

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Kedai Kober Mie Setan di Gresik)

**Yuyun Nur Faridah**  
**Achmad Fauzi**  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
Malang  
Email: faridah.yuyun@yahoo.co.id

## ABSTRACT

*This study aims to : Discover the influence between variable of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy toward the Customers' Satisfaction. In addition, from the data result of multiple linear Regression, it can be concluded that the value of  $F_{count}$  is 27,375 and higher than  $F_{table}$  which is just 2,297. In the significant level of 0,05  $H_0$  is rejected. It means that variable of Customer's Satisfaction (Y) is influenced significantly by variable of Service (X). determinant coefficient value ( $R^2$ ) shows 0,534 which means variable of Customer's Satisfaction (Y) is influenced by 53,4 % of variable of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy, while the rest of 46,6 % is influenced by variables beyond independent variable in this research. Therefore, variable of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy have given strong influence toward variable of Customer's Satisfaction. The conclusion of this study is there are simultaneously and partially influences among variable of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy toward variable of Customer Satisfaction.*

**Keywords :** *Customer Satisfaction, Service Quality*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : Mengetahui dan menjelaskan pengaruh secara simultan dan parsial antara variable Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Dari hasil uji regresi linier berganda di dapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 27,375 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,297. Pada taraf signifikan 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa variable Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variable Pelayanan (X). nilai koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan angka 0,534 yang berarti variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi sebesar 53,4% oleh variable Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati sedangkan sisanya 46,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variable bebas pada penelitian ini. Dengan demikian variable bebas Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati mempunyai hubungan yang kuat terhadap variable Tingkat Kepuasan Pelanggan. Kesimpulan dari hasil penelitian adalah bahwa ada pengaruh secara bersama-sama dan parsial antara variable Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci :** *Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan*

## PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang menerapkan kualitas pelayanan pelanggan sebagai aspek yang berperan penting dalam menarik pelanggan, dimana bisnis kuliner ini menerapkan kelima aspek kualitas pelayanan pelanggan menurut Parasuraman diatas, diantaranya yaitu: bukti fisik berupa desain bangunan yang menjadi *look* pertama untuk menarik pelanggan, karena semakin berjamurnya bisnis kuliner berupa kafe, kedai, mini resto tersebut membuat pelaku bisnis harus memeras otaknya dan kreatif mungkin untuk membuat desain yang sedemikian rupa agar pengunjung tertarik dan merasa nyaman guna memanjakan pelanggan di kafe tersebut. Selain untuk memanjakan pelanggan, desain bangunan juga dibutuhkan untuk mengikuti gaya hidup masyarakat perkotaan yang semakin *high* dan spektakuler dengan seiring berkembangnya zaman yang menuntut mereka untuk ingin mengikuti dan menjadikan makanan sebagai gaya hidup mereka.

Setelah bukti fisik yang dapat menarik pelanggan untuk datang. Hal selanjutnya yang menjadi pertimbangan bisnis kuliner adalah pelayanan yang baik yang dapat menimbulkan kedekatan atau keakraban antara karyawan dan pelanggan yang kemudian menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. Harapan pelanggan atas kualitas pelayanan yang baik akan menjadi pertimbangan dalam kepuasan akan produk atau jasa tersebut. Selain itu, makanan atau minuman yang tersedia di kedai, kafe, atau mini resto juga menjadi pertimbangan pelanggan untuk merasa puas. Berkembangnya zaman, membuat pelanggan mulai memperhatikan kesehatan, untuk itu dalam menyediakan makanan dan minuman produsen harus membuat pelanggan tidak merasa ragu dengan kualitas kedai, kafe, atau mini resto tersebut.

