampai dengan Mei 2016 sudah cukup memuaskan untuk para konsumen. Semoga Restoran A & W Cabang Mampang Jakarta dapat meningkatkan pelayanan prima yang telah dicapai.

Kata kunci : Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pelaksanaan pelayanan prima memerlukan dukungan Sumber Daya Manusia (SDM), yaitu karyawan yang handal dan siap. Hal ini disebabkan karyawan tersebut yang akan melaksanakan pelayanan prima, terutama ketika berhadapan langsung dengan konsumen atau masyarakat. Oleh karena itu kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) para karyawan yang ada di restoran perlu ditingkatkan. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan para karyawan adalah para karyawan diberikan arahan dan *training* mengenai pentingnya pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap atau *customer*.

Pada prinsipnya pelayanan harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang kualitasnya sama. Masing-masing harus saling mendukung, sehingga pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dapat optimal. Hanya dalam prakteknya pelayanan utama lebih banyak diberikan kepada petugas yang langsung menangani atau yang berhubungan langsung dengan pelanggan, seperti *Cashier* karena mereka inilah yang akan menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan.

Untuk dapat melaksanakan tugas utama dengan baik, *Cashier* perlu dibekali dengan kemampuan dan keterampilan untuk melayani yaitu tentang dasar-dasar pelayanan, dan juga dituntut untuk memberikan pelayanan prima agar *customer* yang dilayani semakin merasa puas.

KAJIAN TEORI

Pelayanan Prima

Setiap perusahaan harus memiliki pelayanan yang baik, karena pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Bila aspek tersebut dilupakan atau bahkan sengaja dilupakan maka dalam waktu yang tidak terlalu lama perusahaan yang bersangkutan bisa kehilangan banyak pelanggan.

Menurut Solikin (2011:3) mengemukakan bahwa “Pelayanan prima adalah kemampuan untuk mengantisipasi, mengenali, dan memenuhi harapan-harapan pelanggan serta berhasrat dan peduli untuk melampaui harapan-harapan pelanggan”. Pada umumnya pelayanan hanya didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan pelanggan, namun dalam *Service Excellent*, pelayanan dapat diartikan untuk memenuhi dan melampaui kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) pelanggan.

Menurut Kotler (2008:83) “Pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik”.

Menurut Rahmayanty (2010:17) layanan prima adalah “layanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan”.

Pelayanan prima tak lepas dari kualitas pelayanan yang secara garis besar memiliki empat unsur pokok konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Apabila keempat komponen tersebut terintegrasi dengan baik maka suatu pelayanan atau jasa menjadi *excellence*.

Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Dalam pelaksanaannya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Menurut Rahmayanty (2010:12) tujuan pelayanan prima sebagai berikut:

1. Tujuan pelayanan prima tetap menjaga dan merawat (*maintenance*) agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (*handal*).
2. Tujuan pelayanan prima merupakan upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Pelayanan Prima Sangat di Butuhkan

Menurut Barata (2014:32) Pelaksanaan layanan istimewa atau pelayanan prima oleh pihak perusahaan terhadap para pelanggan, baik itu yang ditunjukan untuk pelanggan intern maupun pelanggan ektern mempunyai peranan penting dalam bisnis karena kelangsungan perusahaan sangat tergantung dari loyalitas para pelanggan kepada perusahaan.

Demikian pula halnya bila pelayanan prima ini dilakukan dalam organisasi non komersil maupun pemerintah, dalam pelaksanaannya pelayanan prima terbagi menjadi dua bagian:

1. Pelayanan Bagi Pelanggan Internal

Pelanggan intern adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan, mereka semuanya harus mampu mengembangkan budaya pelayanan prima di lingkungan internal. Mereka harus saling memberikan fasilitas, baik kepada sesama karyawan, bawahan maupun atasan, dengan tujuan untuk mendukung kelancaran proses produksi barang dan atau pembentukan jasa sehingga dapat menunjang kelangsungan perusahaan dalam rangka mewujudkan pelayanan prima bagi pelanggan eksternal, ada satu hal yang patut diperhatikan oleh segenap pelaku bisnis dan karyawan perusahaan, yaitu keharusan membudayakan pelayanan prima secara internal adalah kunci sukses untuk mewujudkan pelayanan prima bagi pelanggan eksternal. Disebutkan sebagai keharusan karena bila pelayanan prima di lingkungan internal berhasil baik, maka akan dapat dijadikan sebagai tonggak dasar dalam mewujudkan pelayanan prima bagi lingkungan eksternal. Persoalan pelayanan prima di

organisasi non-komersil dan instansi-instansi pemerintah sangat berkaitan dengan bagaimana pola manajemen yang diimplementasikan untuk memfasilitasi kebersamaan, kerjasama, dan upaya-upaya lain yang berkaitan dengan kompensasi materiil dan non-materiil bila diwujudkan agar para pengurus dan pegawai dapat bekerja sesuai dengan tujuan organisasi nirlaba atau instansi pemerintah yang bersangkutan.

2. Pelayanan Bagi Pelanggan Eksternal

Kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan potensi pasar yang dapat dijadikan peluang besar bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan melalui penjualan barang atau jasa yang kita sediakan. Sebaiknya tempatkanlah diri kita sebagai penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan karena para pelanggan itu merupakan tumpuan harapan, yaitu sebagai pihak yang mampu merealisasikan kebutuhan dan keinginannya menjadi pembelian yang nyata kepada perusahaan kita. Dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan eksternal, diharapkan ada peningkatan loyalitas pelanggan eksternal terhadap perusahaan, sehingga dari waktu ke waktu perusahaan akan mampu memelihara dan meningkatkan penjualan barang atau jasa, dan sekaligus dapat meraih keuntungan sebagaimana yang diharapkan. Begitu juga halnya untuk organisasi non-komersil dan instansi- instansi pemerintah, dengan memberikan pelayanan prima kepada masyarakat, diharapkan timbul loyalitas atau kepatuhan dari mereka, sehingga organisasi/instansi yang bersangkutan mampu menarik manfaat untuk menyelesaikan misinya.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kepuasan pelanggan atau sering disebut juga dengan *Total Customer Satisfaction*.

Menurut Barkley dan Taylor dalam Saleh (2010:115) “merupakan fokus dari proses *Costomer-Driven Project Management* (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan adalah kualitas”.

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2006:146) bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya”.

Masih menurut Kotler dalam Tjiptono (2006:147) kepuasan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam memberikan pelayanan: *tangibles* (bukti nyata), *reability* (terpercaya, tahan uji), *responsiveness* (respon, cepat tanggap), *assurance* (kepastian), *empathy* (empati). Kepuasan pelanggan dapat dibedakan atas tiga taraf, yaitu:

1. Memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar pelanggan.
2. Memenuhi harapan pelanggan dengan cara yang dapat membuat mereka akan kembali lagi.

3. Melakukan lebih daripada apa yang diharapkan pelanggan.

Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Amstrong dalam Tjiptono (2006:32) Ukuran kepuasan pelanggan dapat dikategorikan sebagai kurang puas, puas dan sangat puas. Pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan, yaitu:

1. Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari, diminati dan diterima atau tidak di terima pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan terus melakukan kerja sama.
2. Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.
3. Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapan-harapan pelanggan.
4. Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa akan datang.

Menurut Tjiptono (2006:119) adanya kepuasan konsumen akan memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Hubungan antara perusahaan dan para konsumen menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi lebih baik di mata konsumen.
6. Laba yang diperoleh menjadi meningkat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Prosedur Pelayanan Prima Pada Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta

Kegiatan utama dari Restaurant A&W Mampang yaitu sebagai restaurant yang menyediakan makanan cepat saji yang menyuguhkan berbagai variasi makanan dan minuman yang disajikan oleh Restaurant A&W dengan serangkaian pelayanan yang baik, sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap *customer* dan dapat mencapai apa yang diharapkan perusahaan.