Bisnis kuliner semakin banyak di Gresik dikutip dari radar Surabaya, Sekretaris Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi) menyatakan "Kalau kami mengamati selama semester I ini ada sekitar 20 kafe restoran baru buka, atau dalam satu bulan bisa 3 restoran seperti di kawasan perumahan Gresik Kota Baru". Sedangkan berdasarkan data Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Gresik jumlah kafe dan restoran di Gresik yang sudah terdaftar sekitar 300 usaha. Bisnis kuliner memiliki persaingan akan kualitas yang diberikan

kepada pelanggan guna memenuhi keinginan yang telah dijanjikan. Selain kualitas pelayanan yang menjadi pertimbangan, segmentasi yang tepat sasaran menjadikan pelanggan melakukan pembelian ulang. Harga yang sesuai dengan apa yang didapat juga menjadi pertimbangan dalam perkembangan bisnis kuliner di Gresik.

Bisnis kuliner yang sedang *trend* belakangan ini yaitu kuliner dengan rasa pedas yang berlevel-level atau bertingkat-tingkat rasa kepedasannya. Saat ini di Gresik terdapat berbagai macam produsen makanan mie pedas dengan bentuk dan tingkat kepedasan yang berbeda-beda. Hampir makanan dan minuman yang disajikan oleh para produsen mie pedas memiliki variasi-variasi yang beragam untuk menarik konsumen datang ke tempatnya. Selain hal tersebut kedai-kedai penjual mie berlevel juga menonjolkan desain tempat untuk kenyamanan dan kepuasan pelanggan agar datang kembali atau bahkan merekomendasikan kepada orang lain.

Kedai Kober Mie Setan Gresik merupakan produsen mie pedas yang menjadi pelopor bermunculannya mie pedas di Gresik. Selain menjadi produsen pertama yang menciptakan makanan pedas berlevel, Kualitas Pelayanan Kedai Kober Mie Setan sangat bagus dan sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Parasuraman dimana pelayanan yang diberikan sangat cepat, tanggap, dan ramah; kemudian bangunan interior yang menarik dan bersih; dan yang tidak kalah penting menu makanan terjangkau. Rasa pedas yang berbeda setiap levelnya memberikan tantangan tersendiri akan tingkat rasa untuk dicoba oleh para pelanggan. Pemberian nama yang unik dan beraneka ragam membuat pelanggan ingin mencoba setiap menu yang disajikan. Desain interior yang menarik, tempat parkir yang luas, harga yang sesuai dengan kantong pelajar/mahasiswa, pelayanan yang ramah dan cepat, kualitas makanan yang baik menjadikan tempat ini banyak sekali dikunjungi oleh pelanggan. Selain itu letak yang strategis juga menjadi pertimbangan pelanggan untuk kembali dan lebih mudah dicari karena letaknya berada di kawasan Gresik Kota Baru (GKB).

Salah satu keunikan Kedai Kober Mie Setan yaitu pemberian nama yang berunsur setan, dengan maksud kepedasan mie yang disajikan seperti ciri khas setan yang berkonotasi seram yang diartikan bahwa pedasnya Kober Mie Setan sangat pedas sekali. Selain itu pemberian nama minuman juga

tidak lepas dari unsur setan yaitu seperti es genderuwo, es kuntilanak dan lain sebagainya.

## KAJIAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010:153) kata kualitas memiliki arti yang berbeda bagi setiap orang, tergantung dari konteksnya, yaitu :

- 1) Pandangan transenden mengenai kualitas bersinonim dengan keunggulan bawaan: tanda-tanda standar dan prestasi yang tinggi;
- 2) Pendekatan berbasis manufaktur didasarkan pada persediaan dan terutama sangat memerhatikan praktik-praktik teknik dan manufaktur;
- 3) Definisi berbasis pengguna, definisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum. Perspektif yang subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula;
- 4) Definisi berbasis nilai mendefinisikan kualitas dalam hal nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan pertukaran antar kinerja (atau kesesuaian) dan harga, kualitas didefinisikan "keunggulan yang terjangkau".

Mutu atau kualitas menurut Goets dan Davis (1994) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Lima dimensi kualitas pelayanan pokok menurut Parasuraman, *et al* dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198) tersebut, yaitu :

- 1) *Tangibles* (bukti fisik), yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh organisasi penyedia layanan yang ditunjukkan oleh tampilan gedung, fasilitas fisik pendukung, perlengkapan dan penampilan pekerjaan;
- 2) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan penyedia layanan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan;
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu para pekerja memiliki kemauan dan bersedia

membantu pelanggan dan memberi layanan dengan cepat dan tanggap;

- 4) *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan kecakapan para pekerja yang memberikan jaminan bahwa mereka bisa memberikan layanan dengan baik;
- 5) *Empathy* (empati), yaitu para pekerja mampu menjamin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan pelanggan.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Westbrook & Reily (1983) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai retail, atau bahkan perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan.

Pengukuran kepuasan pelanggan sangat penting bagi suatu perusahaan. Dalam Kepuasan Pelanggan juga terdapat indikator Kepuasan Pelanggan, Hawkins dan Lonely dikutip dalam Tjiptono (2004:101) menyatakan atribut pembentuk Kepuasan Pelanggan, terdiri dari :

- 1) *Kesesuaian Harapan*  
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :
  - Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan apa yang diharapkan.
  - Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
  - Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) *Minat Berkunjung Kembali*  
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
  - Berminta untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
  - Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai atau manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk
  - Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan

### 3) Kesiediaan Merekomendasi

Merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- Menarakan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

## Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, serta Empati merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan pelanggan dengan Kualitas Layanan yang diharapkan pelanggan. Persepsi dan ekspektasi sama atau lebih besar maka pelanggan akan merasa puas. Apabila ekspektasi tidak terpenuhi, maka kepuasan tidak akan dirasakan pelanggan.

Konsistensi dan superioritas kualitas pelayanan dapat berpotensi menciptakan kepuasan pelanggan. Manfaat yang dapat diperoleh seperti berdampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*, menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, menekan biaya dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan, meningkatkan toleransi harga, terutama kesiediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih perusahaan dan lain-lain

### Hipotesis

- H<sub>1</sub>: Variabel Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.
- H<sub>2</sub>: Variabel Bukti Fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

H<sub>3</sub>: Variabel Keandalan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

H<sub>4</sub>: Variabel Daya Tanggap berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

H<sub>5</sub>: Variabel Jaminan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

H<sub>6</sub>: Variabel Empati berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan. Penelitian dilakukan di Kedai Kober Mie Setan yang beralamat di Jalan Sulawesi No.2 Perum. GKB, Gresik Didapat sampel 116 orang responden dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Persamaan regresi

Variabel Bebas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.337	0.693		0.485	0.628
X1	0.214	0.056	0.287	3.798	0.000
X2	0.106	0.053	0.173	1.999	0.048
X3	0.091	0.045	0.157	2.029	0.045
X4	0.142	0.045	0.239	3.186	0.002
X5	0.097	0.045	0.162	2.170	0.032

Sumber: Penulis, 2017

Tabel 2 Koefisien Korelasi dan Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.745	0.554	0.534

Sumber: Penulis, 2017

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 2 diperoleh hasil *adjusted R*<sup>2</sup> (koefisien determinasi) sebesar 0,534. Artinya bahwa 53,4% variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Bukti Fisik (X<sub>1</sub>), Keandalan (X<sub>2</sub>), Daya Tanggap (X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>), Empati (X<sub>5</sub>). Sedangkan sisanya

46,6% variabel TingkatKepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

Berdasarkan hasil analisis data melalui analisis regresi diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X) dapat memengaruhi variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). adapun pembahasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Bukti Fisik (X<sub>1</sub>)