Hal-hal yang mendasari Restoran A&W cabang Mampang Jakarta dalam menjalankan kegiatan yang berhubungan dengan pelayanan prima, karena pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan pada Restoran A&W cabang Mampang Jakarta, adapun yang penulis peroleh sebagai berikut:

1. Kemampuan (*Ability*)

- a. Kehandalan karyawan Restoran A&W dalam memberikan pelayanan

- 1) Menguasai *Product knowledge* serta memberikan informasi Restoran A&W dengan benar dan akurat.
- 2) Tidak bertanya kepada karyawan lain serta memberikan penjelasan.
- 3) Menyimpulkan pembicaraan, serta langkah selanjutnya yang akan diambil untuk menindak lanjuti masalah/keluhan/permintaan pelanggan.
- 4) Menawarkan bantuan lainnya serta memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk bertanya kembali.

Pengetahuan dan kehandalan karyawan pada Restoran A&W sangat penting dengan menunjang program layanan prima terutama menguasai *product knowledge* serta memberikan informasi mengenai A&W dengan benar dan akurat. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, karyawan Restoran A&W cabang Mampang Jakarta sudah handal dalam menguasai *product knowledge*, karena setiap harinya karyawan sebelum memulai kerja telah diberi *training* oleh perusahaan mengenai *product knowledge* serta melakukan *briefing* yang membahas tentang permasalahan, *review* penjualan, membagi informasi, dan penerapan SOP yang baik pada restoran.

2. Sikap (*Attitude*)

- a. *Greeting* prosedur 17 langkah *cashier*
 - 1) Lambaikan tangan 45 derajat kearah *register*
 - 2) Suara keras dan jelas
 - 3) Senyum ramah dan tulus
 - 4) *Eye contact*
- b. Tanyakan Kepada Tamu
 - 1) Apa kabar hari ini?
 - 2) Dengan (Nama Karyawan), ada yang bisa dibantu?
 - 3) Makan disini/dibawa pulang?
- c. Tawarkan paket hemat/promosi
- d. Sebutkan "*Positive comment*" (Jika tamu menentukan pilihan/pesanan) dengan menunjukan *body language* "O tiga jari"
- e. *Order* ke *kitchen* dan *runner* dengan *calling system* yang benar
- f. Lakukan *suggestive selling* dan tawarkan produk *add-on* dengan *body language* "O tiga jari"
- g. Setelah tamu menentukan pilihan menu, *order* kembali ke *kitchen/runner*
- h. *Repeat order* ke tamu sambil menunjukan gambar
- i. *Posting* di *register*
- j. Sebutkan total jumlah pembelian dengan mengarahkan tangan ke *display monitor*
- k. Siapkan pesanan tamu, keluarkan minuman dahulu, kemudian makanan
- l. Berikan *condiment* (pada saat pemberian *chili plate*, tunjukkan letak *chili* dan tomat)
- m. Sebutkan uang pembayaran tamu dan periksa uang ke lampu *ultra violet*

- n. *Posting* jumlah uang, tekan *cash*, letakan uang melintang diatas *drawer*
- o. Hitung kembali dua kali
 - 1) Saat mengambil uang dari *drawer*
 - 2) Saat memberikan uang kembalian satu persatu ke tamu
- p. Cek *struck* dan sebutkan makanan atau minuman yang keluar (memberikan komentar atau kebanggaan pada satu produk pilihan dengan *body language* ibu jari
- q. Sebutkan *waiting time* (jika ada pesanan tertunda berikan alasannya yang *positive*) lalu tanyakan “ada yang bisa dibantu lagi?” ucapkan terima kasih, selamat makan dan lain kali kembali.

Sikap dalam melayani pelanggan sangat penting terutama saat menyambut pelanggan dan sikap saat selesai kunjungan, dari hasil penelitian yang penulis amati, karyawan Restoran A&W cabang Mampang Jakarta telah melakukan sikap dan perilaku yang benar mulai dari menyambut pelanggan, menyiapkan makanan dan sikap saat selesai kunjungan pelanggan.

Adapun kendala yang terjadi yaitu kurangnya karyawan pada bagian *cashier*. Maka dari itu untuk menutupi kekurangan karyawan yang sedang dibutuhkan terutama pada bagian *cashier* pihak Restoran A&W cabang Mampang Jakarta berupaya menambah karyawan baru secepat mungkin.