Menurut Parasuraman, *et al* dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198) “*Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh organisasi penyedia layanan yang ditunjukkan oleh tampilan gedung, fasilitas fisik pendukung, perlengkapan dan penampilan pekerja”. Dalam hal ini berkaitan dengan kelengkapan dan penampilan fisik dari pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kober Mie Setan terhadap pelanggannya, yang mana hal tersebut dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan. Dari Tabel 4.9 distribusi frekuensi jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas dengan bangunan interior Kedai Kober Mie Setan yang menarik, lokasi Kedai Kober Mie Setan yang strategis, dan karyawan Kedai Kober Mie Setan yang berpenampilan rapi. Variabel Bukti Fisik sangat perlu diperhatikan oleh Kedai Kober Mie Setan karena pada penelitian ini variabel Bukti Fisik (X) mempunyai pengaruh yang paling signifikan terhadap TingkatKepuasan Pelanggan (Y).

Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,214 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 3,798 dan probabilitas sebesar 0,000, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Tingkat Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Bukti Fisik atau dengan meningkatkan Bukti Fisik maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indrianingsih (2016) dan Candy (2012) dalam judul penelitian masing-masing, dapat diketahui bahwa variabel Bukti Fisik juga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa variabel Bukti Fisik ini berperan untuk meningkatkan Tingkat Kepuasan Pelanggan.

### 2. Variabel Kehandalan (X<sub>2</sub>)

Menurut Parasuraman, *et al* dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198), “*Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan penyedia layanan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan”. Hal tersebut menunjukkan bahwa jasa yang diberikan Kedai Kober Mie Setan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan, sehingga pelanggan merasa senang dan puas. Dari Tabel 4.10 distribusi frekuensi jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas atas kesesuaian pelayanan tersebut.

Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,106 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 1,999 dan probabilitas sebesar 0,048 ( $\alpha < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Kehandalan atau dengan meningkatkan Kehandalan maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indrianingsih (2016) dan Candy (2012) dalam judul penelitian masing-masing, dapat diketahui bahwa variabel Kehandalan juga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa variabel Kehandalan ini berperan untuk meningkatkan Tingkat Kepuasan Pelanggan.

### 3. Variabel Daya Tanggap (X<sub>3</sub>)

Menurut Parasuraman, *et al* dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198) “*Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu para pekerja memiliki kemauan bersedia membantu pelanggan dan memberi layanan dengan cepat dan tanggap”. Hal ini berarti Kedai Kober Mie Setan membantu pelanggan yang membutuhkan informasi atau pelayanan yang dibutuhkan pada saat itu. Dari Tabel 4.11 distribusi frekuensi jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan Kedai Kober Mie Setan merasa puas dengan kecepatan pelayanan, pemberian layanan dan penyelesaian masalah yang ada. Variabel Daya Tanggap ini sangat penting dan perlu diperhatikan oleh Kedai Kober Mie Setan karena dengan pelayanan yang cepat akan membuat pelanggan merasa senang atas pelayanan yang telah diberikan. Misalnya

pelanggan ini memesan kembali atau mengganti level tingkat kepedasan pelanggan hanya perlu memanggil pelayan untuk memesan kembali tanpa perlu ke kasir untuk mengantri pembayaran lagi, dimana ini akan membuat pelanggan merasa senang dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan.

Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,091 dengan  $t_{hitung}$  2,029 dan probabilitas sebesar 0,045 ( $\alpha < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa Tingkat Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Daya Tanggap atau dengan meningkatkan Daya Tanggap maka Tingkat Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indrianingsih (2016) dan Candy (2012) dalam judul penelitian masing-masing, dapat diketahui bahwa variabel Daya Tanggap juga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa variabel Daya Tanggap ini berperan untuk meningkatkan Tingkat Kepuasan Pelanggan.