3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan merupakan bentuk citra yang terperancar dari diri seseorang, karena penampilan merupakan sarana komunikasi antara karyawan dengan pelanggan.

4. Perhatian (*Attention*)

Dalam memberikan pelayanan, karyawan Restoran A&W dituntut untuk memberikan perhatian dan kepedulian pada pelanggan yang berkaitan dengan perhitungan akan kebutuhan pelanggan maupun serta kritikan diantaranya adalah:

a. *Lobby selling*

- 1). Menghampiri tamu yang belum memesan makanan atau berada diluar ruang dengan membawa *tryliner* menu.
- 2). *Greeting*, “Selamat pagi, siang, sore, malam Bapak/Ibu”.
- 3). Tanyakan, “Ada yang bisa dibantu, sudah pesan atau belum kalau belum bisa pesan disini” (Menunjukkan *tryliner* menu dan *suggestive selling*).
- 4). Catat semua pesanan dengan *order from*.
- 5). Sebutkan total pesanan terima uang dari tamu.
- 6). Siapkan semua pesanan di *cashier*, posting semua pesanan.
- 7). Berikan semua pesanan ketamu, berikan uang kembalian beserta struknya (Apabila ada pesanan tertunda berikan *tabel number*).

b. *Six step taking order*

- 1). *Greeting*
 - a) Lambaikan tangan 45 derajat

- b) Suara keras jelas
- c) Senyum tulus
- d) *Eye contact*
- 2). *Suggestif selling*
 - a) Promosi *sell*
 - b) *Up sell*
 - c) *Rounding out the order*
 - d) *Cross selling*
- 3). *Corret order*
- 4). *Register and corret money*
- 5). *Order assemble*
- 6). *Thank you and invite to return*

Cara Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan

Untuk mengukur seberapa tingkat kepuasan pelanggan, maka teknik atau cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan pada Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta adalah dengan metode statistik sederhana, pelanggan atau responden diminta untuk mengisi form kuesioner yang berisikan tentang beberapa garis besar pelayanan yang ada di Restoran A&W Cabang Mampang, di form ini pelanggan diberikan 5 pertanyaan menyangkut kebersihan, pelayanan, cita rasa, keramahan dan harga.

1. Bukti langsung

Bukti langsung yaitu Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta selalu menjaga kebersihan dan keseragaman makanan dan minuman.

Tabel 1. Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta Dan Keseragaman Makanan Dan Minuman

Tingkat Kepuasan Konsumen	Jumlah Responden	Prosentase
Sangat tidak setuju	3	10%
Tidak setuju	6	20%
Kurang setuju	6	20%
Setuju	6	20%
Sangat setuju	9	30%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Tahun 2016

Penulis mengambil data dari 30 orang responden, untuk pertanyaan kuesioner pertama penulis mendapatkan hasil perhitungan bahwa ada 3 responden menjawab sangat tidak setuju, 6 respon tidak setuju, 6 responden kurang setuju, 6 responden setuju dan 9 responden sangat setuju dengan kebersihan makanan dan minuman yang ada di Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta.

Berdasarkan data pada gambar III.3 menunjukkan 30% bahwa mayoritas responden menyatakan kebersihan Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta dan keseragaman makanan dan minuman sangat nikmat tetapi 20% mayoritas responden menyatakan bahwa kebersihan di Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta tidak terjaga adanya meja kotor, bangku lengket dan kaca dinding berdebu.

2. Kinerja Perusahaan

Tabel 2. Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Yang Cepat Dan Tepat Kepada Karyawan Yang Telah Bekerja Dengan Baik

Tingkat Kepuasan Konsumen	Jumlah Responden	Prosentase
Sangat tidak setuju	3	10%
Tidak setuju	5	16%
Kurang setuju	8	27%
Setuju	8	27%
Sangat setuju	6	20%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Tahun 2016

Penulis mengambil data dari 30 orang responden, untuk pertanyaan kuesioner kedua penulis mendapatkan hasil perhitungan bahwa ada 3 responden menjawab sangat tidak setuju, 5 responden tidak setuju, 8 responden kurang setuju, 8 responden setuju dan 6 responden sangat setuju dengan pelayanan yang cepat dan tepat yang ada di Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta.

3. Kenikmatan Makanan

Tabel 3. Tanggapan Responden Mengenai Citra Rasa Makanan Dan Minuman Pada Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta

Tingkat Kepuasan Konsumen	Jumlah Responden	Prosentase
Sangat tidak setuju	2	7%
Tidak setuju	5	17%
Kurang setuju	4	13%
Setuju	10	33%
Sangat setuju	9	30%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Tahun 2016

Penulis mengambil data dari 30 orang responden, untuk pertanyaan kuesioner ketiga penulis mendapatkan hasil perhitungan bahwa ada 2 responden menjawab sangat tidak setuju, 5 respon tidak setuju, 4 responden kurang setuju, 10 responden setuju dan 9 responden sangat setuju dengan cita rasa makanan dan minuman yang ada di Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta.

4. Keramahan Karyawan

Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Yang Dimiliki Karyawan Restoran A&W

Tingkat Kepuasan Konsumen	Jumlah Responden	Prosentase
Sangat tidak setuju	4	13%
Tidak setuju	2	7%
Kurang setuju	3	10%
Setuju	5	17%
Sangat setuju	16	53%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Tahun 2016

Penulis mengambil data dari 30 orang responden, untuk pertanyaan kuesioner ketiga penulis mendapatkan hasil perhitungan bahwa ada 4 responden menjawab sangat tidak setuju, 2 respon tidak setuju, 3 responden kurang setuju, 5 responden setuju dan 16 responden sangat setuju dengan cita Keramahan yang dimiliki karyawan yang ada di Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta.

Dari data pada tabel 6 menunjukkan mayoritas responden menyatakan bahwa karyawan Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta telah memberikan informasi dengan penuh keramahan selalu memberikan jawaban atas pertanyaan *customer* secara sabar.

5. Harga

Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Restoran A&W Dalam Memberikan Harga Yang Sesuai Dan Terjangkau Oleh Customer

Tingkat Kepuasan Konsumen	Jumlah Responden	Prosentase
Sangat tidak setuju	4	14%
Tidak setuju	1	3%
Kurang setuju	7	23%
Setuju	6	20%
Sangat setuju	12	40%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Tahun 2016

Penulis mengambil data dari 30 orang responden, untuk pertanyaan kuesioner ketiga penulis mendapatkan hasil perhitungan bahwa ada 4 responden menjawab sangat tidak setuju, 1 respon tidak setuju, 7 responden kurang setuju, 6 responden setuju dan 12 responden sangat setuju dengan Harga cukup terjangkau yang ada di Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta.

Dari data pada gambar III.7. menunjukkan 40% responden menyatakan bahwa harga yang diberikan Restoran A&W sudah sesuai dengan rasa makanan dan 20% responden bersikap setuju. Data di atas dapat dijelaskan bahwa ada indikasi Restoran

A&W tidak memberikan cita rasa yang memuaskan yang sesuai dengan harga yang ada, hal ini dapat terjadi karena kurang menyediakan fasilitas-fasilitas yang tersedia yaitu tidak ada fasilitas Wafi, dan menarik pesaing yang ada.

Tabel 6. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan		
Keterangan	Jumlah	Presentase
Puas	25	83%
Tidak puas	5	17%
Jumlah	30	100%

Dari data pada tabel 6 menunjukkan 25 responden memilih puas dan 5 responden memilih tidak puas jadi total 30 responden.

Dari data pada tabel 6 berdasarkan hasil penulis dapat sebagian kecil 17% responden menjawab tidak puas dengan pelayanan yang diberikan pada Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta dan 83% responden menyatakan sangat puas dengan kebersihan makanan dan minuman, pelayanan yang cepat dan tepat, cita rasa makanan yang disajikan, pelayanan dan keramahmataman, harga *relative* terjangkau kualitas pelayanan jasa Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta dalam kategori baik, hal ini tampak dari pandangan yang baik dari *customer* tentang penampilan fisik Restoran A&W. Kualitas yang dirasakan oleh *customer* memberikan dampak pada keinginan *customer* untuk mengunjungi kembali bahkan merekomendasikan pada orang lain serta dengan adanya kualitas yang baik dalam pemberian pelayanan jasa, menumbuhkan kepuasan bagi *customer*.

Perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan *customer* merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta loyalitas *Customer*, dan sebaliknya kualitas pelayanan yang ditampilkan oleh suatu perusahaan merupakan salah satu stimulus yang menciptakan *customer* melakukan transaksi kembali dengan perusahaan jasa tersebut. Karyawan Restoran A&W selalu memberikan senyum dan sapaan kepada setiap *customer* yang menggunakan jasa pelayanan Restoran A&W, dan Restoran A&W juga berusaha memenuhi keinginan *customer*, sampai menyediakan menu makanan yang dinginan *customer*. Keberhasilan perusahaan memuaskan *customer* akan menjadi titik awal dari hubungan yang akan berlanjut antara *customer* dan perusahaan, tetapi Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta juga mempunyai kelemahan kurang menyediakan fasilitas-fasilitas yang tersedia yaitu tidak ada fasilitas Wifi.

Kepuasan *customer* Restoran A&W tergolong tinggi, hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar *customer* merasa puas atas pelayanan. Para *customer* juga merasa puas atas kinerja perusahaan seperti *cashier* yang memberikan pelayanan secara baik. Kepuasan *customer* tersebut secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas *customer*, kepuasan *customer* dapat terpenuhi dengan

adanya pelayanan yang berkualitas baik, serta penetapan harga yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para *customer* nya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan mengenai pelayanan prima pada Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kebersihan makanan dan minuman yang ada pada Restoran A&W Cabang Mampang sudah cukup memenuhi kepuasan pelanggan terbukti dari hasil presentase kuesioner yang hanya 30% responden menyatakan tidak setuju.
2. Pelayanan yang cepat dan tepat pada Restoran A&W Cabang mampang Jakarta belum berjalan dengan baik, dikarenakan masih banyaknya responden yang menyatakan keluhan perihal lamanya waktu menunggu dalam penyajian pesanan yang diberikan.
3. Responden sangat menyukai cita rasa dari varian menu yang ditawarkan oleh Restoran A&W, terbukti dari antusiasme para pelanggan yang mengatakan respon baik tentang rasa dari makanan dan minuman yang disediakan.
4. Keramahan dan kesopanan karyawan A&W mampang sangat baik sehingga berdampak positif terhadap perusahaan, karena para pelanggan mengaku merasa nyaman ketika sedang memesan makanan ataupun makan di restoran A&W mampang.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan dari penelitian pada Restoran A&W Cabang Mampang Jakarta, antara lain:

1. Memberikan pelatihan atau (*training*) kepada karyawan agar lebih tanggap dan cekatan terhadap keluhan dan kebutuhan yang diperlukan dalam melayani pelanggan.
2. Membuat peraturan dan sanksi secara tertulis jika ada karyawan yang bermalasan ataupun lambat dalam melayani kebutuhan pelanggan.
3. Membuat sistem yang lebih efektif dan efisien dalam proses komunikasi antara *cashier* dan *kitchen* agar meminimalisasi kesalahan dalam penyajian pesanan dan dapat mempercepat dalam waktu penyajian.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Batinggi, Ahmad, dan Badu Ahmad. 2009. *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Edisi Kedua. Andi.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Kasmir. 2008. *Etika Customer Services*. Jakarta: Raja Gravindo Persada.
- Kotler, Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga..
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Saleh, A. Muwarik. 2010. *Public service: Communication*. Malang: UMM press.
- Solikin, Mohammad. 2011. *Pelayanan Prima. (Service Excellence)*. Jakarta: Inti Prima.
- Sunarto. 2006. *Manajemen Pemasaran 2*. Yogyakarta: Adityamedia.