#### 4. Variabel Jaminan ( $X_4$ )

Menurut Parasuraman, *et al* dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198) “*Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kecakapan para pekerja yang memberikan jaminan bahwa mereka bisa memberikan layanan dengan baik”. Dalam hal ini berkaitan dengan bagaimana Kedai Kober Mie setan mampu meyakinkan dan benar adanya bahwa produk yang ditawarkan aman untuk dikonsumsi, sehingga pelanggan tidak merasa ragu terhadap menu-menu Kedai Kober Mie Setan. Dari Tabel 4.12 distribusi frekuensi jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas dengan jaminan keamanan Kedai Kober Mie Setan. Dengan pelayanan yang ramah dan penjelasan yang baik atas produk yang ditawarkan kepada pelanggan membuat pelanggan merasa aman atas produk yang dikonsumsi yang nantinya akan memberikan rasa kepuasan dan kepercayaan bagi pelanggan.

Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,097 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,170 dan probabilitas sebesar 0,032 ( $\alpha < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan dapat

disimpulkan bahwa Tingkat Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Jaminan atau dengan meningkatkan Jaminan maka Tingkat Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indrianingsih (2016) dan Candy (2012) dalam judul penelitian masing-masing, dapat diketahui bahwa variabel Jaminan juga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa variabel Jaminan ini berperan untuk meningkatkan Tingkat Kepuasan Pelanggan.

#### 5. Variabel Empati ( $X_5$ )

Menurut Parasuraman, *et al* dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198) “*Empathy* (Empati), yaitu para pekerja mampu menjamin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan pelanggan”. Dalam hal ini berkaitan dengan kemampuan Kedai Kober Mie Setan untuk peduli, mengerti dan memahami terhadap masalah atau kebutuhan yang dihadapi oleh pelanggan selama berada di Kedai tersebut. Dari Tabel 4.13 distribusi frekuensi jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas dengan perhatian kepada pelanggan secara personal atas kebutuhan yang mampu dimengerti dengan baik oleh pelayan, pelayan yang tidak membeda-bedakan pelanggan sehingga mampu membuat pelanggan merasa nyaman. Kebaikan pelayan mampu membuat pelanggan merasa senang dan puas.

Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,142 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 3,186 dan probabilitas sebesar 0,002 ( $\alpha < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa Tingkat Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Empati atau dengan meningkatkan Empati maka Tingkat Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indrianingsih (2016) dan Candy (2012) dalam judul penelitian masing-masing, dapat diketahui bahwa variabel Empati juga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa variabel Empati ini berperan untuk meningkatkan Tingkat Kepuasan Pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) tiap variabel bebas terhadap Kepuasan Pelanggan dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan dapat diterima.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas (Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ )) terhadap variabel terikat yaitu Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) dilakukan dengan pengujian t-test. Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa terdapat lima variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan yaitu Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ )).
3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Bukti Fisik mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

### Saran

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Bukti Fisik, karena variabel Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan, diantaranya yaitu dengan memperbesar dan memperbaiki bangunan interior yang ada sehingga Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
2. Diharapkan pihak perusahaan mampu menyamakan menu atau produk yang ditawarkan Kedai Kober Mie Setan Malang dengan Kedai Kober Mie Setan Gresik karena dengan variasi menu yang semakin banyak tidak menutup kemungkinan besar juga untuk

semakin bertambahnya pelanggan karena menu yang variatif.

3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini

### DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Mohammad Muzahid and Noorjahan Parvez,. 2009. *Impact of Service Quality, Trust, And Customer Satisfaction on Customer Loyalty*. *ABAC Journal*. Volume 29, No 1. pp.24-38.
- Basith, Abdul. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak Diterbitkan*.
- Candy. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak Diterbitkan*.
- Gaspersz, Vincent. 2006. *Total Quality Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indrianingsih, Farucha. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Malang : Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak Diterbitkan*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan: Bob Sabran. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher., Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*. Diterjemahkan: Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putra. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.

- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, Jhon C dan Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Diterjemahkan: Dwi Kartini Yahya. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Santoso. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak Diterbitkan*.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_ dan Gregorius Chandra. 2007. *Servive, Quality,, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- \_\_\_\_\_ dan Gregorius Chandra. 2011. *Servive, Quality,, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi