

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PONDOK PATIN HM. YUNUS
PEKANBARU**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau*



OLEH:

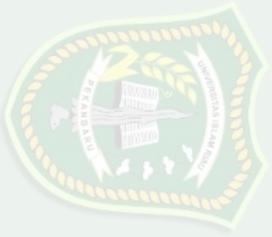
MUHAMMAD TRI HADI
NPM: 165210820

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
 Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Tri Hadi Mulyana
 PM : 165210820
 Fakultas : Ekonomi
 Jurusan : Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus, Pekanbaru

Disahkan Oeh:

PEMBIMBING

Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.

DEKAN

KETUA PRODI

Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.



Abd. Razak Jer, SE., M.Si.

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
 PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
 DOCUMENTENI ADALAH ARSIP MIKIK :



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PONDOK PATIN HM YUNUS PEKANBARU

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain. Yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya yang disebutkan dalam referensi.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Pekanbaru, 05 April 2023
Yang memberi pernyataan,

Muhammad Tri Hadi
165210820

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ الرَّيُّوِيَّةُ

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : MUHAMMAD TRI HADI
NPM : 165210820
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PONDOK PATIN HM. YUNUS PEKANBARU
PEMBIMBING : DR. EVA SUNDARI, SE., MM

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu 29% pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 19 Desember 2022

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Nomor: 076/Kpts/FE-UIR/2021

TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1 DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Membaca : Surat Penetapan Ketua Program Studi Manajemen tanggal, 2021-01-21 Tentang Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
- Menimbang : Bahwa dalam membantu Mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga mendapat hasil yang baik, perlu ditunjuk dosen pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap Mahasiswa tersebut
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
3. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
5. SK. Dewan Pimpinan YLPI Riau Nomor : 106/Kpts. A/YLPI/VI/2017 Tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Riau Periode. 2017-2021
6. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau.
7. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing tugas akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau
a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Mengangkat Saudara yang tersebut namanya dibawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu :

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Keterangan
1.	Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.	Lektor	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :
N a m a : Muhammad Tri Hadi Mulyana
N P M : 165210820
Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus, Pekanbaru
3. Tugas Pembimbing berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksana bimbingan supaya memperhatikan Usul dan Saran dari Forum Seminar Proposal, kepada Dosen pembimbing diberikan Honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan kembali.
- Kutipan : disampaikan kepada Ybs untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
Pada Tanggal: 21 Januari 2021
Dekan,



Dr. Hj. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Kepada Yth. Ketua Program Studi EP, Manajemen dan Akuntansi
2. Arsip File : SK.Dekan Kml Haj



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Muhammad Tri Hadi Mulyana
NPM : 165210820
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus, Pekanbaru
Penguji : 1. Yul Efnita, SE., MM.
2. Syaefulloh, SE., M.Si.
Hari/Tanggal Seminar : 20 April 2022
Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :
Judul : Disetujui
Permasalahan : Jelas
Tujuan Penelitian : Jelas
Hipotesa : Sesuai
Variabel yang diteliti : Jelas
Alat yang dipakai : Sesuai
Populasi dan sampel : Jelas
Cara pengambilan sampel : Sesuai
Sumber data : Jelas
Cara memperoleh data : Jelas
Teknik Pengolahan data : Jelas
Daftar kepustakaan : Cukup
Teknik penyusunan laporan : Jelas
Kesimpulan tim seminar : Tidak perlu diseminarkan kembali

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No.	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.	Ketua	
2.	Yul Efnita, SE., MM.	Anggota	
3.	Syaefulloh, SE., M.Si.	Anggota	

Mengetahui
An Dekan Bidang Akademis

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA.

Pekanbaru, 20 April 2022
Sekretaris

Abd. Razak Jer, SE., M.Si.





UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoayan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Tri Hadi Mulyana
 NPM : 165210820
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
 Jurusan : Manajemen
 Sponsor : Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus, Pekanbaru

Dengan perincian bimbingan skripsi sebagai berikut :

NO.	Tanggal	Berita Acara	Paraf Sponsor
1	19 April 2022	Judulnya Kualitas Pelayanan, tabel itu dalam jumlah atau buah, jelaskan bentuk kualitas pelayanan rumah makan ini untuk konsumen dilatar belakang, jelaskan siapa konsumennya, jenis2 menunya. Perumusan masalah tidak pakai no.1. dan tidak pakai tanda tanya, hal.24 dibawah tabel penelitian terdahulu buat sumbernya, kalimat di halaman 24 dihapus saja penjelasan itu, Kerangka Pikir Kualitas Pelayanan terdiri dari X1, dll , buat tanda panahnya, penjelasan masing variabel itu dihapus saja krn itu nanti diletakkan di Operasional variabel di kolom Indikator. Buat Tabel Operasional Variabel, Berapa orang jumlah populasinya, dan jelaskan berapa diambil sampelnya, Hal. 35 Perbaiki X1, X2, dstnya, Hal.41 hapus kata Rencana. hanya Daftar Pustaka, dan lihat Penulisan Pedoman Penulisan Proposal yang Baru, DIPERBAIKI	

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK : UNIVERSITAS ISLAM RIAU

NO.	Tanggal	Berita Acara	Paraf Sponsor
2	22 April 2022	kata layanan diganti dengan Pelayanan semuanya ya	
3	22 November 2022	perbaiki itu ya dan daftarlh seminar hasil	

Pekanbaru, 22 April 2022
Wakil Dekan I

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA.
NPK. 19790914 200501 2 002

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR: 271/Kpts/FE-UIR/2023
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi / oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji.
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

- Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

Nama : Muhammad Tri Hadi Mulyana
NPM : 165210820
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus, Pekanbaru

2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

No.	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1.	Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.	Penata, C/c	Materi	Ketua
2.	Yul Efnita, SE., MM.	Penata, C/c	Sistematika	Sekretaris
3.	Syaefulloh, SE., M.Si.	Penata Muda Tk. 1, C/b	Methodologi	Anggota
4.			Penyajian, Bahasa	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.
Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 30 Maret 2023
Lokan,

Dr. Hj. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C

Tembusan disampaikan kepada :

- Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
- Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
- Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
- Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Tri Hadi Mulyana
NPM : 165210820
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus, Pekanbaru
Hari/Tanggal Seminar : 30 Maret 2023
Tempat : Ruang 3
Dosen Pembimbing

No.	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1.	Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.		

Dosen Pembahas/Penguji

No.	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1.	Yul Efnita, SE., MM.		
2.	Syaefulloh, SE., M.Si.		

Hasil Seminar : Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 74.50)

Mengetahui
An. Dekan

Pekanbaru, 30 Maret 2023
Ketua Prodi

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA.
Wakil Dekan I

Abd. Razak Jer, SE., M.Si.



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الریویة

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 271/KPTS/FE-UIR/2023, Tanggal 30 Maret 2023, Maka pada Hari 30 Maret 2023 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi Manajemen Tahun Akademis 2022/2023.

1. Nama : Muhammad Tri Hadi Mulyana
2. NPM : 165210820
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus, Pekanbaru
5. Tanggal Ujian : 30 Maret 2023
6. Waktu Ujian : 60 menit
7. Tempat Ujian : Ruang 3
8. Yudicium/Nilai : Lulus (B) 75.58
9. Keterangan lain : Aman dan lancar

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA.
Wakil Dekan Bidang Akademis


Abd. Razak Jer, SE., M.Si.
Kaprodik Manajemen

Dosen Penguji

1. Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.
2. Yul Efnita, SE., MM.
3. Syaefulloh, SE., M.Si.

Notulen

1. #N/A

Pekanbaru, 30 Maret 2023

Mengetahui

Dekan,



Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.

KATA PENGANTAR

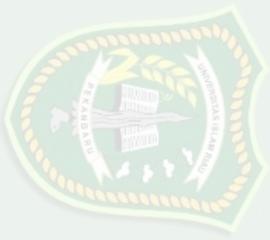
Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan fisik dan pikiran untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi.

Pada kesempatan ini penulis membuat skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru”** adapun skripsi ini dianjurkan untuk memenuhi syarat dalam mengikuti ujian comprehensive guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai karya manusia biasa, skripsi ini masih jauh dari skripsi, penulisan ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik segi ini maupun penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat membangun.

Selain dari itu, penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun materil serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Kepada Orang Tua Ayah Karimun dan Ibu Tasimi terimakasih banyak yang tak terhingga dengan perhatian yang lebih dan terimakasih berkat cinta serta kasih sayang yang tak pernah berhenti dan selalu membantu dari segi moril maupun materil selama hidup ananda selama ini, dan kepada Abang Arie



Andrianto dan Kakak Rachmi Dwi Krisanty terimakasih yang telah mendukung demi terselesaikannya skripsi ini.

2. Ibu Dr. Eva Sundari., SE., MM., CRBC Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau beserta pembimbing yang tak pernah lelah memberikan nasehat dan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini cepat diselesaikan. Meskipun banyak kekurangan dalam penelitian ini, penulis tetap mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.
3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Pogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
4. Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama dibangku kuliah serta karyawan/ti Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar di kampus.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mengakui banyak terdapat kekurangan.

Baik dari penulisan maupun sumber referensi. saya akui itulah kemampuan yang bisa saya berikan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi dan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

UNIVERSITAS
Pekanbaru, 15 November 2022
ISLAM RIAU
Muhammad Tri Hadi

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PONDOK PATIN HM. YUNUS PEKANBARU

MUHAMMAD TRI HADI

NPM: 165210820

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif dan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dengan menggunakan rumus slovin berjumlah 98 orang. Metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru. Adapun hasil dari uji statistik menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan semakin baik tingkat kualitas pelayanan maka semakin baik pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pondok Patin Dan Kepuasan Pelanggan

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**





ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PONDOK PATIN HM. YUNUS PEKANBARU

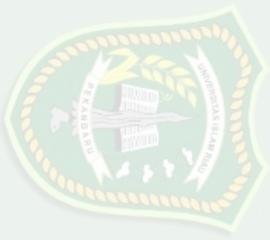
MUHAMMAD TRI HADI

NPM: 165210820

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at Pondok Patin Restaurant HM Yunus Pekanbaru. This research is a qualitative descriptive and quantitative research. The sampling technique in this study used purposive sampling using the slovin formula, totaling 98 people. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis. Data analysis techniques in this study used descriptive analysis and SPSS 26. The results of this study indicate that customers are satisfied with the quality of service provided by Pondok Patin Restaurant HM Yunus Pekanbaru. The results of statistical tests show that product quality has a significant and positive effect on customer satisfaction. So it can be concluded that the better the level of service quality, the better the level of customer satisfaction with the quality of service provided by Pondok Patin Restaurant HM Yunus Pekanbaru.

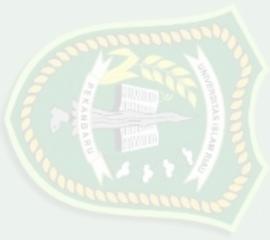
Key Word: *Service Quality, Pondok Patin And Costumer Satisfaction*

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

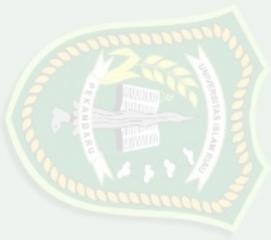


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	
SURAT KEPUTUSAN PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING	
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL	
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	
SURAT KEPUTUSAN DEKAN TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI	
BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN	
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	
PERSETUJUAN PERBAIKAN	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1 Kepuasan Pelanggan	10
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	10
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	12



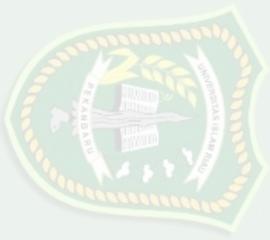
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan	16
2.1.5 Metode Pengukuran dan Memantau Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2 Kualitas Pelayanan	18
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.2.2 Manfaat Kualitas Pelayanan	21
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.2.4 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	24
2.2.5 Model Kualitas Pelayanan.....	26
2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan	27
2.4 Penelitian Terdahulu	28
2.5 Kerangka Pemikiran.....	30
2.6 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian	32
3.3 Definisi Variabel Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.5 Jenis dan Sumber Data	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
1. Uji Kualitas Data	37
a. Uji Validitas	37
b. Uji Reliabilitas	38
2. Uji Asumsi Klasik	39
a. Uji Normalitas.....	39
b. Uji Multikolinearitas.....	40
c. Uji Autokorelasi.....	41
d. Uji Heterokedastisitas.....	41
e. Analisis Regresi Linier Berganda	41



f. Koefisien Determinasi (R^2)	42
3. Uji Hipotesis	42
a. Uji F Simultan	42
b. Uji T Parsial	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Singkat Pondok Patin HM Yunus	44
4.1.2 Visi dan Misi Pondok Patin HM Yunus	46
4.1.3 Struktur Organisasi Pondok Patin HM Yunus.....	47
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Gambaran Umum Responden	50
1) Jenis Kelamin Responden	50
2) Usia Responden	51
3) Pendidikan Tertinggi Responden.....	52
4) Pekerjaan Responden.....	53
4.2.2 Uji Kualitas Data	54
1) Uji Validitas Data	54
2) Uji Reliabilitas	56
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X)..	57
1) Bukti Fisik (Tangible)	57
2) Keandalan (Reliability).....	62
3) Daya Tanggap (Responsiveness)	67
4) Jaminan (Assurance)	73
5) Empati (Empathy).....	78
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	88
4.2.5 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	99
1) Uji Asumsi Klasik	99
a) Uji Normalitas	99
b) Uji Multikolinearitas	101
c) Uji Heterokedastisitas	103



d) Uji Autokorelasi.....	104
e) Analisis Regresi Linier Berganda	105
2) Uji Hipotesis	108
a) Koefisien Determinasi (R^2).....	108
b) Uji F Simultan	109
c) Uji T Parsial	111
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	113

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran.....	117

DAFTAR PUSTAKA

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

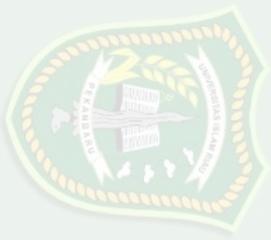
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Beberapa Menu Pondok Patin HM Yunus	4
Tabel 1.2	Data Pengunjung Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 3.2	Bobot Nilai Jawaban Responden.....	37
Tabel 4.1	Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Identitas Responden berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3	Identitas Responden berdasarkan Pendidikan Tertinggi	52
Tabel 4.4	Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.6	Uji Validitas	55
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.8	Tanggapan Responden mengenai Pegawai pada Pondok Patin HM Yunus berpenampilan menarik dan rapi	58
Tabel 4.9	Tanggapan Responden mengenai Restoran HM Yunus memiliki tata ruang dan pencahayaan yang baik untuk pelanggan.....	59
Tabel 4.10	Tanggapan Responden mengenai Fasilitas yang disediakan oleh HM Yunus selalu lengkap	60
Tabel 4.11	Tanggapan Responden mengenai Parkir yang disediakan Pondok Patin HM Yunus selalu aman dan terjamin.....	61
Tabel 4.12	Tanggapan Responden mengenai Restoran HM Yunus selalu menyajikan makanan tepat waktu untuk konsumen.....	63
Tabel 4.13	Tanggapan Responden mengenai Restoran HM Yunus selalu cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan.....	64
Tabel 4.14	Tanggapan Responden mengenai Restoran HM Yunus selalu perduli terhadap pelayanan yang diberikan untuk pelanggan ...	66
Tabel 4.15	Tanggapan Responden mengenai Restoran Hm Yunus selalu mampu menangani keluhan konsumen yang diterimanya	67



Tabel 4.16	Tanggapan Responden mengenai Pondok Patin HM Yunus selalu menyajikan makanan yang sesuai dengan pesanan pelanggan	69
Table 4.17	Tanggapan Responden mengenai HM Yunus selalu memberikan informasi menu dan harga yang jelas kepada konsumen	70
Table 4.18	Tanggapan Responden mengenai Pelanggan HM Yunus tidak pernah mengantri lama jika makan di tempat restoran	71
Tabel 4.19	Tanggapan Responden mengenai Karyawan HM Yunus selalu bersedia dalam melayani pelanggan	72
Tabel 4.20	Tanggapan Responden mengenai Pondok Patin HM Yunus memberikan rasa yang membuat pelanggan percaya terhadap masakannya	74
Tabel 4.21	Tanggapan Responden mengenai Karyawan pada Pondok Patin HM Yunus selalu ramah terhadap pelanggan	75
Tabel 4.22	Tanggapan Responden mengenai Cita rasa makanan yang ada pada Restoran HM Yunus selalu enak dan konsisten.....	77
Tabel 4.23	Tanggapan Responden mengenai Restoran HM Yunus memiliki tempat yang bersih dan steril	78
Tabel 4.24	Tanggapan Responden mengenai Pondok Patin HM Yunus selalu melayani tanpa membedakan status sosial pelanggan	79
Tabel 4.25	Tanggapan Responden mengenai HM Yunus selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan	80
Tabel 4.26	Tanggapan Responden mengenai Karyawan Pondok Patin HM Yunus selalu sopan dalam berinteraksi dengan pelanggan.....	82
Tabel 4.27	Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X) pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru	83



Tabel 4.28	Tanggapan Responden mengenai Pelanggan selalu menerima makanan dan minuman di Pondok HM Yunus yang sesuai dengan harapannya	84
Tabel 4.29	Tanggapan responden mengenai Pelayanan yang diberikan oleh HM Yunus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.....	89
Tabel 4.30	Tanggapan responden mengenai Fasilitas yang disediakan oleh Pondok HM Yunus sesuai dengan harapan pelanggan.....	90
Tabel 4.31	Tanggapan responden mengenai Pelanggan selalu berminat ke restoran HM Yunus karena pelayanan yang diberikan.....	91
Tabel 4.32	Tanggapan Responden mengenai Pelanggan selalu berkunjung Kembali karena cita dan rasa makanannya berbeda dari restoran yang lain.....	92
Tabel 4.33	Tanggapan Responden mengenai Pelanggan menyarankan kepada teman untuk membeli makanan di restoran pondok patin HM Yunus	93
Tabel 4.34	Tanggapan Responden mengenai Pelanggan akan mereferensikan makanan yang ditawarkan Pondok Patin HM Yunus kepada kerabat.....	95
Tabel 4.35	Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru	97
Tabel 4.36	Uji Multikolinearitas	102
Tabel 4.37	Uji Autokorelasi	105
Tabel 4.38	Analisis Regresi Linier Berganda.....	106
Tabel 4.39	Koefisien Determinasi (R ²).....	109
Tabel 4.40	Uji T Parsial.....	110

ISLAM RIAU

BAB I PENDAHULUAN

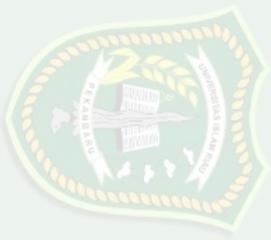
1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan pada bisnis dan dunia usaha di era globalisasi ini akan semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat ini juga menuntut pelaku usaha untuk memiliki keunggulan yang paling kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lainnya dengan berupaya untuk meningkatkan kualitas yang di berikannya kepada konsumen kedepannya.

Di era dewasa ini, memuncaknya kompetisi dalam perbisnisan menyebabkan bisnis yang ada harus peka terhadap perubahan pasar. Bisnis itu sendiri harus memiliki ambisi untuk selalu berinovasi, yang mana berdampak pada peningkatan daya tarik dan stabilitas *branding* di dalam persaingan untuk tetap melekat di benak konsumen. Kompetisi yang bersaing dengan adanya produk dan jasa harus mengutamakan dan memaksimalkan segala konsep atau strategi dalam memasarkan produk agar setiap produk yang dijual menjadi dikenal oleh orang lain atau konsumen yang lainnya.

Seperti yang kita ketahui, banyaknya rivalitas komersial dalam industri makanan khususnya usaha rumah makan tergolong rapat dan menjamur. Itu disebabkan karena banyaknya rumah makan ataupun restoran yang menciptakan menu yang unik dan bahkan langka, sehingga rumah makan itu mempunyai ciri khas tersendiri atau *brand image* yang beda dari yang lainnya.

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan sebuah faktor yang penting dalam memperlancar usaha penjualan dan pembelian, dengan memberikan pelayanan

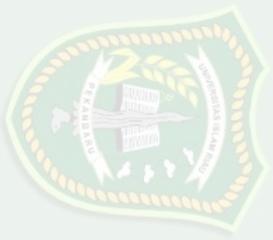


yang baik kepada seluruh pelanggan maka akan sangat mempengaruhi dengan signifikan terhadap penjualan dan pembelian. Oleh sebab itu, perusahaan juga harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan dengan cara yang lebih matang.

Perusahaan ataupun pelaku usaha yang memiliki pusat pelayanan juga akan berusaha untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggannya, salah satunya adalah dengan menurunkan harganya atau pelayanannya yang lebih baik, tetapi hal tersebut dapat mengakibatkan laba perusahaan semakin menurun. Perusahaan akan lebih bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci dari mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ini suatu hal yang lebih gampang di bicarakan namun sulit pada prakteknya sehingga memerlukan Tindakan yang bijaksana untuk menyelesaikannya. Kepuasan pelanggan ini menjadi sebuah evaluasi dalam suatu pembelian yang mana dengan alternatif ini menjadi jalan harapan seorang pelanggan untuk membeli ulang produk atau jasa yang diinginkannya. Perusahaan atau pelaku usaha harus lebih intens untuk memonitor atau memprediksi seberapa puasny konsumen terhadap produk yang akan ia jualkan.

Selain dari berinovasi dan *unique* dalam menu makanan ataupun cita rasa, *strategy brand* yang juga mendukung adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2008), kepuasan konsumen ialah tujuan dan fasilitas industri, sebagian metode dapat dicoba demi melindungi kepuasan konsumen salah satunya merupakan mempertinggi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas layanan semakin baik pula tingkatan kepuasan yang diperoleh. Jika



suatu perusahaan berhasil atas ekspektasi yang mereka buat, pelanggan akan merasa puas akan perusahaan tersebut.

Melihat ke depan dan melihat semakin banyaknya usaha kuliner yang tidak terdaftar, maka tingkat persaingan usaha kuliner akan semakin kompetitif. Bagi usaha kuliner, kualitas pelayanan dianggap cukup penting dan berimbang dengan kenyamanan konsumen karena dengan pelayanan yang bagus, konsumen bisa mendapatkan *experience* dan mempunyai daya magnet tersendiri terhadap rumah makan tersebut.

Kepuasan konsumen ialah sebuah tingkat kesesuaian antara produk yang diinginkan dengan kenyataan yang diterimanya. Tingkat dari kesesuaian ini merupakan sebuah hasil yang dilakukan oleh produk terhadap pengetahuan dan pengalamannya tersebut. Kepuasan ini ditentukan oleh kualitas yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi lebih prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing.

Untuk dapat melayani pelanggan dengan baik, kita perlu memberikan pelayanan yang cakap, dan lengkap dengan empati dan penampilan yang menarik (Suit dan Almasdi, 2012). Selain itu, layanan didefinisikan sebagai aktivitas atau rangkaian aktivitas yang tidak terlihat (*untouchable*) yang terjadi sebagai hasil interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan yang menyediakan pelayanan yang dirancang untuk memecahkan masalah konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan, dan pemasaran yang tepat yang mana bersifat *customer driven*.



Hal ini menjadi *key* agar bisnis tetap berkelanjutan dengan memberikan service yang eminen sehingga target dalam kepuasan pelanggan di dapatkan (Istianto dan Tyra, 2011). Pangsa pasar akan lebih banyak jika konsumen lama memberikan *recommendation* terhadap rumah makan tersebut ke konsumen baru. Didukung dengan pendapat menurut Vranakis et al. (2012), perlombaan yang ketat saat ini memaksakan perusahaan untuk tetap eksis dan terus berupaya dalam memberikan pelayanan yang memuaskan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Tabel 1.1
Beberapa Menu Pondok Patin H.M Yunus

No.	Menu	
	Makanan	Minuman
1	Paket Asam Pedas Patin	Es Laksmana Mengamuk H.M. Yunus
2	Daging Patin Goreng	Es Campur Pondok Patin
3	Daging Patin Balado	Es Selembut Hati Pondok Patin
4	Daging Patin Bakar	Es Sarang Burung Pondok Patin
5	Daging Patin Pepes	Es Air Mata Pengantin Pondok Patin
6	Paket Asam Pedas Baung	Es Awet Muda Pondok Patin
7	Daging Baung Goreng	Jus Bawang Putih
8	Daging Baung Balado	Dan menu minuman lainnya
9	Daging Baung Bakar	
10	Udang Galah Goreng	
11	Udang Tepung Goreng	
12	Daging Dendeng Batokok	
13	Ayam Goreng Bumbu (Kampung)	
14	Ayam Rendang (Kampung)	
15	Ayam Bakar (Kampung)	

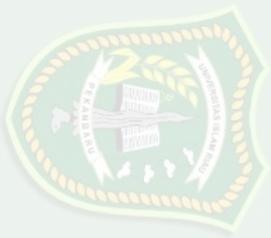
16	Ayam Gulai / Balado	
17	Sup Kerang	
18	Sup Ayam	
19	Sate Patin	
20	Telur Dadar Pondok Patin	
21	Telur Patin Gulai	
22	Telur Patin Pepes	
	Dan menu makanan lainnya	

Sumber : Rumah Makan Pondok Patin H.M. Yunus, Pekanbaru (2022).

Kepuasan pelanggan juga menjadi hal penting bagi Restoran HM Yunus, dengan melakukan pemberian layanan yang baik, makanan dan minuman yang enak, harga makanan dan minuman yang sesuai dengan kualitas, serta kemudahan yang memuaskan. Restoran HM Yunus adalah salah satu rumah makan yang sudah berdiri sejak tahun 1993 di tengah kota tidak jauh dari bandara, tepatnya di pinggir jalan Kaharuddin Nasution no.1. Pondok Patin sendiri mempunyai Slogan yaitu *“Tak ke Pekanbaru bile tak singgah ke Pondok Patin H.M. Yunus”*.

Rumah makan ini menyediakan fasilitas yang cukup lengkap dan bersih, mulai dari VIP room, mushola, toilet, dan halaman parkir yang terbilang sangat luas sehingga dapat mempermudah konsumen untuk berkunjung, disini konsumen juga bisa memancing Ikan Patin sendiri di kolam ternaknya. Salah satu menu andalan restoran ini, yaitu Asam Pedas Patin, merupakan salah satu hidangan yang cukup terkenal di sini. Resep yang tidak berubah dari masa lalu.

Menu yang ditawarkan cukup beragam dari hidangan pembuka, menu utama, hingga hidangan penutup, dan hidangan minuman yang bervariasi. Menu ikan patin itu sendiri menjadi ciri khas atau brand image bagi rumah makan ini



sesuai dengan namanya Pondok Patin, tentunya juga ada aneka ragam menu lain sebagai penambah variasi untuk pengunjung.

Tabel 1.2
Data Pengunjung Rumah Makan Pondok Patin H.M. Yunus, Pekanbaru

Perminggu	Januari	Februari	Maret
Minggu 1	450	349	435
Minggu 2	330	356	460
Minggu 3	460	420	450
Minggu 4	475	560	575
Jumlah	1.715	1.685	1.920

Sumber : Rumah Makan Pondok Patin H.M. Yunus, Pekanbaru (2022).

Rumah makan pondok patin berusaha mengutamakan pelayanan baik itu dari segi penyajian makanan yang cepat, maupun sopan dalam berkomunikasi dengan para konsumennya. Rumah makan Pondok Patin yakin dengan menerapkan pelayanan yang baik maka para pelanggan akan melakukan pembelian ulang di rumah makan Pondok Patin H.M. Yunus, Pekanbaru. Dengan pelayanan yang memuaskan pengunjung akan tertarik untuk berkunjung kembali. Dari salah satu pelanggan yang sering berkunjung menurutnya kualitas pelayanan pondok patin sangat baik dimulai dari masuk area parkirnya, keramahan pegawainya, dan juga ketepatan dalam penyajiannya dan tentunya rasa masakan yang mempunyai ciri khas tersendiri apalagi yang menjadi primadona disini yaitu asam pedas patinnya. Secara keseluruhan para pengunjung yang telah berkunjung ke pondok patin merasa puas dengan semua aspek yang ada, dimulai dari fasilitas dan sampai kepada makanannya itu sendiri. Tetapi ada juga yang mengeluh karena harganya yang relatif mahal jadi mereka hanya bisa berkunjung beberapa kali saja.

Sehubungan dengan pendeskripsian diatas, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga peneliti memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus Pekanbaru”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

Apakah terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut: “Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru”

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari temuan penelitian ini diharapkan dapat menguraikan pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di pasar global saat ini, sehingga temuan penelitian ini dapat digunakan untuk:

- a) Untuk peneliti diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta wawasan peneliti terkait kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan di harapkan mampu di terapkan di dunia kerja.



- b) Untuk Rumah Makan HM. Yunus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada pengelola untuk bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan terkait pelayanan yang memuaskan pelanggan di masa sekarang dan dimasa yang akan datang.
- c) Untuk pihak lain penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bahan pustaka dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu manajemen khususnya bidang manajemen pemasaran, sebagai bahan referensi yang akan datang.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan proposal ini, maka penulis membaginya dalam 6 bab (enam) seperti ini:

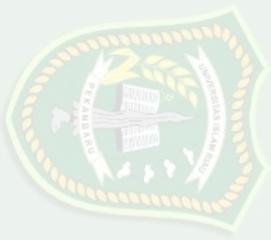
BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pertama dari penulisan proposal ini, yang antara lain berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini dikemukakan teori yang diambil berbagai macam *literature* yang melandasi pembahasan proposal yang meliputi teori kepuasan pelanggan, harga dan kualitas pelayanan serta indicator yang berhubungan dengan penelitian ini, variabel penelitian dan operasional variabel.

BAB III : METODE PENELITIAN



Dalam bab ini berisikan lokasi penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang sejarah singkat mengenai RM Pondok Patin Pekanbaru, Visi dan Misi RM Pondok Patin, Struktur Organisasi RM Pondok Patin dan Aktivitas perusahaan.

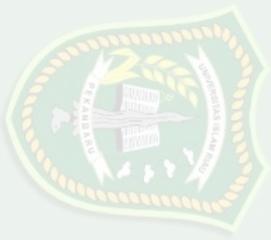
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di RM Pondok Patin Pekanbaru

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran sehubungan dengan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

BAB II

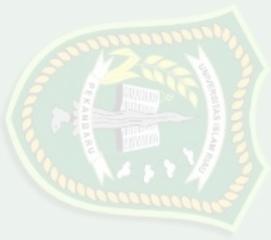
TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Kepuasan Pelanggan

2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2005: 53), kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap perbedaan antara tingkat minat sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakannya setelah digunakan. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan tentang kepuasan, kesenangan atau kebanggaan yang dirasakan konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan (Soedarmo, 2006).

Menurut Valerie A. Zeithaml, Marry Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler (2006), kepuasan pelanggan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhan mereka dan mengevaluasi produk atau jasa yang ia gunakan. Sedangkan menurut Kottler dan Keller (2008), kepuasan pelanggan adalah ukuran perasaan yang muncul, senang atau sedih, setelah membandingkan atau melihat kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diekspektasikan dari sebuah produk/jasa. Disaat kinerja suatu produk/jasa gagal atau tidak memenuhi ekpektasi, pelanggan akan merasa tidak puas, dan begitu sebaliknya. Dengan demikian, dari beberapa definisi yang dikemukakan dapat disimpulkan bahwa, kepuasan pelanggan adalah

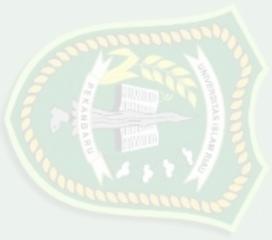


tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja dan harapan, ataupun disaat kebutuhan sudah terpenuhi.

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap perusahaan menetapkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci untuk memenangkan persaingan nilai adalah memberikan nilai dan kepuasan pada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing, Tjiptono (2013: 24). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan yang mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Dalam dunia bisnis manapun yang berdiri kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, organisasi perusahaan dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Menurut Engel dalam Tjiptono (2010:24), Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang akan diterimanya. Zeithaml (2000: 65). Harapan-harapan pelanggan dari waktu ke waktu terus berkembang,



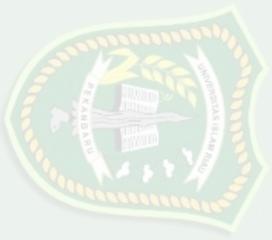
seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima pelanggan serta semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

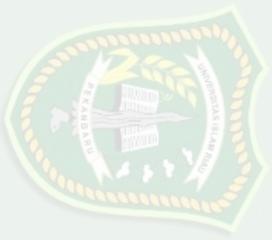
Pendapat dari Zulian Yamit (2001) dalam buku Kualitas Produk dan Jasa, perusahaan dapat melakukan tahapan – tahapan yang dapat memuaskan konsumen, diantaranya adalah :

1. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pembeli
2. Menciptakan kesan yang baik mengenai perusahaan
3. Mengetahui proses pengambilan keputusan
4. Membangun kesadaran bahwa kepuasan konsumen itu penting

Dapat kita simpulkan, kepuasan pelanggan amatlah menjadi *the key for companies* dalam jangka panjang maupun pendek, serta pangsa pasar dan pembelian berulang. Oleh karena itu, penekanan poin terhadap kepuasan pelanggan dalam manajemen perusahaan adalah penting. Kepuasan pelanggan dapat menjadi keistimewaan dalam dunia persaingan bisnis. Besar kemungkinan pelanggan yang merasa puas akan kembali menggunakan produk/ jasa di hari selanjutnya dan dapat menjadikan perusahaan menjadi opsi kebutuhannya ataupun loyalitas konsumen sebagai pelanggan tetap, dan besar pula kemungkinan jika konsumen tidak merasa puas akan mencari produk/ jasa lain menjadi pilihan utama mereka.

Pada dasarnya, pelanggan akan menjadikan tingkat kepuasannya sebagai acuan atau standart mereka mengenai terpenuhinya kebutuhan. Maka dari itu, pelanggan akan mengevaluasi atau memberi penilaian terhadap suatu kinerja (hasil) setelah merasakan suatu produk dan jasa.





2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dengan semakin banyaknya produsen, atau persaingan yang semakin ketat menyebabkan pilihan konsumen yang semakin banyak pula. Hal ini menyebabkan perusahaan berorientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini dapat diperhatikan dengan berbagai pernyataan misi dari berbagai perusahaan.

Menurut Husein Umar (2005) terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya :

- 1) Kualitas produk (*quality of product*)
Pelanggan akan merasa terpenuhi jika hasil penilaian mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka konsumsi itu bermutu.
- 2) Kualitas pelayanan (*Service quality*)
Pelayanan dengan kualitas yang baik dan berkesan akan menciptakan kepuasan bagi konsumen.
- 3) Faktor personal / emosional
Perasaan bangga yang dihasilkan setelah menggunakan produk dengan merek tertentu akan berdampak pada kepuasan yang lebih dibanding dengan merek lain. Kepuasan disini tidak berarti mengenai kualitas, namun mengenai nilai sosial.
- 4) Harga
Perbandingan produk yang sama dengan harga yang berbeda akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa lebih puas dengan harga yang relative murah.
- 5) Biaya dan Waktu

Konsumen akan jauh lebih puas jika tidak adanya tambahan biaya tambahan dan juga kemudahan dalam mendapatkan suatu produk.

Faktor-faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan dalam Handi Irawan (2004), yaitu :

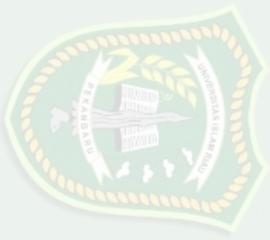
- 1) Kualitas Produk Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.
- 2) Harga Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.
- 3) Kualitas Jasa Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.
- 4) Emotional factor Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.
- 5) Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

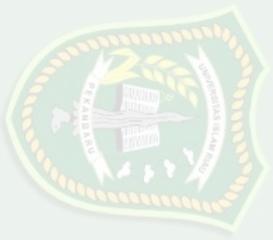
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2005: 53), adapun 3 indikator untuk mengukur kepuasan

pelanggan yaitu :

- 1) *System of complain and suggestion*





Perusahaan akan menyediakan peluang kepada konsumen untuk memberi keluhan pada produk/ jasa yang digunakan. Hal ini bisa dilakukan dengan wawancara, kotak saran, dan media lainnya.

2) *Survey of customer satisfaction*

Perusahaan mengadakan survei mengenai kepuasan pelanggan, lewat media ataupun secara langsung seperti bertanya.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan akan menghubungi pelanggan yang berhenti memakai produk/ jasa nya untuk mengetahui alasan.

Sedangkan menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2014) dalam buku pemasaran jasa, atribut yang membentuk kepuasan pelanggan antara lain:

- 1) Konsistensi yang diinginkan
Tingkat keselarasan antara keinginan atau ekspektasi pembeli terhadap produk kinerja dan persepsi pembeli.

- 2) Keinginan kunjungan ulang
Kesediaan pembeli untuk membeli kembali produk.

- 3) Kesiapan untuk merekomendasikan

Seorang pelanggan bersedia memberikan rekomendasi produk yang dirasakan kepada teman atau anggota keluarga (relasinya), sehingga menciptakan peluang terhadap pelanggan baru.

Adapun Menurut Setyo (2017) ada indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Terpenuhinya harapan pelanggan
- 2) Selalu menggunakan produk

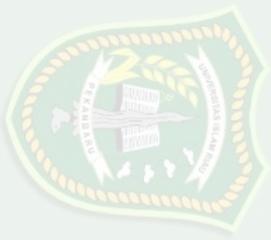
- 3) Merekomendasi ke orang lain
- 4) Kualitas layanan
- 5) Loyalitas
- 6) Reputasi yang baik
- 7) Lokasi

2.1.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan banyak manfaat dalam perusahaan, antara lain seperti: mendorong konsumen untuk setia dan loyal, meningkatkan citra yang baik, meningkatkan kepercayaan dan setia serta mempermudah perusahaan dalam memasarkan produk ataupun jasa, dan lain-lain. Menurut Hawkins (2016), konsumen setia atau pelanggan yang berkomitmen pada perusahaan atau merek, mengalami cinta emosional terhadap merek atau perusahaan. Pelanggan yang menyukai perusahaan atau nama merek mungkin mencerminkan sikap atau gaya, seperti persahabatan. Sikap terhadap pelanggan ini merupakan tanda komitmen perusahaan.

Oleh karena itu, menjaga hubungan antara konsumen dan produsen amat dibutuhkan. Hal ini dilakukan melalui mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap penggunaan produk/jasa yang digunakan. Sehingga dapat berdampak pada penjualan jangka panjang maupun pendek bagi perusahaan, seperti kesetiaan pelanggan yang dijelaskan oleh Hawkins sebelumnya, selain itu pelanggan juga dapat *repeat order* akan suatu produk/ jasa dari perusahaan.

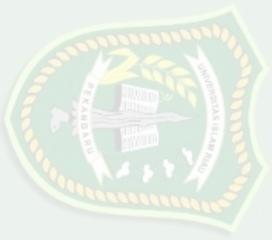
2.1.5 Metode pengukuran dan memantau Kepuasan Pelanggan



Sifat kepuasan sangat sulit diukur dan subjektif, atau berbeda setiap individu. Tetapi bahkan dalam hal ini, tentu saja, kita harus terus berusaha sebaik mungkin untuk memperhatikan pelanggan kita. Berikut beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 2000), antara lain:

- 1) Sistem Pengaduan dan Saran (*Complaint and suggestion system*)
Seperti yang bisa kita amati, tiap perusahaan yang ingin meningkatkan perusahaannya jadi lebih baik. Guna mengukur kepuasan pelanggan ataupun terpenuhinya kebutuhan pelanggan, tidak jarang perusahaan mengukurnya lewat kotak anjuran ataupun keluhan dari pelanggan. Secara tidak langsung, perusahaan dapat memprediksi kekurangannya.
- 2) Kepuasan Pelanggan Kepuasan Perusahaan dengan *Survey of Customer's Satisfaction*
Survei pelanggan juga dapat menjadi alat ukur terhadap kepuasan pelanggan setelah menggunakan produk/ jasa. Hal ini dapat dilakukan dengan wawancara, quisoner. Atau pun bertanya langsung pada konsumen.
- 3) Pembelian Hantu (*Shadow Customer*)

Hal ini sama seperti pembeli bohongan yang di bayar oleh perusahaan itu sendiri untuk melihat kualitas ataupun keunggulan perusahaan lain yang nantinya akan dilapor kepada pihak atasan. Bahkan tidak jarang, manajer yang langsung turun ke lapangan untuk mendapatkan *experience* dan pengetahuan langsung dari perusahaan lain.



4) *Lost customer Analysis* (Analisa pelanggan kabur)

Hal ini dilakukan dengan cara menghubungi pelanggan lama yang tidak merepeat order atau pindah hati keperusahaan lain. Dari sini akan dapat informasi dan akan memotivasi perusahaan untuk mengintropeksi perusahaan itu sendiri.

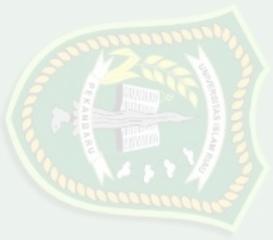
2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang diperhitungkan. Pada tingkat komersial, kualitas pelayanan juga harus diperhitungkan. Karena kualitas pelayanan ialah sarana membangun loyalitas konsumen. Seiring dengan kualitas, berarti bisnis harus memenuhi harapan konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka.

Dari sudut pandang TQM (*Total Quality Management*), kualitas dilihat dalam arti luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang dikedepankan, tetapi juga mencakup proses, lingkungan dan manusia. Sebagaimana dapat dilihat dengan jelas, pada definisi dari Goeth dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2012) yang menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang terkait dengan produk, jasa, orang, proses dan ruang lingkup yang mencukupi atau melebihi harapan.

Menurut Tjiptono (2000) pengertian kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, orang dan lingkungan yang memenuhi harapan. Sedangkan menurut Pasuraman (1998) mendefinisikan kualitas



pelayanan sebagai alas dari pemasaran jasa karena inti dari produk yang dipasarkan adalah kinerja yang tinggi. Kualitas dan kinerja juga merupakan apa yang akan dibeli pelanggan. Maka, kinerja kualitas pelayanan merupakan dasar atau sesuatu yang utama dari pemasaran jasa.

Menurut Adam (2015) *sense of service* adalah suatu proses pelayanan yang dihasilkan dari empat proses input, yaitu: pengolahan orang (konsumen), pengolahan kepemilikan, pengolahan stimulus mental dan pengolahan informasi. Layanan adalah kombinasi dari sistem operasi layanan, sistem pengiriman layanan, dan sistem pemasaran layanan. Dimana pemasaran jasa lebih menitikberatkan pada sistem penyampaian jasa yaitu bagaimana suatu perusahaan memberikan jasa kepada konsumen.

Menurut Thorik G. dan Utus H dalam artikel Sofyan Bachmid (2016), pentingnya memberikan pelayanan yang bermutu tinggi adalah bahwa pelayanan bukan hanya sekedar menyediakan atau melayani. Pelayanan berarti pengertian, pengertian dan perasaan sehingga penyampaian yang merata mempengaruhi hati konsumen dan pada akhirnya memperkuat posisi konsumen dalam berbagi pikiran. Islam mengajarkan bahwa jika ingin memberikan hasil bisnis yang baik berupa barang dan jasa, Produsen juga harus memberikan kualitas yang baik.

Pelayanan adalah aktifitas atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak, yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Amir; 2005: 11). Pelayanan merupakan bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat nasabah, dengan demikian pelayanan



mempengaruhi minat nasabah terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa (Assauri; 2006: 149).

Menurut Tjiptono (2000) pengertian kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, dan lingkungan yang memenuhi harapan. Sedangkan menurut Pasuraman (2011) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah sebagai dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa

Menurut Haynes dan Dufal (2014) dalam Ariani (2009) kualitas pelayanan merupakan proses yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasional yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal, dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa. Pernyataan senada disampaikan oleh Tjiptono (2012) bahwa kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui harapan pelanggan.

Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan berbagai manfaat (Tjiptono, 2010) seperti :

- a. Hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan



- d. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
- f. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kualitas pelayanan pada umumnya dikaitkan dengan suatu derajat kemampuan hasil yang melampaui rata-rata. Meskipun demikian ada tiga konsep yang perlu dipertimbangkan (Tjiptono, 2001:53).

Dari berbagai definisi di atas, kita dapat melihat bahwa kualitas adalah hasil evaluasi seorang pelanggan tentang bagaimana perasaan mereka setelah menggunakan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, itu sendiri merupakan evaluasi subjektif dari pelanggan.

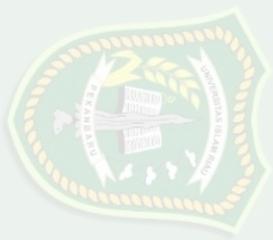
2.2.2 Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2010: 43) melaporkan kalau manfaat mutu layanan merupakan:

- 1) Mutu layanan menawarkan khasiat potensial, paling utama dalam menggapai penjualan laba yang besar, membagikan mutu layanan yang unggul, pelanggan hendak melaksanakan *repeat order*.
- 2) Mutu layanan menolong penyedia layanan buat menolong pelanggan senantiasa loyal

Bagi Kotler serta Gary(2013) secara ringkas khasiat mutu pelanggan antara lain:

1. Meningkatnya loyalitas pelanggan.
2. Pangsa pasar yang lebih besar.
3. Tarif saham lebih besar.



4. Tarif jual produk jasa lebih besar.

5. Kenaikan produktivitas

2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun menurut Parasuraman (2001), untuk menentukan kepuasan pelanggan digunakan faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi, yang disingkat menjadi *RATER* (*responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*). Dengan faktor dan indikator tersebut akan mudah memperlihatkan sejauh mana pelayanan yang akan diberikan oleh produk dan jasa ini

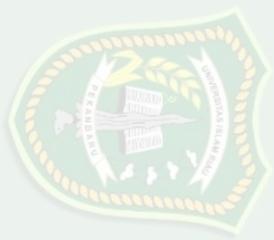
a) Bukti Fisik / *Tangible*

Mendefinisikan bukti fisik sebagai suatu pelayanan adalah suatu bentuk realisasi fisik yang nyata yang dapat dilihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan kegunaan dan kegunaannya sendiri, yang dapat merasa terbantu bagi yang ingin menerima pelayanan tersebut, sehingga merasa puas dengan pelayanan yang dirasakan (Parasuraman, 2001). Hal ini juga dapat disimpulkan sebagai fasilitas yang ada.

Bukti fisik (*tangibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pada pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan.

b) Keandalan / *Reliability*





Setiap pelayanan yang baik memerlukan pelayanan yang cakap, dimana pelayan diharapkan memiliki nilai lebih baik dalam pengetahuan maupun keahlian ataupun profesionalisme kerja yang tinggi yang mana akan mendapatkan kelebihan dalam memuaskan pelanggan tanpa keluhan dan kesan yang berlebihan yang dapat berdampak tidak baik.

Keandalan adalah kemampuan untuk tetap memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama dari semua pelanggan tanpa kesalahan. Sikap simpatik dari akurasi yang tinggi dari pemilik perusahaan.

c) Empati / *Empathy*

Adanya empati dalam mengurus serta menyelesaikan komitmen dalam pelayanan, pelayanan itu akan lebih berjalan lancar dan bermutu. Hal ini meliputi kelapangan dalam melakukan interaksi, perhatian, maupun pemahaman kebutuhan. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Suatu perusahaan yang diharapkan oleh pelanggan adalah memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara detail dan spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan

d) Daya Tanggap / *Responsiveness*

Keahlian daya tanggap amat di perlukan dari pegawai dalam melayani pelanggan. Daya tanggap pemberi layanan dan penerima dapat dijadikan suatu

positive respect dalam menyikapi keluhan yang ada. Daya tanggap yang tinggi akan menciptakan rasa percaya bagi konsumen itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan kemampuan dalam membantu dan merespon para pelanggan.

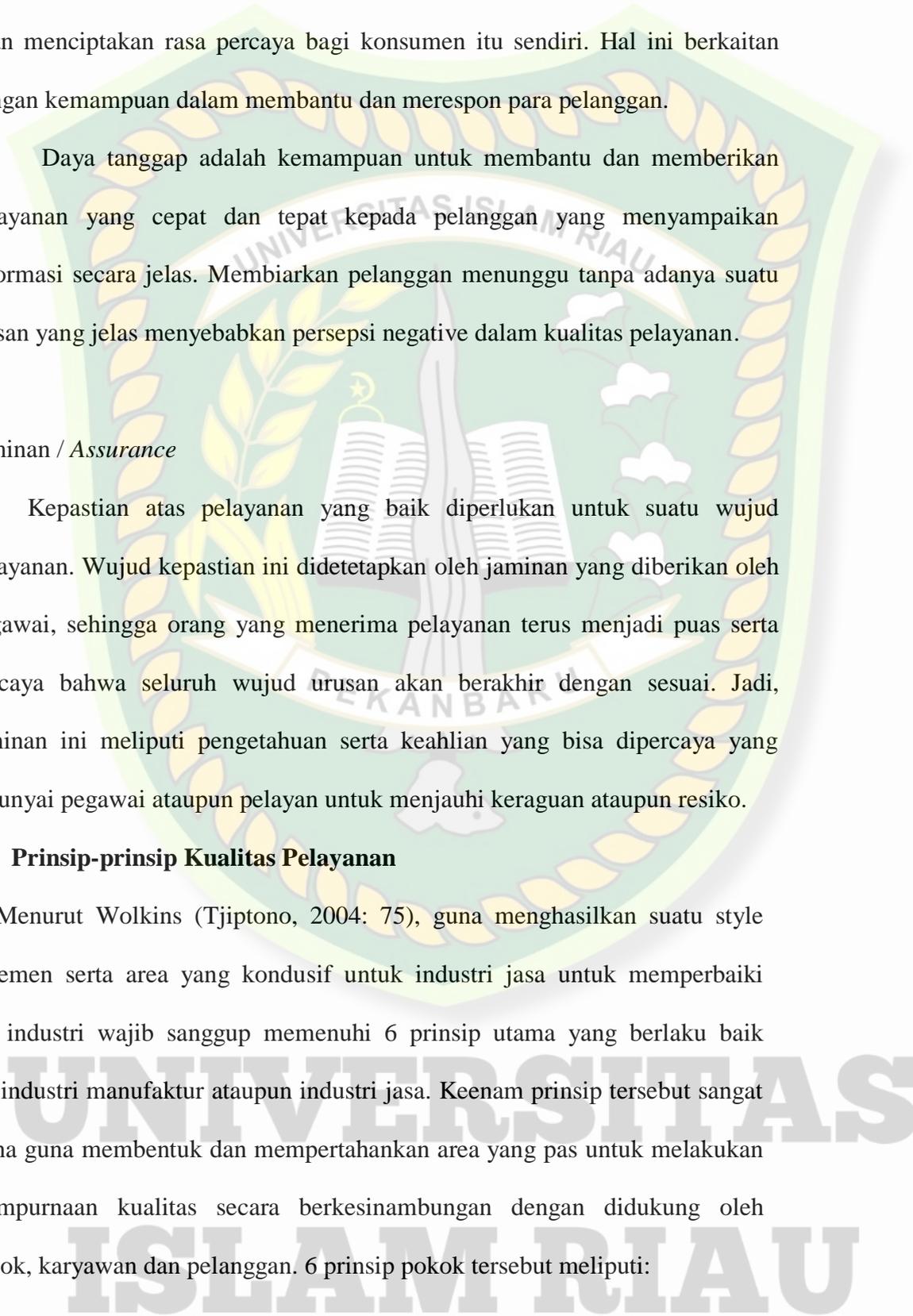
Daya tanggap adalah kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan yang menyampaikan informasi secara jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.

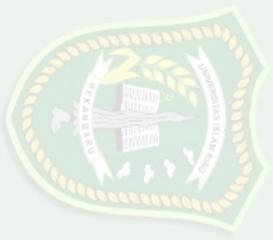
e) Jaminan / *Assurance*

Kepastian atas pelayanan yang baik diperlukan untuk suatu wujud pelayanan. Wujud kepastian ini ditetapkan oleh jaminan yang diberikan oleh pegawai, sehingga orang yang menerima pelayanan terus menjadi puas serta percaya bahwa seluruh wujud urusan akan berakhir dengan sesuai. Jadi, jaminan ini meliputi pengetahuan serta keahlian yang bisa dipercaya yang dimiliki pegawai ataupun pelayan untuk menjauhi keraguan ataupun resiko.

2.2.4 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Menurut Wolkins (Tjiptono, 2004: 75), guna menghasilkan suatu style manajemen serta area yang kondusif untuk industri jasa untuk memperbaiki mutu, industri wajib sanggup memenuhi 6 prinsip utama yang berlaku baik untuk industri manufaktur ataupun industri jasa. Keenam prinsip tersebut sangat berguna guna membentuk dan mempertahankan area yang pas untuk melakukan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan dan pelanggan. 6 prinsip pokok tersebut meliputi:





1) *Education*

Seluruh karyawan industri, mulai dari manager maupun karyawan operasional, harus mengikuti pembelajaran mutu. Aspek – aspeknya seperti: strategi bisnis, perlengkapan serta metode implementasi strategi mutu, serta peranan eksekutif dalam implementasi strategi mutu.

2) *Leadership*

Strategi mutu industri wajib ialah inisiatif serta komitmen dari manajemen utama. Manajemen utama wajib mengetuai serta memusatkan organisasinya dalam upaya kenaikan kinerja mutu.

3) *Strategic Planning*

Proses perencanaan strategi wajib mencakup pengukuran serta tujuan mutu yang dipergunakan dalam memusatkan industri dalam hal menggapai visi serta misinya. Strategi sangat berarti dalam proses mencapai sesuatu tujuan untuk industri.

4) *Review*

Proses *review* ialah salah satunya perlengkapan yang sangat efisien untuk manajemen buat mengganti sikap organisasional. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin terdapatnya atensi selalu terhadap upaya mewujudkan sasaransasaran mutu. Dengan terdapatnya *review* hendak terus menjadi gampang dalam mencermati keadaan organisasinya.

5) Komunikasi

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Implementasi strategi mutu dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, ataupun stakeholder yang lain semacam pemasok, pemegang saham, pemerintah, warga dekat, serta lain- lain.

6) *Total Human Reward*

Reward serta recognition ialah aspek krusial dalam implementasi strategi mutu. Tiap karyawan berprestasi butuh diberi imbalan serta prestasinya wajib diakui. Dengan metode semacam ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga serta rasa mempunyai (*sense of belonging*) tiap anggota organisasi bisa bertambah, yang berkontribusi pada kenaikan produktivitas serta profitabilitas untuk industri, dan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

2.2.5 Model Kualitas Pelayanan

Bersumber pada hasil berbagai studi yang telah di uji, Gronroos yang dikutip dalam Tjiptono (2005) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, ialah sebagai berikut

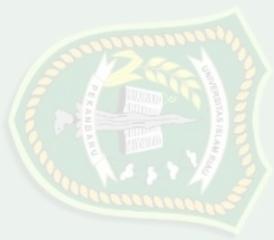
- 1) *Professionalism and competence*, pelanggan melihat jikalau penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional sesuai dengan yang diperlukan
- 2) *Attitudes and manner*, pelanggan merasa bahwa karyawan jasa menaruh perhatian pada mereka dan berusaha membantu memecahkan problem secara spontan dan ramah



- 3) *Accesbility and Flexibility*, pelanggan merasa bahwa karyawan, dan sistem operasionalnya, dirancang dan dijalankan sedemikian bagusnya sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah, selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan
- 4) *Capability and Trustworthines*, pelanggan mengerti bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam menentukan janji dan melakukan segala sesuatu dengan memprioritaskan kepentingan pelanggan
- 5) *Recovery*, pelanggan menyadari apabila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengontrol situasi serta menemukan solusi yang tepat
- 6) *Fame and Credibility*, pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Quality Service pada hakikatnya adalah berguna sebagai jaminan pelanggan agar pihak yang dilayani merasa terpenuhi. Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan jalan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan organisasi pemberi layanan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan organisasi pemberi layanan untuk memahami dengan seksama ekspektasi pelanggan serta



apa yang mereka butuhkan. Dengan itu, organisasi pemberi layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada organisasi pemberi layanan yang memberikan kualitas memuaskan

Beberapa tindakan yang perlu ditempuh oleh pihak perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan antara lain merupakan dengan memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan. Mutu pelayanan ialah refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada sesuatu waktu tertentu (Parasuraman et., 2008). Kualitas adalah keseluruhan dari ciri-ciri dari produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Menurut Tjiptono (2011: 164) konsep dari kualitas pelayanan dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*).

2.4 Penelitian Terdahulu

Bersumber pada studi Terdahulu dapat digunakan selaku acuan dalam studi yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Ida Ayu Inten Surya (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur	Analisis regresi linier berganda dan Man-Whitney	Keseluruhan variabel kualitas layanan(bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati) berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan



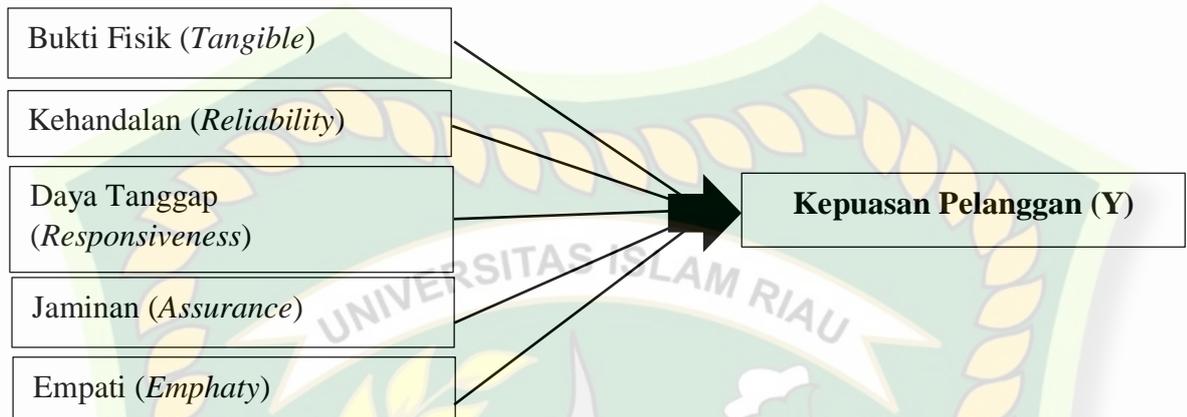
				pelanggan Restoran Baruna Sanur, pelayanan Restoran Baruna Sanur.
2.	Dwi Aliyah Apriani (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada The Little A.Coffe Sidoarjo	Analisi regresi linier sederhana	Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.
3.	Nirma (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada toko giant kota Makassar	Analisi regresi linier sederhana	Hasil riset menampilkan kalau: terdapat pengaruh positif serta signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada took giant kota Makassar dengan persamaan regresi linier sederhana $Y=9,883+0,534 X$ dengan tingkatan signifikan 000 serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,648.
4.	Lilis Rosanti (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makasar	Analisi regresi linier berganda	Bersumber pada hasil penelitian diatas bahwa secara parsial dan simultan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

2.5 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Kualitas Pelayanan (X)

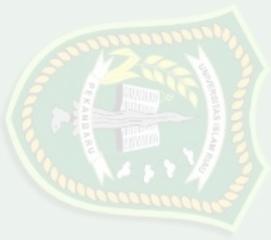


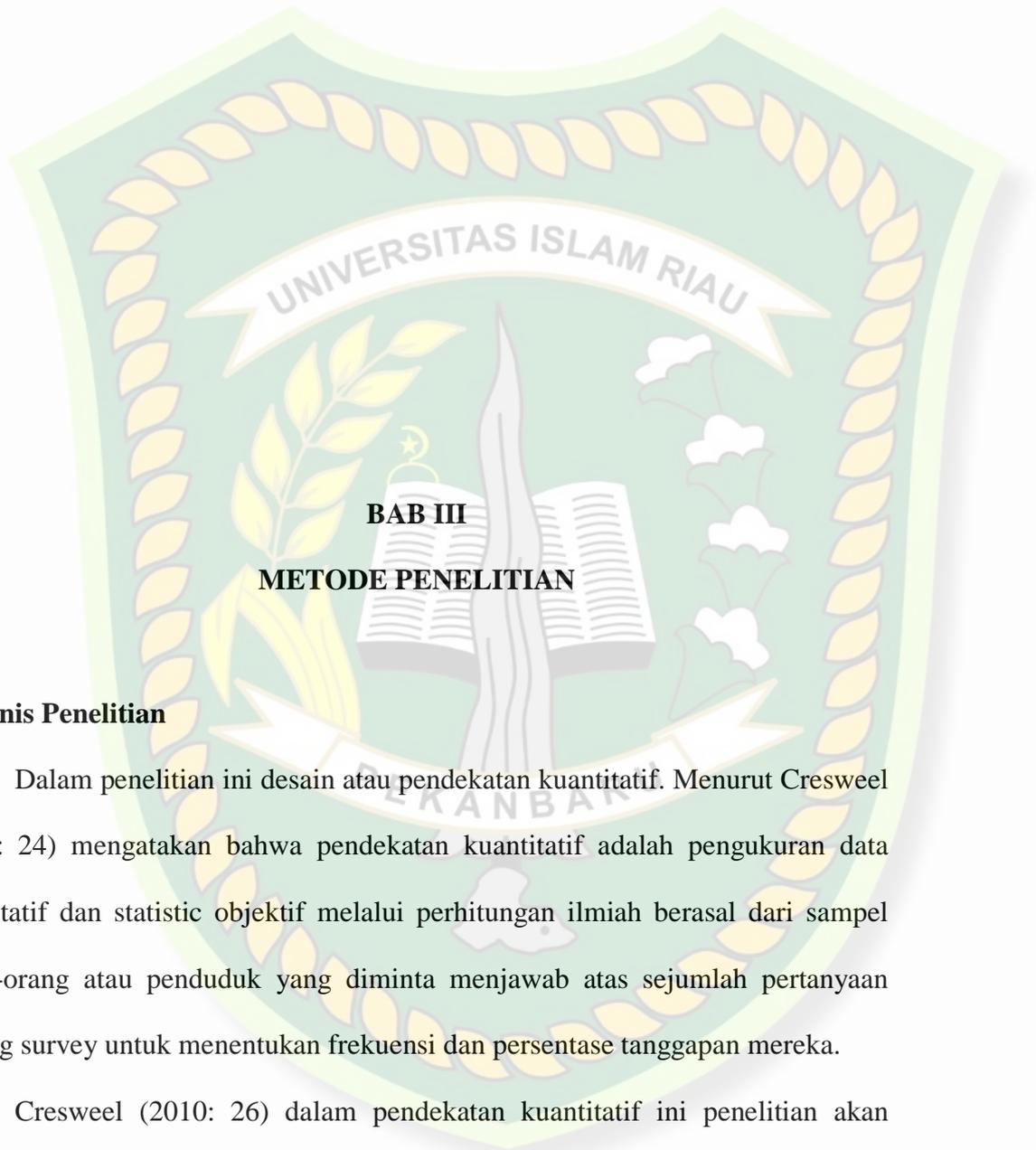
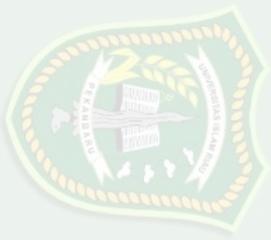
Sumber : Parasuraman *dalam* Haryanto Edy (2013)

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara karena masih harus di buktikan dengan penelitian atau pengumpulan data. (Sugiyono 2013:93). Berdasarkan perumusan masalah dan landasan teori di atas, maka dapatlah penulis kemukakan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: Diduga ada pengaruh positif dan signifikan pada kualitas pelayanan yang mencakup indikator *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus, Pekanbaru.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**





BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini desain atau pendekatan kuantitatif. Menurut Cresweel (2010: 24) mengatakan bahwa pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistic objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka.

Cresweel (2010: 26) dalam pendekatan kuantitatif ini penelitian akan bersifat *pre-determined*, analisis data statistic serta interpretasi data statistic.

Penelitian ini yang menggunakan pendekatan kuantitatif akan menguji suatu teori dengan cara merinci suatu hipotesis yang spesifik, lalu mengumpulkan data untuk mendukung atau membantah hipotesis tersebut. Pendekatan yang dilakukan dalam

penelitian ini adalah pendekatan analisis kuantitatif berdasarkan informasi statistika.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus, di Jalan Kaharuddin Nasution No.1, Simpang Tiga, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28284. Waktu Penelitian akan dilakukan mulai Januari 2022 untuk memperoleh data – data yang menunjukkan gambaran tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X) suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, dan lingkungan yang memenuhi harapan (Tjiptono, 2000).	Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Penampilan pegawai • Tata cahaya dan ruangan • Fasilitas yang tersedia • Area parkir 	Ordinal
	Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Tepat waktu dalam penyajian makanan • Kecepatan pelayan • Kepedulian pelayan terhadap konsumen • Menangani keluhan konsumen 	Ordinal
	Daya Tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan penyajian • Kejelasan berinformasi dengan konsumen • Tidak terlalu lama mengantri • Karyawan selalu ada 	Ordinal

<p>Kepuasan Pelanggan (Y) suatu keadaan tentang kepuasan, kesenangan atau kebanggaan yang dirasakan konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan (Soedarmo, 2006).</p>	Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> • Rasa percaya • Ramah • Cita rasa yang stabil • Restoran tempat yang bersih dan steril 	Ordinal
	Empati	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak membedakan status sosial • Pehatian pada pelanggan • Kesopanan dalam berkomunikasi ataupun berinteraksi dengan pelanggan • Memperhatikan kebutuhan atau pesanan pelanggan 	Ordinal
	Kesesuaian Harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang diterima sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. • Pelayanan yang diberikan pegawai sesuai dengan harapan. • Fasilitas yang ada sesuai dengan harapan 	Ordinal
	Minat Berkunjung Kembali	<ul style="list-style-type: none"> • Berminat kembali karena pelayanan yang diberikan • Berminat berkunjung kembali karena cita rasa masakannya 	Ordinal
	Merekomendasikan kepada kerabat keluarga (<i>relation</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Menyarankan teman karena pelayanan yang memuaskan • Mereferensikan produk kepada kerabat 	Ordinal

3.4 Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah daerah generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang memiliki kualitas serta ciri tertentu yang diresmikan oleh periset guna dipelajari (Sugiyono, 2013). Maka yang menjadi objek penelitian populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus Pekanbaru. Untuk gambaran jumlah populasinya diambil dari pengunjung pada bulan Januari – Maret 2022 dengan jumlah 5.320.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) Sampel merupakan bagian dari jumlah serta ciri yang dipunyai oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi wajib betul- betul representative (mewakili). Ada pula tata cara yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini merupakan *purposive sampling* dimana metode pengumpulan sampel dengan kriteria- kriteria tertentu yaitu kriterianya pelanggan yang memesan makanan dan makan di tempat pada Rumah Makan Pondok Patin HM. Yunus Pekanbaru. Setelah itu dimohon buat mengisi kuesioner yang sudah di persiapkan oleh peneliti. Untuk menentukan banyaknya sampel yang akan dijadikan responden adalah dengan menggunakan rumus *slovin*, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

E = error level (tingkat kesalahan) yang digunakan 10%



Perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{5.320}{1 + 5.320(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.320}{1 + 53,20}$$

$$n = \frac{5.320}{54,30} = 97,97$$

Dengan menggunakan rumus Slovin di dapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden untuk mengisi kuesioner sebanyak 98 orang pada Rumah Makan Pondok Patin H.M. Yunus Pekanbaru.

3.5 Jenis dan Sumber Data

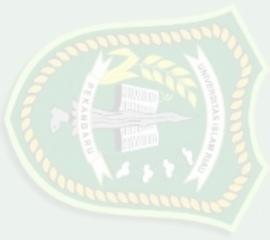
Jenis penelitian yang diambil penulis adalah penelitian kuantitatif. Sugiyono (2010:13) mengemukakan penelitian kuantitatif, sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang dipakai untuk meneliti terhadap populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

1) Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang bukan merupakan angka-angka atau data yang hanya merupakan keterangan yang tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka, seperti hasil wawancara.

2) Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya untuk data yang dapat diukur dengan ukuran yang telah



dinyatakan dalam bentuk standar, yaitu data jumlah pelanggan Rumah Makan Pondok Patin H.M. Yunus Pekanbaru.

Sumber Data merupakan suatu informasi yang diperlukan dalam mengambil keputusan. Sumber data dapat di bedakan menjadi dua:

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya serta diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan guna dimanfaatkan (Rosady, 2013). Dalam perihal ini yang diperoleh penulis bersumber dari sumber data yang bisa membagikan data (*informan*) serta pula sebagian orang yang dijadikan peneliti selaku informan kunci (*key informan*).

2) Data Sekunder

Data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung, lewat media perantara (yang dihasilkan pihak lain) ataupun digunakan oleh lembaga yang lain yang bukan ialah pengolahnya, namun bisa dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Rosady, 2013).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan memakai metode survey serta teknik pengumpulan data dalam penelitian ini memakai angket (kuesioner) yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan. Menurut Sugiyono (2013) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataupun statment tertulis kepada



responden untuk dijawab. Serta untuk mengukur tanggapan responden memanfaatkan lima angka penelitian dimana tiap jawaban diberi bobot nilai selaku berikut:

Tabel 3.2
Bobot Nilai Jawaban Responden

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013: 45)

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas Data

Uji Validitas menampilkan tingkatan ketepatan dimensi serta ketepatan sesuatu instrumen terhadap konsep yang diteliti. Kuesioner dikatakan valid bila statment pada kuesioner sanggup mengatakan suatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2012). Digunakan untuk mengenali valid ataupun tidaknya sesuatu kuesioner. Sesuatu kuesioner dikatakan valid bila persoalan pada kuesioner sanggup mengatakan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Tata cara yang digunakan buat menguji validitas yakni dengan korelasi bivariate. Bila hasil menampilkan nilai yang signifikan hingga tiap- tiap indicator persoalan merupakan valid.

Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan kolerasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Dengan ketentuan sebagai berikut (Priyono, 2015) :



- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau itemitem pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)
- c) Dengan memperhatikan kolom Corrected Item-Total Correlation apabila nilai tiap variabel lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah suatu indeks yang menunjukkan sepanjang mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya maupun reliable hanya apabila dalam sebagian kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, sepanjang aspek yang diukur dalam diri subjek memanglah belum rendah. Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas suatu skor dari suatu instrumen pengukur.

Pengujian realibilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *one shot*.

Pengujian realibilitasnya digunakan uji statistic *cronbach alpha*, suatu konstruk atau variabel dikatakan realibel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$

(Ghozali, 2013: 53).

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan *software statistical package for social science (SPSS)* versi 20. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut



Ghozali, (2012) “Instrumen dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Dengan ketentuan sebagai berikut (Priyono, 2015):

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)
- c. Dengan memperhatikan kolom Alpha If Item Deleted apabila nilai tiap variabel lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut reliabel.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara wajar dalam suatu model regresi (Ghozali, 2012).

Informasi yang relevan dalam suatu penelitian adalah informasi yang berdistribusi normal. Normalitas informasi dapat dilihat dengan beberapa cara, antara lain dengan melihat kurva normal dari grafik probabilitas. Normalitas dapat ditentukan dengan melihat penyebaran informasi (titik) sepanjang sumbu diagonal grafik. Jika informasi (titik) merambat mendekati diagonal, melintasi arah diagonal, akan menampilkan pola distribusi normal yang menunjukkan bahwa model regresi menganut asumsi normalitas. Jika informasi (titik) keluar dari diagonal, tidak



menunjukkan pola distribusi dan menunjukkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas buat mengenali terdapatnya ikatan antara sebagian ataupun seluruh variabel yang menarangkan dalam model regresi. Bila dalam model ada multikolinearitas hingga model tersebut mempunyai kesalahan standar yang besar sehingga koefisien tidak bisa estimasi dengan ketepatan yang berarti koefisien-koefisiennya tidak bisa estimasi dengan gampang.

Uji multikolinearitas bertujuan buat menguji apakah pada model regresi ditemui terdapatnya antara variabel independen. Bila terdapat ada multikolinearitas. Multikolinearitas bisa dideteksi dengan memandang besar VIF (*Varians Inflation Factor*) serta nilai *tolerance*. Pedoman sesuatu model regresi yang leluasa dari multikolinearitas merupakan memiliki nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) dibawah angka 10 ($VIF < 10$) serta nilai *tolerance* lebih dari 0, 10 hingga tidak terjaln multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Buat menguji terdapat ataupun tidaknya heteroskedastisitas dengan memandang grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen serta nilai residualnya. Heteroskedastisitas terjaln apabila membentuk pola tertentu yang tertib (bergelombang, melebar, setelah itu menyempit), sebaliknya bila tidak terdapat pola yang jelas, dan titik menyebar diatas serta dibawah angka 0 pada sumbu Y, hingga tidak terjaln heteroskedastisitas (Ghozali, 2015).

d) Uji Autokorelasi



Uji autokorelasi bertujuan guna mengenali terdapat auto ataupun tidaknya penyimpangan anggapan klasik ialah korelasi yang terjalin diantara residual pada pengamatan dengan pengamatan yang yang lain pada model regresi. Model regresi yang baik apabila tidak terjalin aoutokorelasi.

e) Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis yang dicoba dalam riset ini dicoba dengan tata cara regresi linier yang digunakan buat memprediksi seberapa jauh pergantian nilai variabel dependen, apabila variabel independen dimanipulasi/ dirubah- rubah ataupun dinaik- turunkan (Sugiyono, 2010).

Rumus linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Penjelasan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = *Constanta*

b₁- b₅ = Koefisien Variabel

X₁ = Bukti Fisik

X₂ = Kehandalan

X₃ = Daya Tanggap

X₄ = Jaminan

X₅ = Empati

e = Error distribances

3.7.3 Uji Hipotesis Data

a) Koefisien Determinasi (R²)

Bagi Ghozali (2012), koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh keahlian model dalam menerangkan alterasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi merupakan antara nol serta satu. Nilai R² yang kecil



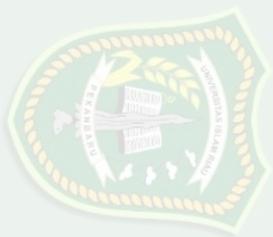
berarti keahlian variabel- variabel independen dalam menarangkan alterasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel- variabel independen membagikan nyaris seluruh data yang diperlukan buat memprediksi alterasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar dalam pemakaian koefisien determinasi merupakan jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Tiap akumulasi satu variabel independen, hingga R^2 tentu bertambah tidak hirau apakah variabel tersebut mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel independen. Oleh sebab itu, banyak periset yang menyarankan buat memakai nilai Adjusted R^2 pada dikala mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak semacam nilai R^2 , nilai Adjusted R^2 bisa naik ataupun turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

b) Uji T (Parsial)

Bagi Ghozali (2012), uji statistik t pada dasarnya menampilkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas ataupun independen secara individual dalam menerangkan alterasi variabel dependen. Salah satu metode melaksanakan uji t merupakan dengan menyamakan nilai statistik t dengan titik kritis bagi tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungannya lebih besar dibanding nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang melaporkan kalau sesuatu variabel independen secara individual pengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2012).

Salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungannya lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis



alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2012). Hipotesis nol (H_0) artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternative (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol.

H_0 : apabila signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen

H_a : apabila signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Pondok Patin HM Yunus

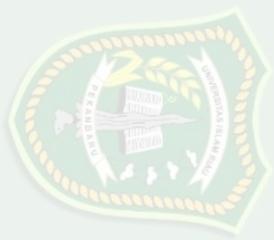
Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus adalah salah satu rumah makan yang didirikan oleh Bapak HM Yunus yang sekarang berlokasi di Jalan Kaharuddin Nasution No. 1. Bapak HM Yunus selaku pendiri rumah makan ini mengatakan, pertama kali membuka Pondok Patin pada tahun 1989 di Jalan Tuanku Tambusai dengan hanya bermodalkan tiga meja dan selusin kursi, sampailah saat itu tamu semakin membludak, sementara kapasitas ruangan dan



Sumber Daya Manusia tidak mampu lagi untuk melayani secara prima. HM Yunus berfikir untuk mengembangkan usahanya, dengan mencari lokasi yang lebih representatif dengan pengelolaan yang modern. Tahun 1991 HM Yunus memindahkan RM Pondok Patin ke Jalan Sudirman, tepatnya di depan Purna MTQ. Pilihan HM Yunus memindahkan usahanya terbukti manjur, sinar RM Pondok Patin HM Yunus kian cemerlang. Tantangan lain datang tahun 1992. Pemerintah menerbitkan aturan larangan usaha rumah makan di sekitar lokasi purna MTQ. Hingga akhirnya pada tahun 1993 usaha RM Pondok Patin pindah ke Jalan Kaharudin Nasution No 1, Kawasan Simpang Tiga, Pekanbaru. Rumah makan ini memiliki lokasi yang strategis tidak jauh dari kota dan dekat dengan Bandara Sultan Syarif Kasim II dan juga Kampus Universitas Islam Riau.

HM Yunus merupakan salah seseorang yang berhasil melihat dan memanfaatkan peluang usahanya yang ada di Kota Pekanbaru Riau. Hal ini dibuktikan dengan beberapa keberhasilannya dalam mengolah salah satu penghasilan sumber daya alam air bumi lancing kuning ini yaitu Ikan Patin. Sehingga saat ini Rumah makan ini menjadi langganan para wisatawan dan para pejabat hingga Presiden, yang memang memiliki kekhasan menu makanan dalam penyajiannya. Bapak haji Yunus yang mempunyai usaha kuliner di bidang rumah makan ini mampu mengolah ikan patin menjadi makanan khas melayu Riau yang banyak digemari dan mampu diterima oleh masyarakat Riau pada umumnya dan masyarakat kota Pekanbaru khususnya.

Usaha dari kuliner Rumah Makan Pondok Patin yang didirikan sejak tahun 1989 oleh bapak HM Yunus ini sudah mampu memberikan perubahan hingga



sekarang meskipun banyak sekali dari pesaing sejenis yang bermunculan di ibukota Provinsi Riau ini, seperti Namanya rumah makan ini menyediakan menu makanan andalan utamanya yaitu ikan patin. Salah satu menu favorit yang sering dan selalu di pesan dan digemari pelanggannya yaitu Asam Pedas Ikan Patin namun ada juga dari pilihan menu lain yang ditawarkan oleh rumah makan pondok patin HM Yunus ini seperti jenis makanan ikan lainnya, ayam, udang dan lain sebagainya.

Dalam menjalankan bisnisnya, pemilik dari rumah makan pondok patin ini yaitu bapak HM Yunus ini menggunakan system kekeluargaan, hampir dari semua karyawannya yang berasal dari tempat daerah dia berasal yaitu Air tiris Kabupaten Kampar, Riau. Adapun jam dari operasional rumah makan Pondok Patin HM Yunus ini dimulai dari jam 08.00 WIB hingga 21.30 WIB. Sehingga pelanggan ini bisa menikmati hidangan untuk sarapan, makan siang, dan makan malam di rumah makan Pondok Patin tersebut. Adapun cara dari penyajian makanan di Rumah Makan Pondok patin HM Yunus ini dengan cara menghidangkan semua menu makanan dan masakan diatas meja yang sudah disediakan dan yang sudah ditempati oleh pelanggannya sehingga para pelanggan bisa mencicipi semua menu masakan dirumah makan pondok patin HM Yunus ini.

Rumah Makan Pondok patin HM Yunus Pekanbaru memiliki pelanggan yang dapat memilih ruangan yang diinginkannya, karena dari beberapa pilihan ruangan di Rumah Makan Pondok patin HM Yunus seperti ruang VIP yang tentunya lebih istimewa, ruang regular (biasa) dan pondok diluar dari kedua



ruangan tersebut. Rumah Makan Pondok patin HM Yunus memiliki kapasitas pelanggan sekitar kurang lebih dari 300 pelanggan untuk menempati keseluruhan ruangan tersebut. Dan selain itu juga terdapat pula fasilitas yang mendukung seperti toilet, kamar mandi, mushola, taman kecil, mainan anak-anak, parkir dan kolam ikan. Toilet dan kamar mandi terdiri atas toilet karyawan dan toilet pelanggan.

Rumah Makan Pondok patin HM Yunus ini memiliki halaman parkir yang luas sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk memarkirkan kendaraan mereka, selain itu juga mempunyai *life music* untuk mengiringi dan menghibur para pelanggan saat berada di rumah Makan Pondok patin HM Yunus sehingga menimbulkan kesan yang indah, nyaman dan santai didalam ruangnya ini.

Rumah Makan Pondok patin HM Yunus ini tidak hanya berorientasi pada pelanggan dan hasil labanya saja, namun rumah makan ini juga berorientasi pada karyawan, hal ini juga disediakan mess karyawan atau tempat tinggal bagi karyawan sehingga dapat memudahkan karyawan untuk bekerja karena lokasi mess yang dekat rumah makan tersebut.

4.1.2 Visi dan Misi Rumah Makan Pondok patin HM Yunus

Adapun visi dari rumah Makan Pondok patin HM Yunus adalah “menciptakan usaha rumah makan khas riau terbaik di Pekanbaru dan membentuk kemandirian yang utuh”

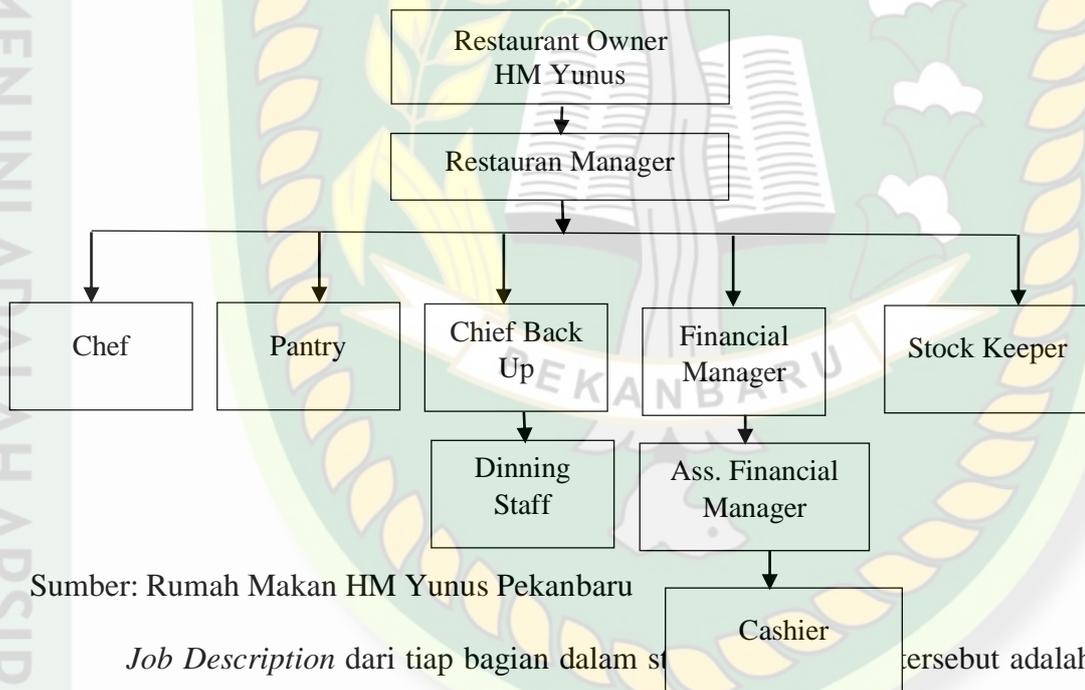
Visi dari rumah Makan Pondok patin HM Yunus adalah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan dalam melayani kebutuhan pokok yaitu makanan

2. Menciptakan lapangan dari pekerjaan
3. Membangun kemandirian dalam menghadapi sebuah tantangan global
4. Terciptanya ekonomi bersama yang mandiri
5. Memberikan kenikmatan, keberhakan dan mengedepankan pelayanan yang baik dalam usaha ini

4.1.3 Struktur Organisasi Rumah Makan Pondok patin HM Yunus

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Rumah Makan Pondok patin HM Yunus

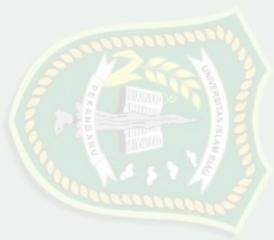


Sumber: Rumah Makan HM Yunus Pekanbaru

Job Description dari tiap bagian dalam struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Restaurant Owner*

Restaurant owner adalah orang yang mempunyai industry rumah makan tersebut yang menjadi pemegang kekuasaan terbesar atas segala keputusan dan kebijakan rumah makan. Dalam hal ini yang menjadi restaurant owner adalah Bapak HM Yunus



2. *Restaurant manager*

Restaurant manager bertugas untuk mengkoordinasikan segala aktivitas yang sudah dijalankan dari masing-masing bagian berdasarkan kebijakan yang sudah ditetapkan serta akan bertanggungjawab penuh atas maju dan mundurnya perusahaan dan memberikan perintah langsung kepada bawahannya

3. *Chief Cashier/Financial Manager*

Chief cashier memiliki tugas untuk mengkoordinir segala pencatatan dan pembukuan sederhana dari kasir dan bertanggungjawab atas administrasi perusahaan dan terhadap pembelian dari bahan baku dan perusahaan

4. *Ass Financial Manager*

Ass financial manager bertugas untuk membantu keseluruhan tugas dari financial manager serta mewakilinya apabila financial manager yang berhalangan untuk melakukan tugasnya. acc financial ini bertanggungjawab kepada financial manager dan dibantu oleh cashier.

5. *Cashier*

Cashier memiliki tugas melaksanakan pencatatan sederhana atas administrasi perusahaan serta melakukan perhitungan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

6. *Chef*

Chef bertugas untuk mengepalai bagian dapur bertanggungjawab atas segala kegiatan yang berhubungan dengan dapur, seperti memasak dengan selalu

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

menjaga cita rasa, memberikan informasi terhadap campuran bahan-bahan serta banyaknya bahan baku yang dibutuhkan, mengadakan pengawasan terhadap bahan-bahan yang tersedia didapur. Chef dibantu oleh dua orang *cook staff*.

7. *Cook Staff*

Cook staff bertugas untuk membantu chef bagian dapur terhadap segala yang berhubungan dengan kegiatan dapur.

8. *Stock keeper*

Stock keeper bertugas untuk mengawasi persediaan barang dan bahan yang dibutuhkan pada semua bagian serta membeli semua peralatan maupun perlengkapan dan bahan baku persediaan.

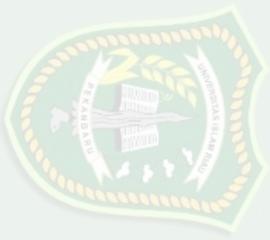
9. *Chief back up*

Chief back up memiliki tugas melayani konsumen yang memesan makanan dan minuman serta menghadirkan pesanan tersebut. Dalam hal ini chief back up dibantu oleh 7 orang *dinning staff* dalam menyelesaikan tugasnya.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum adalah suatu hal yang dijadikan penilaian yang dilakukan oleh peneliti dengan menunjukkan beberapa hal yang harus menjadi penilaian tersebut. Gambaran umum ini menjadi hal yang diperbuat lebih efektif dalam penelitian. Gambaran umum juga sebagai acuan peneliti untuk menetapkan



sampel dan respondennya tersebut. Adapun penjelasan mengenai gambaran umum ini dapat dijelaskan pada tabel berikut:

1) Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah suatu hal yang dinilai dan menjadi penilaian oleh peneliti untuk melihat seberapa jauh dan seberapa banyak seseorang yang membeli diantara laki-laki dan perempuan dengan jenis kelamin juga akan terlihat yang mana yang selalu membeli produk atau jasa tersebut. Adapun penjelasan identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	51	52
2	Perempuan	47	47,9
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari penjelasan tabel bahwa identitas responden berdasarkan jenis kelamin yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 51 orang (52%). Dan konsumen yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 47 orang (47,9%). Jadi dari hasil diatas maka mayoritas responden yang sering dan selalu makan di rumah Pondok Patin HM Yunus ialah laki-laki. Hal ini dikarenakan bahwa laki-laki menyukai makan diluar seperti makan siang, acara kantor atau berkumpul bersama teman-temannya dibandingkan perempuan.

2) Identitas Responden Menurut Usia

Usia merupakan salah satu hal yang dinilai oleh peneliti seberapa jauh seseorang yang membeli sebuah produk atau jasa, usia mempengaruhi seseorang untuk membeli produk karena dengan tingkat dan memperhatikan usia maka

secara tidak langsung sebagai pertimbangan bagi konsumen. Adapun penjelasan identitas responden menurut usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Identitas Responden Menurut Usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	20-25 tahun	19	19,3
2	26- 30 tahun	22	22,4
3	31- 40 tahun	32	32,6
4	41-50 tahun	19	19,3
5	>50 tahun	6	6,1
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa identitas responden menurut usia dengan jumlah 98 orang. Konsumen yang berusia 20-25 tahun berjumlah 19 orang (19,3%). Konsumen yang berusia 26-30 tahun berjumlah 22 orang (22,4%) konsumen yang berusia 31-40 tahun berjumlah 32 orang (32,6%). Konsumen yang berusia 41-50 tahun berjumlah 19 orang (19,3%). Dan konsumen yang berusia lebih dari 50 tahun berjumlah 6 orang (6,1%).

Jadi dari hasil tersebut maka mayoritas yang selalu membeli dan mengunjungi rumah makan Pondok Patin HM Yunus ialah berusia 31-40 tahun. Hal ini dikarenakan bahwa makanan yang disediakan oleh HM Yunus adalah makanan rumahan atau prasmanan biasanya orang pekerja atau orang yang berusia di atas 30 tahun yang cocok dengan makanan tersebut.

3) Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu hal yang menjadi penilaian dari responden yang menunjukkan sejauh mana seseorang dengan pendidikannya dan pengetahuannya dalam mengambil keputusan sebuah produk, dengan pengalaman dan pendidikannya ini terlihat apa yang menjadi kemampuannya memilih sesuatu

tersebut. Adapun identitas responden menurut Pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	6	6,1
2	SMP	12	12,2
3	SMA/SMK	17	17,3
4	D3	19	19,3
5	S1	32	32,6
6	S2	11	11,2
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari penjelasan tabel diatas diketahui identitas responden menurut tingkat Pendidikan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang berpendidikan SD berjumlah 6 orang (6,1%). Konsumen yang berpendidikan SMP berjumlah 12 orang (12,2%). Konsumen yang berpendidikan SMA/SMK berjumlah 17 orang (17,3%). Konsumen yang berpendidikan D3 berjumlah 19 orang (19,3%). Konsumen yang berpendidikan S1 berjumlah 32 orang (32,6%). Dan konsumen yang berpendidikan S2 berjumlah 11 orang (11,2%).

Dari hasil tersebut maka mayoritas responden konsumen yang selalu membeli dan mengunjungi Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus ialah berpendidikan S1. Hal ini dikarenakan bahwa rata-rata Pendidikan responden yang membeli HM Yunus ini orang tua dan memili tingkat Pendidikan S1 sehingga mereka (konsumen) lebih memilih makanan yang mengenyangkan dan menyehatkan tubuh.

4) Identitas Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan adalah salah satu hal yang menjadi penilaian peneliti, dengan pekerjaan ini juga sebagai profesi yang mana dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa ini, dengan pekerjaan juga menjadi hal yang mempermudah konsumen dalam membeli produk tersebut. Adapun penjelasan ini identitas responden menurut pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Identitas Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ibu rumah tangga	9	9,1
2	PNS	29	29,5
3	BUMN	25	25,5
4	Dosen	17	17,3
5	Mahasiswa/pelajar	4	4,08
6	Wiraswasta	14	14,2
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan, 2022

Pada tabel diatas diketahui identitas responden menurut pekerjaan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang bekerja sebagai ibu rumah tangga berjumlah 9 orang (9,1%). Konsumen yang bekerja sebagai PNS berjumlah 29 orang (29,5%). Konsumen yang bekerja sebagai BUMN berjumlah 25 orang (25,5%). Konsumen yang bekerja sebagai Dosen berjumlah 17 orang (17,3%). Konsumen yang sebagai mahasiswa/pelajar berjumlah 4 orang (4,08%). Dan konsumen yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 14 orang (14,2%).

Jadi dari hasil diatas maka mayoritas responden yang selalu membeli Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus ini ialah bekerja sebagai PNS. Hal ini dikarenakan bahwa dengan profesi dan pekerjaannya konsumen mampu dan

sering membeli makanan disana. Hal ini sebagai pilihan dari keputusan konsumen untuk membeli dan mengunjungi Rumah Makan Pondok Patin tersebut.

4.2.2 Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2011) Uji Validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan telah sesuai menjalankan keperluannya dengan menunjukkan ketepatan dan kecermatan dari alat ukur yang digunakan untuk selanjutnya mendeskripsikan hasil penelitian.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar sebuah data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya apa yang terjadi pada objek peneliti sehingga terdapat data yang valid. Uji validitas digunakan untuk mengukur data yang terkumpul agar hasilnya valid. dengan instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu diharuskan valid.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa r tabel dalam penelitian ialah dengan rumus $Df = N - 5 = 98 - 5 = 93$ ialah 0,201 Untuk melihat hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Uji Validitas Data

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Bukti Fisik	1	0,774	0,201	Valid
	2	0,724	0,201	Valid
	3	0,771	0,201	Valid
	4	0,766	0,201	Valid
Kehandalan	1	0,694	0,201	Valid
	2	0,735	0,201	Valid
	3	0,838	0,201	Valid

	4	0,795	0,201	Valid
Daya Tanggap	1	0,798	0,201	Valid
	2	0,717	0,201	Valid
	3	0,786	0,201	Valid
	4	0,769	0,201	Valid
Jaminan	1	0,779	0,201	Valid
	2	0,812	0,201	Valid
	3	0,777	0,201	Valid
	4	0,637	0,201	Valid
Empati	1	0,821	0,201	Valid
	2	0,833	0,201	Valid
	3	0,786	0,201	Valid
	4	0,801	0,201	Valid
Kepuasan (Y)	1	0,791	0,201	Valid
	2	0,715	0,201	Valid
	3	0,749	0,201	Valid
	4	0,859	0,201	Valid
	5	0,795	0,201	Valid
	6	0,891	0,201	Valid
	7	0,892	0,201	Valid

Sumber: Data Output SPSS 26, 2022

Berdasarkan penjelasan tabel diatas diketahui bahwa pengujian validitas pada variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati serta variabel Y kepuasan konsumen. Dari hasil ini dapat dilihat nilai r tabel 0,201. Jika nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$) maka data akan dikatakan valid. Dari hasil pengujian validitas ini seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung lebih tinggi dari pada r tabel artinya penelitian ini memiliki data yang valid dan dapat dilanjutkan pada penelitian selanjutnya.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dipergunakan atas dasar untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah sebuah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Ghozali (2012) mengatakan

bahwa instrumen akan dikatakan reliabel apabila memiliki kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas ialah suatu pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang telah dikumpulkan sudah reliable atau tidak. Dikatakan data atau pernyataan yang reliable jika kuesioner dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama, artinya reliable merupakan sebuah konsistensi dari hasil tes uji. Untuk melihat hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas Data

Variabel	Item	Nilai Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Ket
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	4	0,752	0,60	Reliabel
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	4	0,763	0,60	Reliabel
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4	0,766	0,60	Reliabel
Jaminan (<i>Assurance</i>)	4	0,745	0,60	Reliabel
Empati (<i>Empathy</i>)	4	0,824	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	7	0,916	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 26, 2022

Dari tabel diatas diketahui bahwa pengujian reliabilitas pada variabel kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan variable kepuasan konsumen. Dari hasil reliabilitas ini memiliki nilai yang lebih dari cronbach's alpha, yang mana cronbachs alpha 0,60. Dari hasil tersebut seluruh variabel memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha. Artinya bahwa semua keseluruhan item pada variable kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan konsumen dapat dikatakan reliable dan layak digunakan.

4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu hal yang memberikan pelayanan yang bermutu tinggi adalah bahwa pelayanan bukan hanya sekedar menyediakan atau melayani. Pelayanan berarti pengertian, pengertian dan perasaan sehingga penyampaian yang merata mempengaruhi hati konsumen dan pada akhirnya memperkuat posisi konsumen dalam berbagi pikiran. Pada dasarnya Islam mengajarkan bahwa jika ingin memberikan hasil bisnis yang baik berupa barang dan jasa, Produsen juga harus memberikan kualitas yang baik. Pelayanan yang baik kepada setiap konsumen dengan melayani dan menerima seluruh apa yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut akan mendapatkan pemberian pelayanan yang baik. Untuk melihat dan menjelaskan kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik adalah suatu hal yang berhubungan dengan bentuk fisik, peralatan yang ada pada saat konsumen untuk memperkuat citra dari konsumen tersebut. Bukti fisik ini adalah kemampuan dalam suatu perusahaan yang menunjukkan eksistensinya kepada pihak dari luar atau konsumennya. Penampilan dan kemampuan dari sarana prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan dari keadaan lingkungan sekitarnya merupakan sebuah bukti yang nyata dari pelayanan yang diberikan tersebut. Adapun indikator dari bukti fisik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



a. Pegawai Pada Pondok Patin HM Yunus Berpenampilan Menarik dan Rapi

Penampilan yang menarik dan rapi dalam melayani konsumen baik itu dari pegawai ataupun dalam pelaku usaha menunjukkan bahwa penampilan menjadi suatu yang penting dalam memberikan aturan atau melayani konsumen, dengan pakaian yang rapi atau menarik juga akan mendapatkan hasil yang memuaskan konsumen. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada Pondok Patin HM Yunus berpenampilan menarik dan rapi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Pondok Patin HM Yunus Berpenampilan Menarik dan Rapi

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	37	37,7
2	Setuju	42	42,8
3	Cukup Setuju	19	19,3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pegawai pada Pondok Patin HM Yunus berpenampilan menarik dan rapi yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang (37,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 42 orang (42,8%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 19 orang (19,3%).

Maka dari hasil diatas mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa karyawan yang bekerja pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus ini selalu rapi dan berpenampilan menarik

sehingga dari konsumen merasa senang dengan penampilan yang rapi tersebut indah dipandang oleh konsumen.

b. Restoran HM Yunus Memiliki Tata Ruang dan Pencahayaan Yang Baik Untuk Pelanggan

Tata ruang dan pencahayaan adalah suatu yang baik dan yang membuat konsumen lebih nyaman untuk berada pada suatu produk dan jasa ini. pada halnya tata ruang menjadi suatu yang penting dalam sebuah rumah makan, jika rumah makan memiliki tata ruang yang baik dan tidak gelap maka akan membuat konsumen lebih nyaman. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus memiliki tata ruang dan pencahayaan yang baik untuk pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Restoran HM Yunus Memiliki Tata Ruang Dan Pencahayaan Yang Baik Untuk Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	27,5
2	Setuju	45	45,9
3	Cukup Setuju	26	26,5
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus memiliki tata ruang dan pencahayaan yang baik untuk pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 orang (27,5%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 45 orang (45,9%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 26 orang (26,5%).

Maka dari hasil tersebut mayoritas responden yang mengatakan paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen mendapatkan ruang atau tempat yang bersih dan memiliki cahaya yang baik dan terang, sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen.

c. Fasilitas Yang Disediakan Oleh HM Yunus Selalu Lengkap

Fasilitas dalam suatu produk atau jasa yang dapat mempermudah konsumen untuk membutuhkan sesuatu yang diinginkannya. Fasilitas yang mudah ini dan lengkap akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk dan jasa tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai fasilitas yang disediakan oleh HM Yunus selalu lengkap dapat dilihat pada tabel berikut ini:

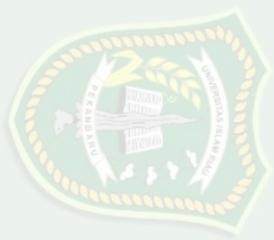
Tabel 4.9
Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Yang Disediakan Oleh HM Yunus Selalu Lengkap

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	33	33,6
2	Setuju	51	52
3	Cukup Setuju	14	14,2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai fasilitas yang disediakan oleh HM Yunus selalu lengkap yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 33 orang (33,6%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 51 orang (52%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 14 orang (14,2%).

Dari hasil dan keterangan diatas maka mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa fasilitas yang di



miliki oleh RM Pondok Patin HM Yunis ini bisa di berikan dan di gunakan oleh konsumen. Karena dengan hal ini juga mempermudah pilihan atas konsumen tersebut yang mendapatkan fasilitas yang lengkap dan memadai.

d. Parkir Yang Disediakan Pondok Patin HM Yunus Selalu Aman dan Terjamin

Parkir merupakan suatu hal yang menjadi lebih utama dan paling di tentukan oleh konsumen, pada dasarnya parkir ini di lakukan untuk menyesuaikan pilihan yang mudah bagi konsumen tersebut. Parkir yang aman dapat membuat seseorang lebih menggunakan atau meletakkan kendaraan nya di tempat yang aman. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai parkir yang disediakan pondok patin HM Yunus selalu aman dan terjamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Mengenai Parkir Yang Disediakan Pondok Patin HM Yunus Selalu Aman Dan Terjamin

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	55	56
2	Setuju	31	31,6
3	Cukup Setuju	12	12,2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai parkir yang disediakan Pondok Patin HM Yunus selalu aman dan terjamin yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 55 orang (56%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 31 orang (31,6%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 12 orang (12,2%).

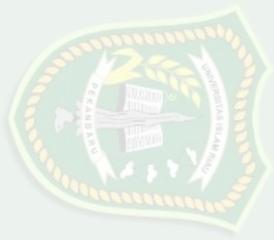
Dari hasil dan keterangan diatas mayoritas yang menjawab paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa parkir yang di sediakan oleh HM Yunus Pondok Patin ini selalu sesuai dengan keinginannya, parkir yang di berikan untuk konsumen selalu luas dan memadai bagi konsumen. Padahal nya parkir yang baik tersebut dapat mempengaruhi seorang konsumen untuk menempati tempat tersebut.

2) Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang sudah diharapkan, kemampuan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dan akan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan, dan mendorong konsumen untuk selalu loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Handal ini adalah pelayanan yang cepat, tepat mudah dan lancar sehingga menjadi persyarat baik orang yang akan dilayani nya dalam memahami lingkup yang dapat memuaskan konsumen tersebut. Pelayanan yang handal ini merupakan sebuah kemampuan pegawai yang handal, mengetahui seluk dan beluk dari prosedur yang dimilikinya, memperbaiki kekurangan dan penyimpangan yang terjadi dalam suatu produk atau jasa tersebut. Untuk menjelaskan dan melihat kehandalan (*reliability*) dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Restoran HM Yunus Selalu Menyajikan Makanan Tepat Waktu Untuk

Konsumen



Penyajian makanan dan minuman dalam produk atau rumah makan akan mempermudah proses dari keinginan dari konsumen tersebut. Penyajian makanan yang tepat waktu akan membuat seseorang lebih mempercayai suatu produk tersebut agar dalam proses ini membuat konsumen puas akan sesuatu. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus selalu menyajikan makanan tepat waktu untuk konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Mengenai Restoran HM Yunus Selalu Menyajikan Makanan Tepat Waktu Untuk Konsumen

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	39	39,7
2	Setuju	42	42,8
3	Cukup Setuju	10	10,2
4	Tidak Setuju	7	7,1
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan diatas diketahui tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus selalu menyajikan makanan tepat waktu untuk konsumen yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 39 orang (39,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 42 orang (42,8%). Konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 10 orang (10,2%). Dan konsumen yang menjawab tidak setuju berjumlah 7 orang (7,1%).

Jadi dari hasil dan keterangan diatas maka mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen selalu diberikan penyajian makanan dengan tepat waktu dan sesuai dengan kebutuhan

dari konsumennya ini. penyajian makanan yang tepat waktu membuat konsumen tidak menunggu pada waktu yang cukup lama.

b. Restoran HM Yunus Selalu Cepat Dalam Menanggapi Keluhan Pelanggan

Cepat dan efektif dalam menanggapi keluhan pelanggan merupakan suatu hal yang dapat menjadi pilihan yang mudah bagi konsumen, dengan keluhan yang diterima juga akan mempertimbangkan segala kelemahan yang dimiliki oleh konsumen dan diselesaikan oleh rumah makan tersebut. Keluhan pelanggan adalah bukan keluhan yang dapat merugikan produk atau jasa tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus selalu cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Mengenai Restoran HM Yunus Selalu Cepat Dalam Menanggapi Keluhan Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	14	14,2
2	Setuju	27	27,5
3	Cukup Setuju	38	38,7
4	Tidak Setuju	19	19,3
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus selalu cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 14 orang (14,2%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 27 orang (27,5%). Konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 38 orang (38,7%). Dan konsumen yang menjawab tidak setuju berjumlah 19 orang (19,3%).

Jadi dari hasil diatas maka mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa pegawai ataupun restoran HM Yunus masih kurang mampu melayani dengan cepat apabila keluhan pelanggan di terimanya tersebut, konsumen selalu menunggu waktu yang lama jika konsumen selau membuat keluhan dari konsumen tersebut.

c. Restoran HM Yunus Selalu Perduli Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Untuk Pelanggan

Kepedulian terhadap pelayanan yang diberikan oleh produk dan jasa ini adalah sesuatu yang dapat dibanggakan oleh produk terutama pada rumah makan, rumah makan harus mengutamakan pelayanan yang diberikan dan kepeduliannya terhadap seluruh pelanggan tersebut. Hal ini akan menjadi situasi yang baik dan efektif selama melayani konsumen. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus selalu perduli terhadap pelayanan yang diberikan untuk pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Restoran HM Yunus Selalu Perduli Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Untuk Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	34	34,6
2	Setuju	37	37,7
3	Cukup Setuju	27	27,5
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus selalu perduli terhadap pelayanan yang diberikan untuk pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju



berjumlah 34 orang (34,6%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 37 orang (37,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 27 orang (27,5%).

Dari hasil tersebut maka mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa pelayanan yang diberikan untuk pelanggan di rumah makan HM Yunus ini harus dilakukan secara intens, karena dengan pelayanan yang intens untuk pelanggan harus lebih diperhatikan dengan efektif agar memberikan kepuasan pelanggan.

d. Restoran HM Yunus Selalu Mampu Menangani Keluhan Konsumen Yang Diterimanya

Menangani setiap keluhan konsumen yang dilakukan dalam sebuah produk atau jasa akan menghadapi suatu pilihan dari konsumen ini. dengan menangani keluhan ini juga akan membuat konsumen merasa nyaman dalam memilih produk ini. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus selalu mampu menangani keluhan konsumen yang diterimanya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Mengenai Restoran HM Yunus Selalu Mampu Menangani Keluhan Konsumen Yang Diterimanya

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	23,4
2	Setuju	30	30,6
3	Cukup Setuju	39	39,7
4	Tidak Setuju	6	6,1
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus selalu mampu menangani keluhan konsumen yang diterimanya yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 23 orang (23,4%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 30 orang (30,6%). Konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 39 orang (39,7%). Dan konsumen yang menjawab tidak setuju berjumlah 6 orang (6,1%).

Jadi mayoritas responden mengenai jawaban tersebut adalah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen menilai bahwa tidak banyak restoran HM Yunus ini yang menerima keluhan dari konsumen, sehingga setiap keluhan yang diberikan konsumen masih selalu di lewatkan atau diingkari.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah sebuah respon atau dari kesigapan seseorang dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayannya yang cepat dan tanggap yang meliputi kesigapan seorang karyawan dalam melayani pelanggan. Respon ini adalah suatu tanggapan yang secara baik dilakukan lebih maksimal oleh karyawan atau pemilik produk kepada konsumen. Daya tanggap ini adalah kebijakan yang membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas dan efektif, dengan membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan ini. Untuk melihat dan menjelaskan daya tanggap dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

- a. **Pondok Patin HM Yunus Selalu Menyajikan Makanan Yang Sesuai Dengan Pesanan Pelanggan**

Penyajian makanan yang baik dan sesuai dengan pesanan merupakan salah satu hal yang dapat mempermudah konsumen nyaman dan membuat suatu hal yang lebih tersaji lebih baik. Kesesuaian pesanan ini juga diharapkan oleh konsumen agar yang ia pesan tersebut sampai dan dicobanya sehingga harapannya ini terpenuhi. Penyajian makanan yang tidak sesuai pada suatu rumah makan akan membuat konsumen lebih tidak mendapatkan suatu yang diinginkannya. Pesanan yang sesuai akan lebih memberikan keinginan konsumen tersebut sesuai pada pilihannya yang lebih efektif dan selektif. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus selalu menyajikan makanan yang sesuai dengan pesanan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Mengenai Pondok Patin HM Yunus Selalu Menyajikan Makanan Yang Sesuai Dengan Pesanan Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	48	48,9
2	Setuju	35	35,7
3	Cukup Setuju	15	15,3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus selalu menyajikan makanan yang sesuai dengan pesanan pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 48 orang (48,9%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 35 orang (35,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 15 orang (15,3%).

Maka dari hasil jawaban diatas mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pesanan makanan yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus selalu sesuai dengan pesanan yang di berikan oleh konsumen, sehingga pesanan ini sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

b. Pondok Patin HM Yunus Selalu Memberikan Informasi Menu dan Harga Yang Jelas Kepada Konsumen

Pemberian informasi menu dan harga yang jelas kepada konsumen untuk lebih memberikan perhatian yang baik dan efektif dalam menawarkan produk dan jasa yang akan memberikan kemudahan dari informasi tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus selalu memberikan informasi menu dan harga yang jelas kepada konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Pondok Patin HM Yunus Selalu Memberikan Informasi Menu Dan Harga Yang Jelas Kepada Konsumen

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	33	33,6
2	Setuju	38	38,7
3	Cukup Setuju	27	27,5
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus selalu memberikan informasi menu dan harga yang jelas kepada konsumen yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 33 orang (33,6%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah



38 orang (38,7%). Konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 27 orang (27,5%).

Jadi dari hasil dan keterangan diatas maka mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa harga yang berikan oleh Pondok Patin ini sesuai dengan informasi menu yang diterakan di sebelah menu, sehingga tidak ada lagi menu yang diberikan tanpa harga dan konsumen mengetahui diawal dengan harga yang diberikan tersebut.

c. Pelanggan HM Yunus Tidak Pernah Mengantri Lama Jika Makan Di Tempat Restoran

Ngantri atau pembayaran dalam melakukan dan menggunakan produk adalah salah satu hal yang lebih di pentingkan menurut konsumen, karena apabila mendapatkan antrian ini lebih lama membuat konsumen lebih kurang nyaman dan memakan waktu yang lama. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pelanggan HM Yunus tidak pernah mengantri lama jika makan di tempat restoran dapat dilihat tabel berikut ini:

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan HM Yunus Tidak Pernah Mengantri Lama Jika Makan Di Tempat Restoran

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	38	38,7
2	Setuju	39	39,7
3	Cukup Setuju	21	21,4
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pelanggan HM Yunus tidak pernah mengantri lama jika makan di tempat restoran yang berjumlah

98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 38 orang (38,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 39 orang (39,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 21 orang (21,4%).

Maka dari hasil tanggapan responden yang menjawab paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen jarang untuk mengantri lama di restoran tersebut dan jarang sekali konsumen menunggu lama dalam mengunjungi restoran Pondok Patin HM Yunus ini. Hal ini yang membuat konsumen merasa pelayanan yang diberikan selalu tepat dan cepat.

d. Karyawan HM Yunus Selalu Bersedia Dalam Melayani Pelanggan

Melayani pelanggan dalam memberikan suatu produk dan jasa yang dapat memberikan kebutuhan untuk konsumen dengan pelayanan yang baik dan sesuai pada kebutuhan konsumen maka akan mempermudah konsumen mendapatkan pilihannya dengan yang diharapkannya tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai karyawan HM Yunus selalu bersedia dalam melayani pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan HM Yunus Selalu Bersedia Dalam Melayani Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	42	42,8
2	Setuju	35	35,7
3	Cukup Setuju	21	21,4
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai karyawan HM Yunus selalu bersedia dalam melayani pelanggan yang berjumlah

98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 42 orang (42,8%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 35 orang (35,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 21 orang (21,4%).

Maka dari hasil diatas mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa karyawan yang ada pada Pondok Patin HM Yunus ini selalu melayani pelanggan dengan baik dan merasa setiap menangani pelanggan selalu sesuai dengan keinginan dari pelanggan. Melayani dengan baik agar setiap pelanggan merasa betah dengan rumah makan atau makanan yang disediakan di Pondok Patin HM Yunus.

4) Jaminan (*Assurance*)

Kepastian atas pelayanan yang baik diperlukan untuk suatu wujud pelayanan. Wujud kepastian ini ditetapkan oleh jaminan yang diberikan oleh pegawai, sehingga orang yang menerima pelayanan terus menjadi puas serta percaya bahwa seluruh wujud yang diberikan kepada pelanggan. Jaminan atau assurance ini adalah kepercayaan dari konsumen yang melibatkan produk atau jasa yang diinginkannya. Jaminan ini memiliki kredibilitas yang mendapatkan kepastian bahwa segala sutu yang diberikan untuk konsumen sesuai dengan pengharapan konsumen tersebut.

Jaminan assurance ini adalah kepercayaan yang lebih dimiliki oleh produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen atas dasar kebutuhan dan keinginannya tersebut, dengan kepercayaan ini juga lebih di yakinkan oleh konsumen. Jaminan ini adalah pelayanan yang diberikan oleh pegawai yang selalu di tentukan dengan *performancenya* yang berdampak kepada kepuasan pelanggan yang mana harus



diterima secara baik dengan jelas, jaminan dari suatu pelayanan ini ditentukan dari komitmen organisasi yang kuat dan sejalan pada keuntungan dari perusahaannya tersebut. Adapun penjelasan jaminan (assurance) dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Pondok Patin HM Yunus Memberikan Rasa Yang Membuat Pelanggan Percaya Terhadap Masakannya

Rasa percaya terhadap suatu produk terutama pada makanan atau minuman yang ada di restoran akan menghasilkan dan memberikan kemudahan bagi konsumen, rasa percaya ini lebih diutamakan dari suatu makanan karena makanan ini adalah suatu yang di konsumsi dalam tubuh dan harus sehat agar tidak menjadi penyakit. Dengan hal ini setiap konsumen memiliki kepercayaan yang jelas kepada konsumen atau pun pelanggan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus memberikan rasa yang membuat pelanggan percaya terhadap masakannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Mengenai Pondok Patin HM Yunus Memberikan Rasa Yang Membuat Pelanggan Percaya Terhadap Masakannya

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	55	56
2	Setuju	32	32,6
3	Cukup Setuju	11	11,2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan diatas diketahui tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus memberikan rasa yang membuat pelanggan percaya terhadap masakannya yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju



berjumlah 55 orang (56%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 32 orang (32,6%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 11 orang (11,2%).

Maka dari hasil dan keterangan diatas maka mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa rasa yang dibuat oleh pondok patin HM Yunus ini selalu dengan rasa dan masakan yang dipercayai oleh konsumen, sehingga dengan rasa ini pun dapat mempermudah pilihan yang memberikan kesenangan bagi konsumen tersebut.

b. Karyawan Pada Pondok Patin HM Yunus Selalu Ramah Terhadap Pelanggan

Ramah terhadap pelanggan dan memberikan keyakinan kepada setiap kebutuhan pelanggan maka akan membuat suatu hal yang menjadikan pilihan yang dapat mempermudah proses dari pelanggan tersebut. Ramah dalam artian peduli terhadap apa yang sudah membuat konsumen yakin dengan situasi dan keadaan, respect kepada pelanggan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai karyawan pada Pondok patin HM Yunus selalu ramah terhadap pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Pada Pondok Patin HM Yunus Selalu Ramah Terhadap Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	35	35,7
2	Setuju	36	36,7
3	Cukup Setuju	27	27,5
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai karyawan pada pondok patin HM Yunus selalu ramah terhadap pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 35 orang (35,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 36 orang (36,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 27 orang (27,5%).

Maka dari hasil diatas mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa karyawan yang bekerja pada rumah makan Pondok Patin dituntut harus melayani pelanggan dengan ramah dan sopan agar mendapatkan feed back yang baik dan sesuai pada dengan harapan dari konsumennya. Apabila karyawan rumah makan ini tidak ramah maka suasana yang kurang baik selalu tercipta oleh rumah makan ini.

c. Cita Rasa Makanan Yang Ada Pada Restoran HM Yunus Selalu Enak dan Konsisten

Cita rasa dalam suatu makanan yang membuat seorang konsumen lebih memilih dan menentukan apa yang dimilikinya tersebut, cita rasa adalah suatu kebutuhan yang ada pada indera pengecap yang mana dengan citarasa ini memberikan kenikmatan pada sebuah makanan atau minuman yang dirasakan oleh konsumen apalagi lebih konsisten. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai cita rasa makanan yang ada pada restoran HM Yunus selalu enak dan konsisten dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Tabel 4.21
Tanggapan Responden Mengenai Cita Rasa Makanan Yang Ada Pada Restoran HM Yunus Selalu Enak Dan Konsisten

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	53	54
2	Setuju	38	38,7
3	Cukup Setuju	7	7,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan respnden mengenai cita rasa makanan yang ada pada restoran HM Yunus selalu enak dan konsisten yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 53 orang (54%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 38 orang (38,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 7 orang (7,1%).

Maka dari hasil penjelasan diatas mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa rasa yang dimiliki oleh makanan dan minuman Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus sesuai dengan cita rasa yang enak dan rasa nya selalu konsisten dan tidak pernah berubah, sehingga banyak dari konsumen yang merasakan makanan di HM Yunus ini selalu enak.

d. Restoran HM Yunus Memiliki Tempat Yang Bersih dan Steril

Kebersihan tempat yang bersih dan steril adalah salah satu bentuk yang dapat mempermudah konsumen dan memberikan rasa aman untuk konsumen ini, karena dengan tempat yang bersih juga akan memastikan produk makanan ini sehat dan bergizi, serta ada makanan yang lazim dan harus dimakan. untuk

melihat hasil tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus memiliki tempat yang bersih dan steril dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Mengenai Restoran HM Yunus Memiliki Tempat Yang Bersih Dan Steril

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	37	37,7
2	Setuju	49	50
3	Cukup Setuju	12	12,2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai restoran HM Yunus memiliki tempat yang bersih dan steril yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang (37,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 49 orang (50%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 12 orang (12,2%).

Maka dari hasil tanggapan diatas maka mayoritas responden paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa restoran pondok patin HM Yunus ini memiliki tempat yang bersih dan tertata rapi dan selalu menjaga kebersihan oleh karyawan ini. dengan hal ini kebersihan tempat menjadikan kenyamanan untuk konsumen itu sendiri.

5) Empati (*Empathy*)

Empati ini merupakan suatu perhatian yang dilakukan secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan ini seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan dari karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha dari perusahaan yang memahami keinginan dari



karyawan dan kebutuhan pelanggannya. Empathi ini adalah kepedulian dan perhatian yang dilakukan secara pribadi yang untuk pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan tersebut mendapatkan kebutuhan yang diinginkannya. Untuk melihat empati dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pondok Patin HM Yunus Selalu Melayani Tanpa Membedakan Status Sosial Pelanggan

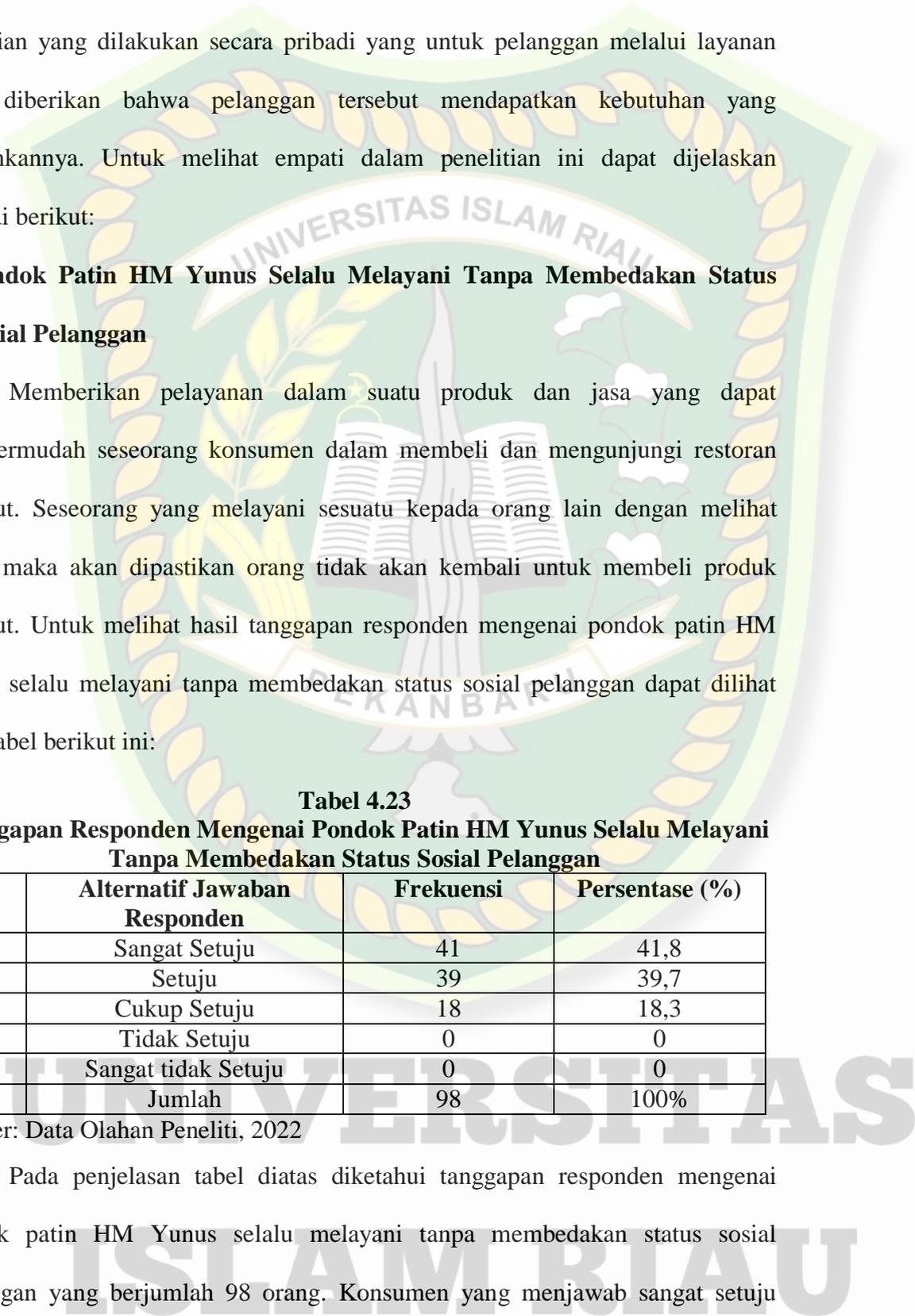
Memberikan pelayanan dalam suatu produk dan jasa yang dapat mempermudah seseorang konsumen dalam membeli dan mengunjungi restoran tersebut. Seseorang yang melayani sesuatu kepada orang lain dengan melihat status maka akan dipastikan orang tidak akan kembali untuk membeli produk tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus selalu melayani tanpa membedakan status sosial pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Mengenai Pondok Patin HM Yunus Selalu Melayani Tanpa Membedakan Status Sosial Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	41	41,8
2	Setuju	39	39,7
3	Cukup Setuju	18	18,3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus selalu melayani tanpa membedakan status sosial pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju



berjumlah 41 orang (41,8%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 39 orang (39,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 18 orang (18,3%).

Maka dari hasil keterangan diatas maka mayoritas responden yang mengatakan paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen tidak pernah mendapatkan pelayanan yang kurang baik apabila berada di Restoran HM Yunus, karyawan yang melayani selalu bersikap baik dan ramah kepada semua pelanggannya.

b. Pondok HM Yunus Selalu Memperhatikan Apa Yang Dibutuhkan Oleh Pelanggan

Memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan adalah suatu hal yang memungkinkan seseorang untuk mendapatkan apa yang diinginkannya sesuai pada harapannya saat ini. dengan memperhatikan yang dibutuhkan juga mempermudah seseorang untuk mendapatkan pelayanan yang baik. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pondok HM Yunus selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Mengenai Pondok HM Yunus Selalu Memperhatikan Apa Yang Dibutuhkan Oleh Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	39	39,7
2	Setuju	37	37,7
3	Cukup Setuju	12	12,2
4	Tidak Setuju	10	10,2
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pondok HM Yunis selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 39 orang (39,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 37 orang (37,7%). Konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 12 orang (12,2%). Dan konsumen yang menjawab tidak setuju berjumlah 10 orang (10,2%).

Maka dari hasil dan keterangan diatas mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen merasakan bahwa apa yang dibutuhkan oleh nya selalu dipenuhi oleh karyawan atau restoran pondok patin HM Yunus ini. setiap apa yang konsumen butuhkan di lakukan oleh konsumen tersebut.

c. Karyawan Pondok Patin HM Yunus Selalu Sopan Dalam Berinteraksi Dengan Pelanggan

Kesopanan dan interaksi yang baik dalam suatu produk atau pun jasa akan lebih memberikan pelayanan yang baik atau yang mana dapat menjadikan setiap orang yang membutuhkan perhatian yang sangat mendalam. Dengan hal ini juga apabila interaksi yang diciptakan itu baik akan menjadikan keinginan konsumen lebih mudah. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai karyawan pondok patin HM Yunus selalu sopan dalam berinteraksi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.25

Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Pondok Patin HM Yunus Selalu Sopan Dalam Berinteraksi

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	38	38,7

2	Setuju	37	37,7
3	Cukup Setuju	20	20,4
4	Tidak Setuju	3	3
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai karyawan pondok patin HM Yunus selalu sopan dalam berinteraksi yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 38 orang (38,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 37 orang (37,7%). Konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 20 orang (20,4%). Dan konsumen yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 orang (3%).

Maka dari hasil dan keterangan ini mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini di karenakan bahwa karyawan yang bekerja pada pondok patin HM Yunus ini sellau melayani konsumen dengan sopan serta interaksi yang diberikan selalu responsive sehingga setiap kebutuhan yang diinginkan konsumen selalu terpenuhi.

d. Pondok Patin HM Yunus Selalu Memperhatikan Kebutuhan Atau Pesanan Pelanggan

Memperhatikan kebutuhan dan pesanan pelanggan akan menjadi suatu yang lebih adil dan lebih efektif dalam melakukan dan melayani suatu produk yang sesuai pada batas dan kebutuhan dari pelanggan ini, pada dasarnya jika memperhatikan kebutuhan pelanggan akan lebih mudah dipenuhi dengan produk tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Pondok Patin HM Yunus selalu memperhatikan kebutuhan atau pesanan pelanggan dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Mengenai Pondok Patin HM Yunus Selalu
Memperhatikan Kebutuhan Atau Pesanan Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	26,5
2	Setuju	36	36,7
3	Cukup Setuju	21	21,4
4	Tidak Setuju	15	15,3
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pondok patin HM Yunus selalu memperhatikan kebutuhan atau pesanan pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 orang (26,5%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 36 orang (36,7%). Konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 21 orang (21,4%). Dan konsumen yang menjawab tidak setuju berjumlah 15 orang (15,3%).

Maka dari hasil dan keterangan diatas maka mayoritas responden yang menjawab paling tinggi ialah setuju, hal ini di karenakan bahwa konsumen mendapatkan perhatian dari pesanan yang didapatkannya sehingga setiap pesanan yang di berikan akan membuat konsumen lebih merasa diperhatikan.

Tabel 4.27
Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden berdasarkan Variabel
Kualitas Pelayanan (X) Pada Rumah Makan Pondok Patin HM
Yunus Pekanbaru

Variabel Kualitas Pelayanan	Skor Jawaban					Skor
	5	4	3	2	1	
Bukti Fisik						
Pegawai pada Pondok Patin HM Yunus berpenampilan menarik dan rapi	37	42	19	0	0	410
Bobot Nilai	185	168	57	0	0	

Restoran HM Yunus memiliki tata ruang dan pencahayaan yang baik untuk pelanggan	27	45	26	0	0	393
Bobot Nilai	135	180	78	0	0	
Fasilitas yang disediakan oleh HM Yunus selalu lengkap	53	51	14	0	0	511
Bobot Nilai	265	204	42	0	0	
Parkir yang disediakan Pondok Patin HM Yunus selalu aman dan terjamin	55	31	12	0	0	435
Bobot Nilai	275	124	36	0	0	
Total Skor						1.749
Kehandalan						
Restoran HM Yunus selalu menyajikan makanan tepat waktu untuk konsumen	39	42	10	7	0	407
Bobot Nilai	195	168	30	14	0	
Restoran HM Yunus selalu cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan	14	27	38	19	0	330
Bobot Nilai	70	108	114	38	0	
Restoran HM Yunus selalu peduli terhadap pelayanan yang diberikan untuk pelanggan	34	37	27	0	0	400
Bobot Nilai	170	148	81	0	0	
Restoran HM Yunus selalu mampu menangani keluhan konsumen yang diterimanya	23	30	39	6	0	364
Bobot Nilai	115	120	117	12	0	
Total Skor						1.501
Daya Tanggap						
Pondok Patin HM Yunus selalu menyajikan makanan yang sesuai dengan pesanan pelanggan	48	35	15	0	0	425
Bobot Nilai	240	140	45	0	0	



HM Yunus selalu memberikan informasi menu dan harga yang jelas kepada konsumen	33	38	27	0	0	398
Bobot Nilai	165	152	81	0	0	
Pelanggan HM Yunus tidak pernah mengantri lama jika makan di tempat restoran	38	39	21	0	0	409
Bobot Nilai	190	156	63	0	0	
Karyawan HM Yunus selalu bersedia dalam melayani pelanggan	42	35	21	0	0	413
Bobot Nilai	210	140	63	0	0	
Total Skor						1.645
Jaminan						
Pondok Patin HM Yunus memberikan rasa yang membuat pelanggan percaya terhadap masakannya	55	32	11	0	0	436
Bobot nilai	275	128	33	0	0	
Karyawan pada Pondok Patin HM Yunus selalu ramah terhadap pelanggan	35	36	27	0	0	401
Bobot nilai	175	144	81	0	0	
Cita rasa makanan yang ada pada Restoran HM Yunus selalu enak dan konsisten	53	38	7	0	0	438
Bobot Nilai	265	152	21	0	0	
Restoran HM Yunus memiliki tempat yang bersih dan steril	37	49	12	0	0	417
Bobot Nilai	185	196	36	0	0	
Total Skor						1.692
Empati						
Pondok Patin HM Yunus selalu melayani tanpa membedakan status sosial	41	39	18	0	0	415

pelanggan						
Bobot Nilai	205	156	54	0	0	
HM Yunus selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan	39	37	12	10	0	399
Bobot Nilai	195	148	36	20	0	
Karyawan Pondok Patin HM Yunus selalu sopan dalam berinteraksi dengan pelanggan	38	37	20	3	0	404
Bobot Nilai	190	148	60	6	0	
HM Yunus selalu memperhatikan kebutuhan atau pesanan pelanggan	26	36	21	15	0	367
Bobot Nilai	130	144	63	30	0	
Total Skor						1.585
Total Skor						8.172
Skor Tertinggi						511
Skor Terendah						364
Kriteria Penilaian						Baik

Sumber: Data Olahan, 2022

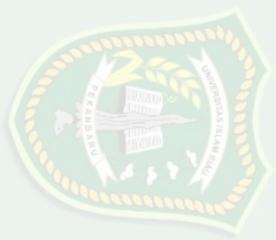
Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada indicator yaitu Fasilitas yang disediakan oleh HM Yunus selalu lengkap dengan skor sebanyak 511. Dan yang paling rendah berada pada Restoran HM Yunus selalu mampu menangani keluhan konsumen yang diterimanya dengan skor sebanyak 364.

Dan untuk mengetahui jumlah skor ideal seluruh jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

Skor Maksimal : $\sum \text{item} \times \text{bobot tertinggi} \times \sum \text{Responden}$

$$20 \times 5 \times 98 = 9.800$$

Skor Minimal : $\sum \text{item} \times \text{bobot terendah} \times \sum \text{Responden}$



$$20 \times 1 \times 98 = 1.960$$

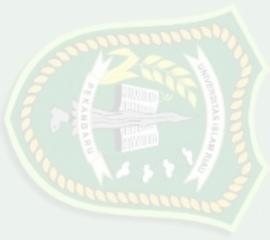
$$\begin{aligned} \text{Rata-Rata} &: \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5} \\ &: \frac{9.800 - 1.960}{5} \\ &: 1.568 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel kualitas pelayanan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru dapat ditentukan dibawah ini:

Sangat Baik	= 9800- 8.232
Baik	= 8.232- 6.664
Netral	= 6.664- 5.096
Tidak Baik	= 5.096- 3.528
Sangat Tidak Baik	= 3.528- 1.960

Berdasarkan data pada tabel tersebut, hasil skor total untuk variabel kualitas pelayanan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru adalah sebesar 8.172 Pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 8.232- 6.664 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini dikarenakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh rumah makan Pondok Patin HM Yunus sudah baik dan selalu merespon sangat positif terhadap konsumennya, sehingga dari hal ini dapat diketahui bahwa kepuasan dan kebutuhan pelanggan selalu terpenuhi.

Indikator yang paling berada dengan skor tertinggi yaitu pada dimensi bukti fisik yang mana pernyataan Fasilitas yang disediakan oleh HM Yunus selalu



lengkap. Hal ini dikarenakan bahwa fasilitas baik itu toilet, wc dan perlengkapan untuk konsumen disediakan lebih jelas dan baik. Sementara skor dimensi terendah berada pada indikator Restoran HM Yunus selalu mampu menangani keluhan konsumen yang diterimanya yaitu dari dimensi Keandalan. Hal ini dikarenakan bahwa setiap keluhan yang di beri oleh konsumen masih kurang dilakukan tindakan yang ditanggapi untuk konsumen, apalagi ketika sedang ramai pengunjung.

4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap perbedaan antara tingkat minat sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakannya setelah digunakan. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan tentang kepuasan, kesenangan atau kebanggaan yang dirasakan konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan ini merupakan suatu pengharapan yang sesuai dengan keinginannya dari konsumen yang membuat segala hal untuk di lakukannya dalam memutuskan pembelian dan sudah merasakan produk tersebut. Adapun indikator dari kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

1. Pelanggan Selalu Menerima Makanan dan Minuman Di Pondok HM Yunus Yang Sesuai Dengan Harapannya

Pembelian dalam suatu produk yang sesuai dengan harapan akan mempermudah setiap apa yang diinginkan, kesesuaian harapan yang baik dalam suatu produk atau jasa yang membuat konsumen ingin merasakan produk nya kembali. Dalam kesesuaian harapannya ini dapat menyesuaikan kebutuhannya



yang menjadi rekomendasi. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pelanggan selalu menerima makanan dan minuman di pondok HM Yunus yang sesuai dengan harapannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.28
Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Selalu Menerima Makanan Dan Minuman Di Pondok HM Yunus Yang Sesuai Dengan Harapannya

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	35	35,7
2	Setuju	32	32,6
3	Cukup Setuju	31	31,6
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pelanggan selalu menerima makanan dan minuman di pondok HM Yunus yang sesuai dengan harapannya yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 35 orang (35,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 32 (32,6%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 31 orang (31,6%).

Maka dari hasil pernyataan diatas jawaban paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen mendapatkan minuman dan makanan selalu sesuai dengan harapan yang dibutuhkannya, dengan makanan yang disukainya dapat membuat dirinya puas dan rasa yang sama menurut konsumen.

2. Pelayanan Yang Diberikan Oleh HM Yunus Sesuai Dengan Keinginan Dan Kebutuhan Pelanggan

Pelayanan yang diberikan dalam menyesuaikan kebutuhan yang membuat sesuatu lebih efektif dalam pelayanan kepada pelanggan, dengan pelayanan ini

dapat membuat seseorang lebih merasa puas dan lebih baik dalam memilih produk. Dengan pelayanan yang diberikan untuk menyesuaikan keinginan yang dapat menjadi hal ini lebih efektif. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pelayanan yang diberikan oleh HM Yunus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.29
Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Yang Diberikan Oleh HM Yunus Sesuai Dengan Keinginan Dan Kebutuhan Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	37	37,7
2	Setuju	41	41,8
3	Cukup Setuju	20	20,4
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pelayanan yang diberikan oleh HM Yunus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang (37,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 41 orang (41,8%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 20 orang (20,4%).

Maka dari hasil diatas maka mayoritas responden paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen merasakan bahwa pelayanan yang didapat oleh konsumen ini lebih dari yang diharapkan sehingga pelayanan yang dapat dipuaskan oleh rumah makan HM Yunus Pekanbaru ini.

3. Fasilitas Yang Disediakan Oleh Pondok HM Yunus Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Fasilitas yang dapat membuat suasana lebih nyaman dapat membuat seseorang lebih merasa yakin dengan produk atau jasa in, fasilitas yang dapat mempermudah konsekuensi yang dimiliki oleh konsumen dan membuat suatu keyakinan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai fasilitas yang disediakan oleh pondok HM Yunus sesuai dengan harapan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.30
Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Yang Disediakan Oleh Pondok HM Yunus Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	54	55
2	Setuju	12	12,2
3	Cukup Setuju	32	32,6
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai fasilitas yang disediakan oleh Pondok HM Yunus sesuai dengan harapan pelanggan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 54 orang (55%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 12 orang (12,2%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 32 orang (32,6%).

Maka dari hasil dan keterangan diatas maka mayoritas yang menjawab paling tinggi ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen mendapatkan fasilitas yang memadai namun dari fasilitas yang didapatkan ini bukan berarti konsumen akan lebih sering untuk membeli makanan di pondok patin HM Yunus ini, konsumen yang merasakan fasilitas yang kurang memadai

maka akan lebih mempermudah konsumen dalam memenuhi permintaan pelanggannya dengan baik dan efektif.

4. Pelanggan Selalu Berminat Ke Restoran HM Yunus Karena Pelayanan Yang Diberikan

Minat dalam melayani restoran dan mempermudah suatu hal yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan suatu yang diinginkan lebih menjadi pilihan dari konsumen. Dari hal ini juga memungkinkan seseorang untuk mempermudah situasi dengan kebutuhan yang diberikan oleh pelanggan, seseorang dengan pelayanan yang baik akan mendapatkan minat yang lebih tinggi juga. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pelanggan yang selalu berminat ke restoran HM Yunus karena pelayanan yang diberikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.31
Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Yang Selalu Berminat Ke Restoran HM Yunus Karena Pelayanan Yang Diberikan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	37	37,7
2	Setuju	31	31,6
3	Cukup Setuju	16	16,3
4	Tidak Setuju	14	14,2
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pelanggan yang selalu berminat ke restoran HM Yunus karena pelayanan yang diberikan yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang (37,7%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 31 orang (31,6%).

Konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 16 orang (16,3%). Dan konsumen yang menjawab tidak setuju berjumlah 14 orang (14,2%).

Maka dari hasil dan keterangan diatas mayoritas paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen memang selalu berminat membeli dan berkunjung ke Restoran HM Yunus karena pelayanannya yang sesuai dengan kebutuhannya. Dengan pelayanannya yang memuaskan dapat mampu memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

5. Pelanggan Selalu Berkunjung Kembali Karena Cita Dan Rasa Makanannya Berbeda Dari Restoran Yang Lain

Berkunjung kembali suatu hal yang dapat menjadi pilihan yang sudah dirasakan oleh konsumen. Pada dasarnya berkunjung kembali ini karena konsumen sebelumnya sudah pernah membeli dan mengunjungi produk atau jasa ini dengan kesukaan dan keminatannya. Berkunjung kembali yang dilakukan oleh konsumen adalah konsumen yang merasakan cita rasa yang berbeda dari restoran yang lain. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pelanggan selalu berkunjung kembali karena cita dan rasa makanannya berbeda dari restoran yang lain dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.32
Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Selalu Berkunjung Kembali Karena Cita Dan Rasa Makanannya Berbeda Dari Restoran Yang Lain

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	32	32,6
2	Setuju	51	52
3	Cukup Setuju	15	15,3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022



Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pelanggan selalu berkunjung kembali karena cita dan rasa makanannya berbeda dari restoran yang lain yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang (32,6%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 51 orang (52%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 15 orang (15,3%).

Maka dari hasil responden ini maka jawaban paling tinggi ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen selalu mengunjungi restoran HM Yunus karena dengan rasa dan kesukaannya terhadap makanan yang ditawarkannya tersebut. Banyak dari konsumen yang merasa bahwa tidak pernah cita rasa yang dirasakannya dari restoran yang lain.

6. Pelanggan Menyarankan Kepada Teman Untuk Membeli Makanan Di Restoran Pondok Patin HM Yunus

Menyarankan atau memberikan rekomendasi kepada orang lain atau kerabat lain yang membutuhkan produk atau jasa yang dirasakannya dengan saran yang diinginkan atau yang sudah di coba sebelumnya terhadap produk tersebut.

Jika sudah merasakan, dan nikmat maka konsumen akan memberikan saran yang lebih baik dari hal itu kepada orang lain. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pelanggan menyarankan kepada teman untuk membeli makanan di restoran pondok patin HM Yunus dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.33
Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Menyarankan Kepada Teman Untuk Membeli Makanan Di Restoran Pondok Patin HM Yunus

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
----	------------------------------	-----------	----------------

1	Sangat Setuju	41	41,8
2	Setuju	37	37,7
3	Cukup Setuju	20	20,4
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada tanggapan responden mengenai pelanggan menyarankan kepada teman untuk membeli makanan di restoran pondok patin HM Yunus yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 41 orang (41,8%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 37 orang (37,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 20 orang (20,4%).

Dari hasil dan keterangan diatas maka jawaban paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa banyak dari pelanggan yang sudah mencoba membeli makanan di pondok patin HM Yunus akan menyarakannya kepada teman dan kerabatnya tersebut. Banyak dari saran pelanggan yang sudah pernah membeli produk tersebut.

7. Pelanggan Akan Merefereasikan Makanan Yang Ditawarkan Pondok Patin HM Yunus Kepada Kerabat

Memberikan referensi terhadap produk atau jasa yang dapat melibatkan pelanggan atau orang lain yang akan menjadi pilihan atau keunggulan yang sudah dirasakannya terhadap produk ini, dengan referensi yang mudah dan sudah dirasakan sebelumnya lebih enak dari yang diharapkan akan membuat konsumen merasa untuk mereferensikannya ke orang lain. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pelanggan akan mereferensikan makanan yang ditawarkan oleh Pondok Patin HM Yunus kepada kerabat dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.34

Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Akan Mereferensikan Makanan Yang Ditawarkan Pondok Patin HM Yunus Kepada Kerabat

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	44	44,8
2	Setuju	39	39,7
3	Cukup Setuju	15	15,3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat tidak Setuju	0	0
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada penjelasan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pelanggan akan mereferensikan makanan yang ditawarkan pondok patin HM Yunus kepada kerabat yang berjumlah 98 orang. Konsumen yang menjawab sangat setuju berjumlah 44 orang (44,8%). Konsumen yang menjawab setuju berjumlah 39 orang (39,7%). Dan konsumen yang menjawab cukup setuju berjumlah 15 orang (15,3%).

Maka mayoritas yang menjawab paling tinggi ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen selalu memberikan referensi yang sesuai pada kebutuhannya dan sudah merasakan konsep yang dapat membuat konsumen yang menyenangkan konsumen sehingga dengan kesenangan yang menjadikan referensinya kepada kerabatnya.

Tabel 4.35

Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru

Variabel Kepuasan Pelanggan	Skor Jawaban					Skor
	5	4	3	2	1	
Kesesuaian Harapan						
Pelanggan selalu menerima makanan dan minuman di Pondok HM Yunus yang	35	32	31	0	0	396

sesuai dengan harapannya						
Bobot Nilai	175	128	93	0	0	
Pelayanan yang diberikan oleh HM Yunus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan	37	41	20	0	0	409
Bobot Nilai	185	164	60	0	0	
Fasilitas yang disediakan oleh Pondok HM Yunus sesuai dengan harapan pelanggan	54	12	32	0	0	414
Bobot Nilai	270	48	96	0	0	
Total Skor						1.219
Minat Berkunjung Kembali						
Pelanggan selalu berminat ke restoran HM Yunus karena pelayanan yang diberikan	37	31	16	14	0	385
Bobot Nilai	185	124	48	28	0	
Pelanggan selalu berkunjung Kembali karena cita dan rasa makanannya berbeda dari restoran yang lain	32	51	15	0	0	409
Bobot Nilai	160	204	45	0	0	
Total Skor						794
Merekomendasikan						
Pelanggan menyarankan kepada teman untuk membeli makanan di restoran pondok patin HM Yunus	41	37	20	0	0	413
Bobot Nilai	205	148	60	0	0	
Pelanggan akan mereferensikan makanan yang ditawarkan Pondok Patin HM Yunus kepada kerabat	44	39	15	0	0	421
Bobot Nilai	220	156	45	0	0	



Total Skor						834
Total Skor						2.847
Skor Tertinggi						421
Skor Terendah						385
Kriteria Penilaian						Baik

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada indicator yaitu Pelanggan akan mereferensikan makanan yang ditawarkan Pondok Patin HM Yunus kepada kerabat dengan skor sebanyak 421. Dan yang paling rendah berada pada Pelanggan selalu berminat ke restoran HM Yunus karena pelayanan yang diberikan dengan skor sebanyak 385.

Dan untuk mengetahui jumlah skor ideal seluruh jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

$$\text{Skor Maksimal} : \sum \text{item} \times \text{bobot tertinggi} \times \sum \text{Responden}$$

$$7 \times 5 \times 98 = 3.430$$

$$\text{Skor Minimal} : \sum \text{item} \times \text{bobot terendah} \times \sum \text{Responden}$$

$$7 \times 1 \times 98 = 686$$

$$\text{Rata-Rata} : \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5}$$

$$: \frac{3.430 - 686}{5}$$

$$: 548$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel kepuasan pelanggan pada

Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru dapat ditentukan dibawah ini:

$$\text{Sangat Baik} = 3.430 - 2.882$$

Baik = 2.882- 2.334

Netral = 2.334- 1.786

Tidak Baik = 1.786- 1.238

Sangat Tidak Baik = 1.238- 690

Berdasarkan data pada tabel tersebut, hasil skor total untuk variabel kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru adalah sebesar 2.847. Pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 2.882- 2.334 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini dikarenakan bahwa konsumen merasakan kepuasan yang lebih efektif dan dapat mempermudah kebutuhan dari pelanggannya. Konsumen yang sudah merasakan rasa yang baik dan sudah jelas mendapatkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen maka konsumen akan mendapatkan kepuasannya.

Dimensi yang paling tinggi dengan skor yang tertinggi pada variabel kepuasan pelanggan berada pada indikator Pelanggan akan mereferensikan makanan yang ditawarkan Pondok Patin HM Yunus kepada kerabat yang mana dimensi merekomendasikan. Hal ini dikarenakan bahwa setelah konsumen melakukan pembelian pada Restoran HM Yunus mereka akan memberikan rekomendasi atas makanan yang ditawarkan.

Serta dimensi yang terendah berada pada dimensi minat berkunjung kembali berada indikator Pelanggan selalu berminat ke restoran HM Yunus karena pelayanan yang diberikan. Hal ini dikarenakan bahwa tidak seluruh pelanggan



selalu ingin berkunjung kembali ke Restoran HM Yunus karena pelayanan yang diberikan karena sering tidak maksimal, apalagi ketika sedang ramai.

4.2.5 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

1) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

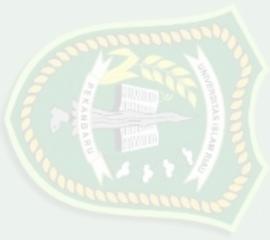
Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat data itu normal atau tidak yang memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi variabel atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara yang mudah untuk melihat normalitas data adalah melihat histogram dan melihat normal probability plots.

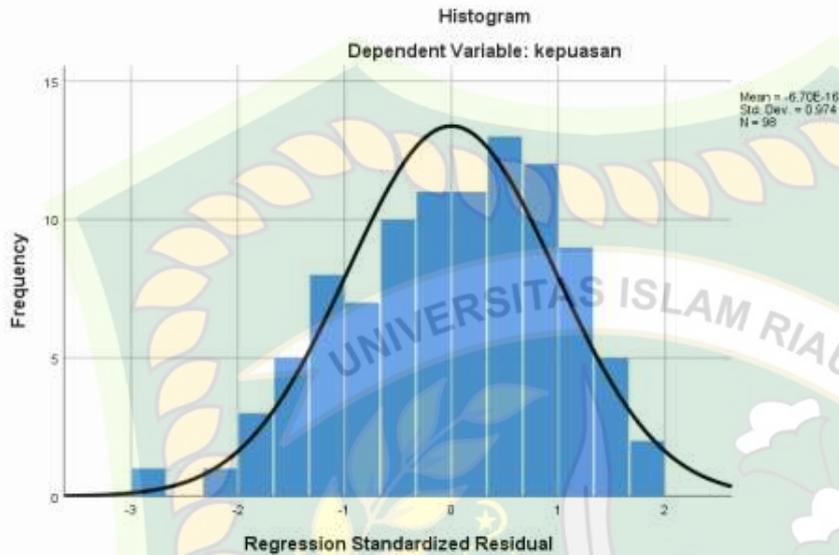
Asumsi dari histogram tersebut adalah:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2
Uji Histogram

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

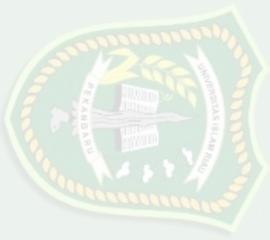




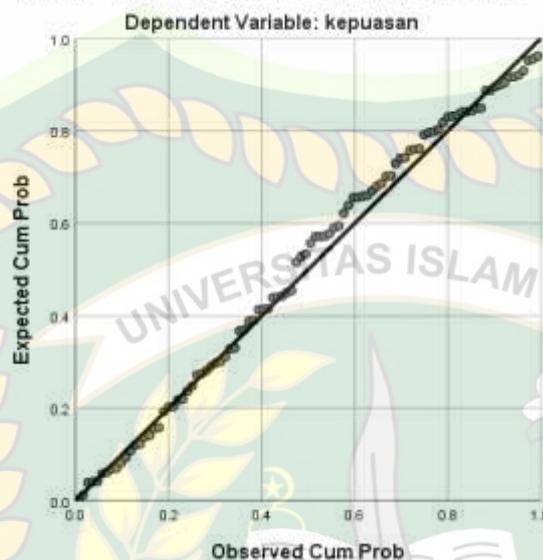
Dari gambar tersebut dilihat bahwa pengujian ini menggunakan uji histogram. Berdasarkan gambar yang dilihat ialah bahwa garis diantara diagonal sumbu X dan Y sejalan meningkat dan tidak bergelombang seiring mengikuti garis pada sebenarnya pada sampai diakhir garis frekuensi sumbu X dan sumbu Y. Jadi dapat diartikan melalui pendekatan histogram menunjukkan variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan dikatakan berdistribusi dengan normal. Dan adapun pendekatan yang digunakan selain uji histogram ialah grafik normal P-Plot yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.3
Normal P-Plot

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari gambar diatas merupakan sebuah gambar uji normalitas menggunakan pendekatan normal P-Plot. Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa bulat-bulat mengikuti garis diagonal antara sumbu X dan sumbu Y serta tidak berjauhan dari sekitar garis tersebut. Titik tersebut tidak memiliki jarak yang berjauhan dan masih mengarah dan mengikuti garis sumbu Y. jadi dapat diartikan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) menggunakan pendekatan normal P-Plot ialah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya antara variabel independen. Jika ada terdapat multikolinearitas. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat besar VIF (*Varians Inflation Factor*) dan nilai tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah mempunyai nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) dibawah



angka 10 ($VIF < 10$) dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas. Untuk melihat hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

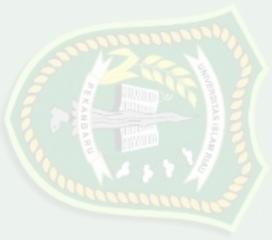
Tabel 4.36
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.578	.763		3.379	.001		
tangible	.384	.121	.196	3.187	.002	.241	4.152
reliability	.531	.101	.017	5.308	.009	.312	3.203
responsiveness	.648	.153	.340	4.245	.000	.143	7.013
assurance	.369	.123	.201	3.012	.003	.206	4.847
empathy	.474	.134	.264	3.537	.001	.164	6.109

a. Dependent Variable: kepuasan

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa merupakan uji multikolinearitas yang dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Diketahui bahwa nilai tolerance dari *tangible* 0,241, *reliability* 0,312, *responsiveness* 0,143, *assurance* dengan nilai 0,206, dan *empati* memiliki nilai 0,164 dan nilai VIF dari *tangible* 4,152, *reliability* memiliki nilai 3,203, *responsiveness* 7,013, *assurance* memiliki nilai 4,847 dan *empathy* memiliki nilai 6,109. Dengan demikian dari nilai tersebut memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat diartikan bahwa penelitian ini (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) tidak terjadi masalah multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas



Sebuah uji heterokedastisitas merupakan uji memiliki tujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka di sebut homokedastisitas. Jika varian berbeda maka terjadi heterokedastisitas. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplot. Asumsinya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola (melebar, bergelombang, dan menyempit) maka dapat disimpulkan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas masih terlihat abstrak, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastitas.

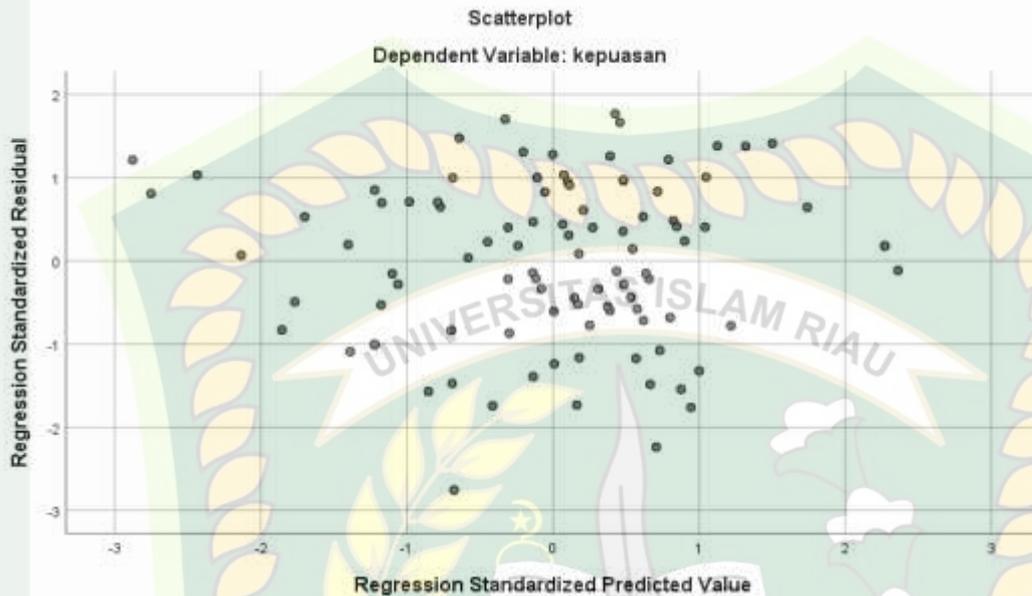
Gambar 4.4
Uji Histogram (Scatter Plot)

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

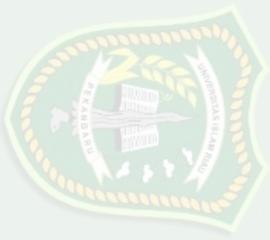
UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Berdasarkan gambar diatas dilakukan pendekatan uji heterokedastisitas menggunakan grafik scatterplot yang menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, titik tersebut tidak berada tetap di sumbu X dan Y akan tetapi menyebar secara lembut, dan juga tidak menunjukkan pola yang rapat dan tidak berada satu sumbu. Namun dari hasil tersebut memiliki titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat diartikan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ialah uji yang digunakan untuk melihat dan memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$. Untuk melihat terjadinya autokorelasi atau tidak dalam model regresi pada penelitian ini adalah dengan melihat nilai statistic Durbin Watson (DW). Dikatakan tidak ada autokorelasi yaitu jika $(du < dw < 4-du)$. Pengambilan keputusan dilakukan melalui



membandingkan nilai DW dengan D_u dan d_L pada tabel. Untuk melihat nilai uji autokorelasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.37
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.857 ^a	.816	.811	1.612	1.536

a. Predictors: (Constant), empathy, reliability, tangible, assurance, responsiveness

b. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan tabel diatas adalah hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin Watson atas dasar dari residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1,536 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-hitung sebesar 1,536 tersebut dibandingkan dengan nilai t-teoritis dalam t tabel d-statistik. Berdasarkan dari tabel d-statistik maka Durbin Watson dengan nilai signifikan $\alpha = 5\%$ dan jumlah data (n) 98 dan $k-5$ diperoleh nilai d_L sebesar 1,56 dan d_U sebesar 1,77 dan $4-d_U$ sebesar 2,23. Karena hasil pengujiannya adalah $d_U < d < 4-d_U$ ($1,77 < 1,536 < 2,23$). Jadi dapat diartikan bahwa data penelitian ini tidak terjadi masalah autokorelasi

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun nilai regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.38
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.578	.763		3.379	.001		
tangible	.384	.121	.196	3.187	.002	.241	4.152
reliability	.531	.101	.017	5.308	.009	.312	3.203
responsiveness	.648	.153	.340	4.245	.000	.143	7.013
assurance	.369	.123	.201	3.012	.003	.206	4.847
empathy	.474	.134	.264	3.537	.001	.164	6.109

a. Dependent Variable: kepuasan

Dari tabel diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 2,578 + 0,384 X_1 + 0,531 X_2 + 0,648 X_3 + 0,369 X_4 + 0,474 X_5 + e$$

Kesimpulannya :

X_1 : Bukti Fisik

X_2 : Kehandalan

X_3 : Daya Tanggap

X_4 : Jaminan

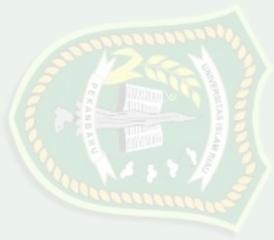
X_5 : Empati

Y : Kepuasan Pelanggan

a : konstanta

b_1 : Koefisien regresi antara bukti fisik terhadap kepuasan

b_2 : Koefisien regresi antara kehandalan terhadap kepuasan



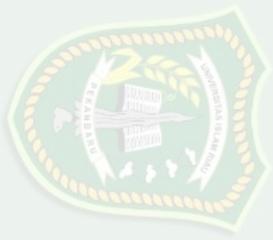
b_3 : Koefisien regresi antara daya tanggap terhadap kepuasan

b_4 : Koefisien regresi antara jaminan terhadap kepuasan

b_5 : Koefisien regresi antara empati terhadap kepuasan

Dari penjelasan tersebut, maka dapat diimplementasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan dari variabel (Y) sebesar 2,578 artinya jika variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* satuan nilainya adalah (0), maka kepuasan pelanggan akan tetap berada pada 2,578. Artinya jika rumah makan pondok patin HM Yunus tidak memberikan pelayanan yang baik dan mampu menanggapi setiap keluhan konsumen maka tingkat kepuasan akan berada tetap pada 2,578 sebesar (1) satuan.
- b. Koefisien regresi dari variabel bukti fisik. Jika satuan nilai dari bukti fisik memiliki coefficient (b_1)= 0,384. Hal ini berarti setiap fasilitas dan peralatan yang diberikan pondok patin HM Yunus ini sesuai dan bersih maka tingkat kepuasan akan meningkat sebesar 0,384 sebesar (1) satuan.
- c. Koefisien regresi dari variabel kehandalan. Jika satuan nilai dari kehandalan yang memiliki coefficient (b_2)= 0,531. Hal ini berarti setiap pondok patin HM Yunus ini menanggapi keluhan konsumen dan cepat dalam menyajikan makanan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,531 sebesar (1) satuan.
- d. Koefisien regresi dari variabel daya tanggap. Jika satuan nilai dari daya tanggap yang memiliki coefficient (b_2)= 0,648. Hal ini berarti setiap pondok patin HM Yunus ini memberikan respon yang cepat dalam melayani konsumen dan tidak mengantri lama maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,648 sebesar (1) satuan.



- e. Koefisien regresi dari variabel jaminan. Jika satuan nilai dari jaminan yang memiliki coefficient (b₂)= 0,369. Hal ini berarti setiap pondok patin HM Yunus ini memberikan jaminan keamanan atas rasa yang diberikan untuk konsumen, dan parkir yang disediakan itu memadai maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,369 sebesar (1) satuan.
- f. Koefisien regresi dari variabel empati. Jika satuan nilai dari empati yang memiliki coefficient (b₂)= 0,474. Hal ini berarti setiap pondok patin HM Yunus ini memberikan hal yang mampu membuat konsumen nyaman, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,474 sebesar (1) satuan.

2) Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen pada pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai (*Adjusted R²*) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pondok patin HM Yunus. Nilai (*Adjusted R²*) mempunyai interval antara 0 dan 1.

Untuk melihat koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.39
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	---------------

1	.857 ^a	.816	.811	1.612	1.536
---	-------------------	------	------	-------	-------

a. Predictors: (Constant), empathy, reliability, tangible, assurance, responsiveness

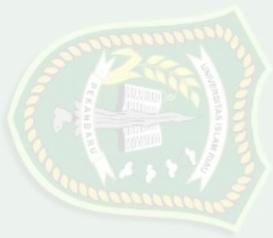
b. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan tabel diatas merupakan koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dan dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar $R = .857^a$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru

Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan sejalan dengan tingkat hubungan yang tinggi. Dari analisis data diatas diketahui bahwa besarnya Adjusted *R Square* 0,816. Hal ini berarti 81,6% variabel kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*). Sedangkan sisanya ($100\% - 81,6\% = 18,4\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti lokasi, citra merek, strategi pemasaran, citra rasa, keputusan pembelian, promosi, bauran pemasaran dan lokasi, daya Tarik wisata, harga dan lain-lain

b. Uji t Parsial

Uji T parsial ialah uji yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan uji statistic t (Uji-T). Pengujian statistic ini dilakukan dengan melihat taraf signifikan (*p value*), jika taraf signifikansi yang memiliki nilai perhitungan dibawah (lebih besar) dari 0,05 maka hipotesis ditolak.



Adapun tanda (-) atau (+) dari Beta dan t menunjukkan arah pengaruh variabel. Apabila (-) maka variabel tersebut berpengaruh negative, artinya akan menurunkan kepuasan pelanggan dan apabila (+) maka berpengaruh positif yang berarti dengan peningkatan variabel tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.40
Uji t Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	2.578	.763		3.379	.001		
tangible	.384	.121	.196	3.187	.002	.241	4.152
reliability	.531	.101	.017	5.308	.009	.312	3.203
responsiveness	.648	.153	.340	4.245	.000	.143	7.013
assurance	.369	.123	.201	3.012	.003	.206	4.847
empathy	.474	.134	.264	3.537	.001	.164	6.109

a. Dependent Variable: kepuasan

Dari dimensi pada variable kualitas pelayanan yang diteliti dapat kita jelaskan berikut ini :

1. Nilai t-hitung untuk dimensi bukti fisik (tangible) = memiliki nilai t hitung $3,187 >$ dan T tabel 1,660 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,002 dengan nilai $(3.187 > 1,660)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bukti fisik (tangible) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru.

2. Nilai t-hitung untuk dimensi kehandalan (reliability) = memiliki nilai t hitung $5,308 >$ dan T tabel $1,660$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,009$ dengan nilai $(5,308 > 1,660)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kehandalan (reliability) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru.
3. Nilai t-hitung untuk dimensi daya tanggap (responsiveness) = memiliki nilai t hitung $4,245 >$ dan T tabel $1,660$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,000$ dengan nilai $(4,245 > 1,660)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya daya tanggap (responsiveness) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru.
4. Nilai t-hitung untuk dimensi jaminan (assurance) = memiliki nilai t hitung $3,012 >$ dan T tabel $1,660$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,003$ dengan nilai $(3,012 > 1,660)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya jaminan (assurance) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru.
5. Nilai t-hitung untuk dimensi empati (empathy) = memiliki nilai t hitung $3,537 >$ dan T tabel $1,660$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,001$ dengan nilai $(3,537 > 1,660)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya empati (empathy) secara parsial berpengaruh



signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru.

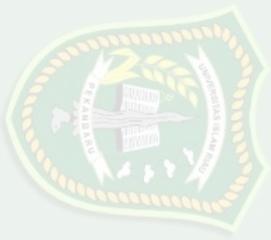
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan dari pada penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru. dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka akan terlihat sejauh mana kepuasan pelanggan yang dimiliki oleh pelanggan tersebut.

Berdasarkan pengujian menggunakan uji t parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 artinya kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru.

Dari hasil ini kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Makna dari positif ini berarti apabila Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru memiliki pelayanan yang baik, dan selalu menanggapi keluhan konsumen secara efektif maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Namun apabila pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru rendah atau tidak memberikan fasilitas yang baik dan memadai untuk konsumen maka kepuasan pelanggan akan tetap atau semakin menurun.

Skor persentase tertinggi pada variabel kualitas pelayanan berada pada di



indikator Fasilitas yang disediakan oleh HM Yunus selalu lengkap, hal ini dikarenakan bahwa fasilitas dari rumah makan atau restoran Pondok Patin ini selalu tersedia lengkap dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya seperti ruang VIP, toilet, westafel, musholla dan fasilitas lainnya yang memudahkan pelanggan.

Dan yang paling rendah berada pada Restoran HM Yunus selalu mampu menangani keluhan konsumen yang diterimanya, hal ini dikarenakan keluhan konsumen yang diterima masih kurang ditanggapi secara langsung, apalagi pada saat ramai pengunjung, keluhan yang didapatkan dari konsumen ini terbilang rendah dan tidak dipenuhi oleh keadaan yang baik untuk konsumen.

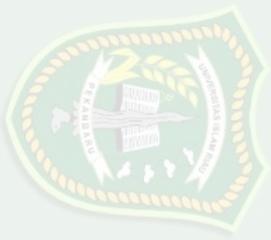
Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Inten Surya (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. Dari hasil penelitian ini memiliki leseluruhan variabel kualitas layanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati) berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur, pelayanan Restoran Baruna Sanur.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Nirma tahun 2019 yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada toko giant kota Makassar. Hasil riset menampilkan kalau: terdapat pengaruh positif serta signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan pada took giant kota Makassar dengan persamaan regresi linier sederhana $Y=9,883+0,534 X$ dengan tingkatan signifikan 000 serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,648.



Kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru . Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan sejalan dengan tingkat hubungan yang tinggi. Dari analisis data diatas diketahui bahwa besarnya Adjusted *R Square* 0,816. Hal ini berarti 81,6% variabel kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*).

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat dijabarkan oleh peneliti, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Para pelanggan setuju bahwa Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus selalu berusaha memberikan Kualitas Pelayanan yang baik, sehingga pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang di berikan tersebut.
2. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru adalah dikarenakan beberapa factor diantaranya : Fasilitas yang di sediakan, cita rasa yang di tawarkan, dan juga kebersihannya.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang di berikan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus, maka semakin baik pula tingkat kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Selanjutnya terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti



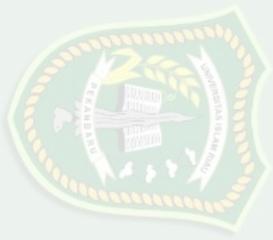
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

dengan berdasarkan dari hasil keseluruhan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi pihak pengelola rumah makan pondok patin HM Yunus tentunya sangat penting untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan demi kepuasan para pelanggan. Untuk itu pihak pengelola harus terus melakukan inovasi dan evaluasi karena bagaimana pun kondisi pasar selalu berubah dan selalu menuntut perbedaan, ditambah lagi ada banyak competitor lain yang bergerak di bidang yang sama. Sehingga sangat penting bagi pengeolola untuk terus menjalankan strategi bisnis yang selalu berkembang, baik secara promosi produk, inovasi tempat penjualan, maupun produk yang dijual.
2. Diharapkan juga kepada rumah makan pondok patin HM Yunus untuk selalu memperhatikan keluhan pelanggan yang mana dengan keluhan ini dapat menjadi masukan bagi rumah makan dan untuk karyawan yang bertujuan agar karyawan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga pesanan yang di pesan oleh pelanggan sesuai dengan keinginannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengambil judul seperti ini sebaiknya menambah variabel penelitian serta menambah beberapa objek penelitian sehingga mendapatkan perbandingan hasil dari beberapa objek penelitian yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Almasdi dan Jusuf Suit. (2012). *Aspek Sikap Mental dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Syiar Media.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Melayu S.P. (2005). *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah* (Revisi Cetakan ke-4 ed.). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hawkins, Delbert and David Mothersbaugh. (2016). *Consumer Behavior* (13th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hurriyati, Alma dan. (2008). *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler dan Armstrong. (2006). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan perihal Merek*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran, Marketing Management : Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Survey Konsumen* (Vol. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kuswadi. (2004). *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.



- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rangkuti, F. (2006). *Strategi Pemasaran Edisi Ke-2*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Rosady, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J. (2004). *Statistik : Teori dan Aplikasi (5 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran (2 ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management and Strategy Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Brand Management & Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konseumen (Revisi ed.)*. Jakarta: Gramedia.
- Umar, Husein. (2006). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Valarie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner. (2008). *Service Marketing*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Yamit, Zulian. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Zeithaml. (2009). *Service Marketing*. Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc.



Wibowo. (2012). *Pengetahuan Tata Hidang*. Jakarta: Esensi.

Jurnal dan Penelitian

Apriani, D. (2017, Oktober 2). *Jurnal Administrasi Bisnis. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A. Coffe Shop Sidoarjo)*, 51.

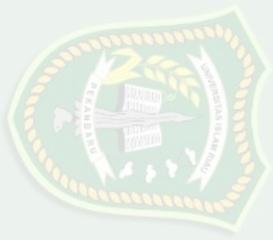
Ida Ayu Inten Surya Utami dan I Made Jatra. (2015). *E-Jurnal Manajemen UNUD. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur, Vol. 4, No. 7.*

Parasuraman, A. (2001). *Jurnal of Marketing. The Behavioral Consequenses of Service Quality, Vol. 60.*

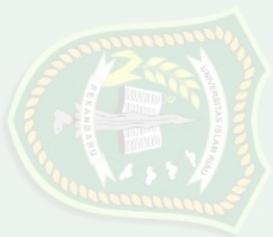
Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1998). *Journal Of Retailing. SERVQUAL: a multiple item scale for Measuring consumer perceptions of Service Quality, vol. 64 No,1, pp. 12-40.*

Vranakis, S., Chatzoglou, P, And Mpaloukas, A. (n.d.). *Customer Satisfaction of Greek Mobile Phone Services. International Journal of Managing Value and Supply Chains, 3 (4), pp 43-54.*

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
 PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
 UNIVERSITAS ISLAM RIAU



LAMPIRAN

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

NO

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Seiring salam dan do'a, semoga Bapak/Ibu/sdr/I dalam keadaan sehat walafiat dan selalu sukses dalam menjalankan aktifitas sehari-hari, Amin. Melalui kesempatan ini, saya mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Pekanbaru mengharapkan kesedian Bapak/Ibu/Sdr/I untuk dapat bersedia menjadi responden dan meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner ini.

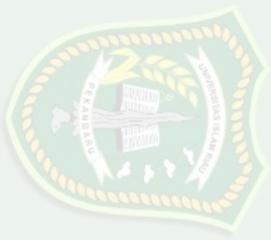
Tujuan dari pengisian kuesioner ini adalah untuk menyelesaikan penelitian pada skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pondok Patin H.M Yunus Pekanbaru”**

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Peneliti

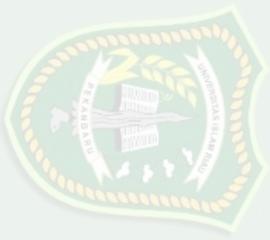
**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :



MUHAMMAD TRI HADI

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
3. Usia : a. 20 - 25 Tahun
b. 26 - 30 Tahun
c. 31 - 40 Tahun
d. 41 - 50 Tahun
e. Diatas 50 Tahun
4. Pendidikan Terakhir : a. SD d. Diploma
b. SMP e. S-1
c. SLTA f. Pascasarjana (S2,S3)
5. Pekerjaan :

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS**

1. Silahkan beri tanda ✓ pada kolom yang anda pilih.
2. Untuk penilaiannya yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), CS (Cukup Setuju), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

A. Kualitas Pelayanan (X)

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
Bukti Fisik						
1	Pegawai pada Pondok Patin HM Yunus berpenampilan menarik dan rapi					
2	Restoran HM Yunus memiliki tata ruang dan pencahayaan yang baik untuk pelanggan					
3	Fasilitas yang disediakan oleh HM Yunus selalu lengkap					
4	Parkir yang disediakan Pondok Patin HM Yunus selalu aman dan terjamin					
Kehandalan						
5	Restoran HM Yunus selalu menyajikan makanan tepat waktu untuk konsumen					
6	Restoran HM Yunus selalu cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan					
7	Restoran HM Yunus selalu peduli terhadap pelayanan yang diberikan untuk pelanggan					
8	Restoran Hm Yunus selalu mampu menangani keluhan konsumen yang diterimanya					
Daya Tanggap						
9	Pondok Patin HM Yunus selalu menyajikan makanan yang sesuai dengan pesanan pelanggan					
10	HM Yunus selalu memberikan informasi menu dan harga yang jelas kepada konsumen					
11	Pelanggan HM Yunus tidak pernah mengantri lama jika makan di tempat restoran					
12	Karyawan HM Yunus selalu bersedia dalam melayani pelanggan					
Jaminan						
13	Pondok Patin HM Yunus memberikan rasa yang membuat pelanggan percaya terhadap					



	masakannya					
14	Karyawan pada Pondok Patin HM Yunus selalu ramah terhadap pelanggan					
15	Cita rasa makanan yang ada pada Restoran HM Yunus selalu enak dan konsisten					
16	Restoran HM Yunus memiliki tempat yang bersih dan steril					
Empati						
17	Pondok Patin HM Yunus selalu melayani tanpa membedakan status sosial pelanggan					
18	HM Yunus selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan					
19	Karyawan Pondok Patin HM Yunus selalu sopan dalam berinteraksi dengan pelanggan					
20	HM Yunus selalu memperhatikan kebutuhan atau pesanan pelanggan					

B. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
Kesesuaian Harapan						
1	Pelanggan selalu menerima makanan dan minuman di Pondok HM Yunus yang sesuai dengan harapannya					
2	Pelayanan yang diberikan oleh HM Yunus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan					
3	Fasilitas yang disediakan oleh Pondok HM Yunus sesuai dengan harapan pelanggan					
Minat Berkunjung Kembali						
4	Pelanggan selalu berminat ke restoran HM Yunus karena pelayanan yang diberikan					
5	Pelanggan selalu berkunjung Kembali karena cita dan rasa makanannya berbeda dari restoran yang lain					
Merekomendasikan						
6	Pelanggan menyarankan kepada teman untuk membeli makanan di restoran pondok patin HM Yunus					
7	Pelanggan akan mereferensikan makanan yang ditawarkan Pondok Patin HM Yunus kepada kerabat					



**TABULASI HASIL PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN
PONDOK PATIN H.M YUNUS PEKANBARU**

BUKTI FISIK X1)

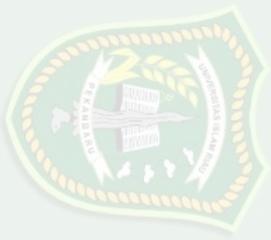
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
3	4	4	4	15
3	3	4	4	14
2	4	3	4	13
2	4	3	4	13
2	3	2	4	11
2	3	3	4	12
2	4	3	4	13
3	4	3	4	14
2	5	3	5	15
3	4	2	4	13
4	4	2	4	14
3	3	3	5	14
3	3	3	4	13
3	4	4	4	15
2	4	3	5	14
3	5	3	4	15
2	4	4	4	14
4	4	3	4	15
4	5	3	5	17
4	4	2	4	14
4	3	2	4	13
3	3	3	4	13
3	4	3	4	14
2	4	4	5	15
3	5	3	4	15
4	4	3	4	15
3	4	2	4	13
2	5	2	5	14
3	4	3	4	14
4	4	2	4	14

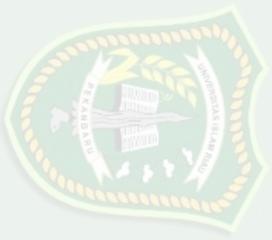
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**





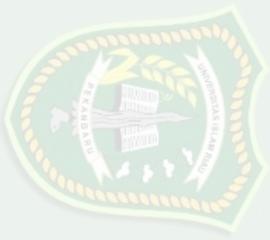
3	5	2	5	15
2	4	3	4	13
3	4	4	5	16
2	5	3	4	14
3	4	3	4	14
2	3	2	5	12
3	3	3	4	13
3	4	2	4	13
2	4	2	5	13
3	5	3	4	15
2	4	2	4	12
3	3	2	5	13
2	3	3	4	12
1	4	2	4	11
2	3	3	5	13
3	3	4	4	14
2	4	3	4	13
1	3	2	4	10
2	3	2	5	12
3	3	3	4	13
2	4	3	3	12
1	4	2	3	10
2	4	3	4	13
3	3	2	3	11
2	3	2	4	11
3	4	1	4	12
2	3	2	3	10
1	3	3	3	10
2	4	2	4	12
3	4	1	3	11
2	5	2	3	12
1	4	3	4	12
2	5	2	4	13
1	4	1	5	11
2	4	2	4	12
1	5	1	4	11
1	4	2	3	10
2	3	1	3	9
3	3	2	4	12
2	3	3	3	11
1	4	2	3	10
1	3	1	4	9
1	3	2	3	9
2	4	1	3	10
1	3	2	3	9
1	3	1	4	9

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



2	4	2	3	11
3	3	1	3	10
2	3	1	4	10
2	3	2	3	10
1	3	1	3	8
1	3	2	4	10
2	3	1	3	9
1	4	2	3	10
1	3	3	2	9
1	3	2	2	8
1	2	1	3	7
1	2	1	3	7
1	2	1	2	6
1	2	1	2	6
1	2	1	2	6
1	1	1	1	4
1	1	1	1	4

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

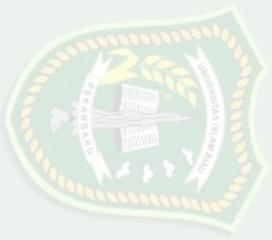
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

Kehandalan (X2)

Daya Tanggap (X3)

5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
4	4	5	4	17	5	4	4	4	17
4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
4	4	4	4	16	3	4	4	3	14
3	3	4	4	14	3	4	3	4	14
2	4	4	4	14	4	4	3	3	14
2	3	4	4	13	4	5	3	4	16
3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
2	4	4	4	14	4	4	3	5	16
2	4	3	4	13	3	4	3	4	14
2	4	3	3	12	3	3	3	3	12
3	5	4	3	15	4	3	3	4	14
2	4	3	4	13	3	4	4	3	14
2	3	3	3	11	3	3	3	3	12
3	3	4	3	13	4	3	3	4	14
2	3	3	4	12	3	3	4	3	13
2	3	3	3	11	3	4	3	3	13
3	4	3	3	13	4	3	3	4	14
2	3	3	4	12	3	3	4	3	13
2	3	2	3	10	4	4	3	3	14
3	4	3	3	13	3	3	3	4	13
4	4	2	4	14	4	3	4	3	14

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

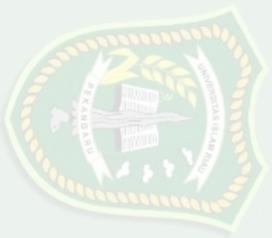


DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

3	4	2	3	12	3	4	3	4	14
3	4	3	4	14	4	4	3	4	15
2	4	2	3	11	3	5	2	5	15
2	4	2	3	11	3	4	3	4	14
3	4	3	4	14	4	4	2	4	14
2	4	2	4	12	3	4	2	4	13
3	4	2	4	13	3	4	3	3	13
4	3	3	4	14	2	5	4	3	14
4	3	2	5	14	2	4	3	4	13
4	4	3	4	15	3	4	3	3	13
3	4	2	4	13	4	3	2	3	12
3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
2	4	2	4	12	4	4	3	3	14
2	3	2	3	10	4	5	2	3	14
3	3	3	3	12	3	4	2	4	13
2	4	2	4	12	3	4	3	3	13
2	3	2	3	10	2	3	2	4	11
3	4	3	3	13	3	4	2	4	13
4	4	2	4	14	2	3	3	5	13
3	4	2	3	12	3	3	2	4	12
3	5	3	3	14	2	4	2	3	11
2	4	2	4	12	2	3	3	3	11
3	4	3	3	13	3	3	4	4	14
2	4	2	3	11	2	4	3	3	12
3	3	1	3	10	2	3	3	4	12
3	3	2	4	12	3	3	2	3	11
2	4	3	3	12	2	4	3	3	12
2	3	3	3	11	3	3	2	4	12
2	3	3	3	11	2	3	3	3	11
3	4	4	3	14	3	3	3	3	12
3	3	4	4	14	2	4	3	4	13
3	3	4	3	13	2	4	3	3	12
3	4	3	3	13	2	4	2	3	11
2	4	3	4	13	1	5	2	4	12
3	3	3	3	12	2	4	3	3	12
2	2	3	3	10	3	4	2	4	13
2	3	2	4	11	2	4	2	3	11
3	3	1	3	10	2	3	3	4	12
2	4	2	3	11	3	3	2	3	11
2	3	3	4	12	2	4	2	3	11
3	4	2	3	12	3	3	3	3	12
2	4	1	3	10	2	3	4	4	13
2	3	1	2	8	1	3	3	3	10
3	4	2	2	11	2	4	2	3	11
2	3	3	3	11	2	3	2	4	11
2	4	2	2	10	3	3	1	4	11

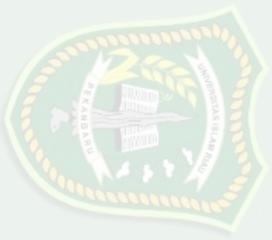


2	4	1	2	9	2	4	1	4	11
2	3	2	3	10	2	3	1	4	10
2	3	2	2	9	3	3	1	4	11
3	4	1	2	10	1	4	2	3	10
3	3	2	3	11	2	3	1	2	8
3	3	3	2	11	1	3	3	3	10
2	4	2	2	10	3	2	3	3	11
2	3	1	3	9	3	2	3	2	10
1	3	2	2	8	3	3	2	2	10
2	4	2	2	10	3	2	3	3	11
3	3	3	2	11	2	2	2	2	8
2	3	2	3	10	1	3	1	2	7
3	2	1	2	8	2	2	2	3	9
2	2	1	2	7	3	2	1	2	8
3	3	1	3	10	2	3	2	2	9
3	2	1	2	8	2	2	1	2	7
3	2	2	2	9	2	2	2	3	9
2	3	1	3	9	2	3	1	2	8
3	2	1	2	8	2	2	1	2	7
2	2	1	2	7	2	2	1	2	7
2	2	1	3	8	1	3	1	2	7
3	2	1	2	8	1	2	2	3	8
4	2	1	2	9	1	2	2	2	7
2	2	1	2	7	1	2	1	2	6
1	1	1	2	5	1	2	1	1	5
1	1	1	1	4	1	2	1	1	5
1	1	1	1	4	1	1	1	1	4

Jaminan (X4)

empati (X5)

5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
5	5	5	4	19	5	4	5	4	18
5	5	5	4	19	5	4	5	4	18
4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
4	4	5	4	17	4	5	4	4	17
4	4	5	4	17	4	4	3	4	15
4	4	4	4	16	3	4	3	5	15
4	4	4	5	17	3	5	3	5	16
4	4	4	4	16	4	5	3	4	16
3	4	4	4	15	3	4	3	4	14
3	4	4	3	14	3	5	3	5	16
4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
2	4	4	4	14	3	4	3	4	14
2	3	3	5	13	2	4	3	5	14
3	4	3	4	14	3	4	4	4	15

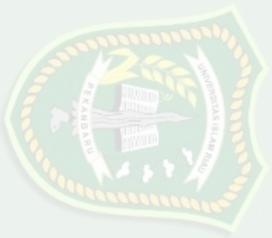


DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

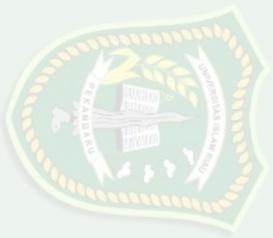
2	3	2	4	11	2	4	3	4	13
3	3	2	5	13	2	3	3	5	13
3	4	3	4	14	3	3	2	4	12
3	5	2	3	13	2	4	2	4	12
3	4	2	3	12	2	3	3	5	13
2	4	2	4	12	3	3	2	4	12
2	4	2	3	11	2	4	2	3	11
3	3	3	3	12	2	3	3	3	11
2	4	3	4	13	3	3	3	4	13
3	3	3	3	12	2	4	4	3	13
3	3	3	3	12	2	4	3	3	12
3	4	3	4	14	3	4	4	4	15
4	3	3	4	14	3	4	4	4	15
2	3	2	5	12	2	4	3	5	14
4	4	2	4	14	3	4	3	4	14
4	3	3	3	13	2	4	3	4	13
4	3	2	3	12	2	4	2	4	12
4	4	2	4	14	2	4	2	4	12
4	4	3	4	15	3	3	3	4	13
3	5	2	5	15	2	3	2	4	11
3	4	2	4	13	3	4	2	4	13
3	4	3	4	14	2	3	3	5	13
3	4	2	5	14	3	4	2	4	13
3	4	2	4	13	4	4	2	4	14
3	4	3	4	14	3	5	3	3	14
3	4	2	3	12	2	4	2	3	11
3	5	2	3	13	3	3	2	4	12
3	4	2	4	13	4	4	3	4	15
3	4	1	3	11	3	3	2	4	12
4	3	1	3	11	3	4	2	4	13
3	3	2	4	12	2	3	3	3	11
2	4	2	4	12	3	3	4	3	13
2	3	1	5	11	2	3	3	4	12
3	3	1	4	11	3	4	3	3	13
2	4	2	4	12	2	3	2	3	10
2	4	1	5	12	2	3	2	4	11
3	5	2	4	14	3	4	3	3	13
2	4	3	4	13	3	3	2	3	11
2	3	2	4	11	4	3	2	3	12
3	3	2	3	11	3	4	3	3	13
4	4	3	3	14	2	3	2	3	10
4	3	3	4	14	2	3	2	3	10
3	3	3	3	12	3	3	3	4	13
2	3	2	3	10	2	3	2	3	10
2	3	2	4	11	3	4	2	3	12
1	4	1	3	9	4	3	3	4	14



2	3	2	3	10	3	3	2	3	11
1	3	2	3	9	4	3	2	3	12
2	4	1	4	11	2	5	3	2	12
3	3	1	4	11	2	4	3	3	12
4	3	1	4	12	2	4	3	3	12
3	3	2	4	12	2	4	3	3	12
3	4	3	4	14	2	3	3	4	12
2	3	2	5	12	1	3	2	3	9
1	3	2	4	10	1	4	3	3	11
2	4	1	4	11	2	3	2	4	11
2	3	1	4	10	1	3	2	3	9
1	3	2	5	11	1	4	3	3	11
1	4	2	4	11	2	3	4	2	11
1	3	2	4	10	1	3	3	2	9
2	3	3	4	12	2	3	2	3	10
1	2	2	3	8	3	4	2	2	11
2	2	2	3	9	2	3	3	2	10
3	3	1	4	11	1	3	2	3	9
2	2	1	3	8	1	2	2	2	7
1	2	2	3	8	2	2	3	2	9
2	2	3	4	11	3	3	2	3	11
3	3	3	3	12	2	2	1	2	7
2	2	2	3	9	2	2	2	2	8
2	2	2	3	9	1	3	2	3	9
2	3	3	4	12	1	2	3	2	8
2	2	2	3	9	1	2	2	2	7
3	2	1	3	9	1	3	1	2	7
4	2	2	3	11	1	2	1	2	6
2	2	3	3	10	2	2	2	3	9
1	1	2	3	7	1	2	2	2	7
2	1	1	3	7	1	2	2	2	7
3	2	1	2	8	2	3	2	2	9
2	2	2	2	8	1	2	1	2	6
1	2	1	2	6	1	2	1	2	6
1	2	1	1	5	1	2	1	1	5
1	1	1	1	4	1	1	1	1	4
1	1	1	1	4	1	1	1	1	4

Kepuasan (Y)

4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	5	5	4	4	30
4	4	4	5	5	4	4	30



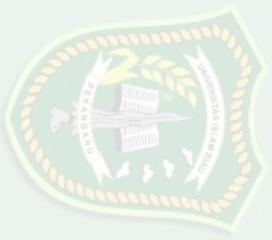
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

4	4	4	3	5	5	4	29
3	3	4	4	4	5	4	27
3	4	4	4	4	5	4	28
3	3	3	4	4	5	4	26
3	3	3	4	3	5	4	25
3	4	3	4	3	4	4	25
4	4	2	4	3	4	4	25
3	5	2	4	3	5	4	26
3	4	3	4	2	4	4	24
3	5	2	4	2	4	3	23
2	4	3	3	3	4	4	23
2	3	3	3	2	5	3	21
2	4	3	4	2	4	3	22
2	4	3	3	3	4	3	22
3	5	3	3	2	5	4	25
2	4	4	4	2	4	3	23
2	3	3	3	3	4	3	21
3	4	3	3	2	3	4	22
2	5	3	4	2	3	3	22
2	4	4	3	2	3	3	21
3	3	3	4	3	4	4	24
2	4	3	3	4	3	3	22
2	3	4	4	3	4	3	23
3	4	4	3	3	4	4	25
2	3	4	3	2	5	3	22
3	3	3	3	3	4	3	22
2	4	3	3	2	4	4	22
2	3	4	4	2	4	3	22
3	3	3	4	3	4	3	23
2	4	4	3	3	4	4	24
3	3	3	4	4	5	3	25
3	3	4	3	3	4	3	23
3	3	4	4	3	4	4	25
2	3	3	3	3	3	3	20
2	4	3	3	3	3	3	21
3	3	4	3	2	4	3	22
3	3	3	3	2	4	4	22
2	4	3	4	3	5	3	24
4	3	3	3	2	4	3	22
2	3	3	3	3	3	4	21
2	4	2	3	2	3	3	19
3	3	2	3	3	4	3	21
3	3	3	3	3	3	2	20
2	4	2	3	3	3	2	19
3	3	2	3	3	4	3	21
2	3	3	3	2	5	4	22

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



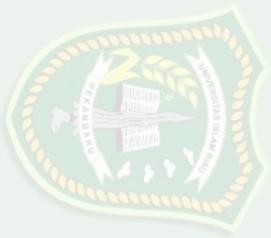
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

2	3	4	3	2	4	3	21
3	3	3	4	2	3	3	21
3	4	2	3	2	4	2	20
3	3	3	3	3	3	2	20
1	3	2	4	2	3	3	18
2	4	2	3	2	3	3	19
3	3	2	3	3	4	4	22
3	3	3	4	2	3	3	21
2	4	2	3	2	3	3	19
3	3	2	3	3	4	2	20
2	3	2	3	2	3	3	18
2	3	3	3	2	3	3	19
1	4	2	3	2	3	2	17
2	3	3	3	3	4	3	21
3	3	3	2	4	3	3	21
2	4	2	3	3	3	2	19
2	3	2	2	3	4	2	18
1	3	2	2	2	3	2	15
2	3	2	2	2	3	3	17
3	3	1	2	3	4	2	18
3	3	2	3	2	3	3	19
1	3	3	2	2	3	3	17
3	3	2	2	2	3	4	19
3	3	2	2	2	3	3	18
3	3	1	3	2	3	2	17
3	3	2	2	2	3	2	17
2	3	2	2	1	2	2	14
2	3	2	2	2	2	2	15
1	3	2	2	2	2	3	15
2	2	1	2	2	2	2	13
1	3	2	2	1	2	1	12
1	2	3	2	2	2	1	13
2	3	2	2	1	2	2	14
1	2	2	2	2	3	2	14
1	2	3	3	3	2	2	16
1	3	2	2	2	2	1	13
2	2	2	2	2	3	2	15
1	2	3	2	1	2	1	12
1	2	2	2	2	2	1	12
2	2	1	3	1	2	1	12
1	2	1	2	2	1	1	10
1	2	2	2	2	1	1	11
1	2	1	2	1	1	1	9
1	2	1	2	1	1	1	9
1	2	2	1	1	1	1	9
1	1	1	1	1	1	1	7

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



1	1	1	1	1	1	1	1	7
---	---	---	---	---	---	---	---	---

**OUTPUT HASIL PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN
PONDOK PATIN H.M YUNUS PEKANBARU**

Correlations

		t1	t2	t3	t4	total
t1	Pearson Correlation	1	.360**	.508**	.434**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
t2	Pearson Correlation	.360**	1	.361**	.548**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
t3	Pearson Correlation	.508**	.361**	1	.402**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98
t4	Pearson Correlation	.434**	.548**	.402**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98
total	Pearson Correlation	.774**	.724**	.771**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		hnd1	hnd2	hnd3	hnd4	total
hnd1	Pearson Correlation	1	.318**	.446**	.387**	.693**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
hnd2	Pearson Correlation	.318**	1	.464**	.518**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
hnd3	Pearson Correlation	.446**	.464**	1	.564**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000

N	98	98	98	98	98	
hnd14	Pearson Correlation	.387**	.518**	.564**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
N	98	98	98	98	98	
total	Pearson Correlation	.693**	.735**	.838**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	98	98	98	98	98	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

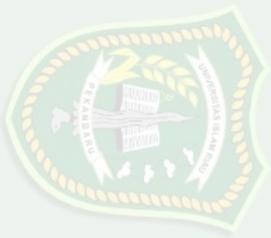
Correlations

		daya1	daya2	daya3	daya4	total
daya1	Pearson Correlation	1	.362**	.562**	.463**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
daya2	Pearson Correlation	.362**	1	.377**	.542**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
daya3	Pearson Correlation	.562**	.377**	1	.417**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98
daya4	Pearson Correlation	.463**	.542**	.417**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98
total	Pearson Correlation	.798**	.717**	.786**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		assu1	assu2	assu3	assu4	total
assu1	Pearson Correlation	1	.503**	.540**	.244*	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.015	.000
	N	98	98	98	98	98
assu2	Pearson Correlation	.503**	1	.448**	.522**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
assu3	Pearson Correlation	.540**	.448**	1	.271**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.007	.000
	N	98	98	98	98	98



	N	98	98	98	98	98
assu4	Pearson Correlation	.244*	.522**	.271**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.007		.000
	N	98	98	98	98	98
total	Pearson Correlation	.779**	.812**	.777**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		empt1	empt2	empt3	empt4	total
empt1	Pearson Correlation	1	.557**	.542**	.531**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
empt2	Pearson Correlation	.557**	1	.576**	.593**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
empt3	Pearson Correlation	.542**	.576**	1	.457**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98
empt4	Pearson Correlation	.531**	.593**	.457**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98
total	Pearson Correlation	.821**	.833**	.786**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

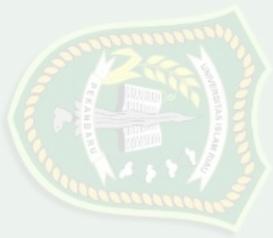
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

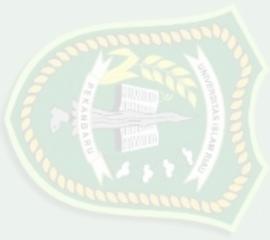
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items





.763	4
------	---

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	4

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	empathy, reliability, tangible, assurance, responsiveness ^b		. Enter

a. Dependent Variable: kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.857 ^a	.816	.811	1.612	1.536

a. Predictors: (Constant), empathy, reliability, tangible, assurance, responsiveness

b. Dependent Variable: kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2601.629	5	520.326	200.196	.000 ^b
	Residual	239.116	92	2.599		
	Total	2840.745	97			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), empathy, reliability, tangible, assurance, responsiveness

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.578	.763		3.379	.001		
	tangible	.384	.121	.196	3.187	.002	.241	4.152
	reliability	.531	.101	.017	.308	.009	.312	3.203
	responsiveness	.648	.153	.340	4.245	.000	.143	7.013
	assurance	.369	.123	.201	3.012	.003	.206	4.847
	empathy	.474	.134	.264	3.537	.001	.164	6.109

a. Dependent Variable: kepuasan

Coefficient Correlations^a

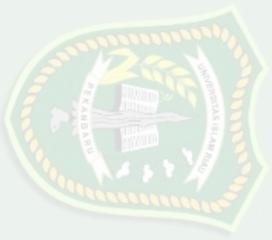
Model		empathy	reliability	tangible	assurance	responsiveness
1	empathy	1.000	.046	-.219	-.302	-.507
	reliability	.046	1.000	.054	-.378	-.348
	tangible	-.219	.054	1.000	-.264	-.311
	assurance	-.302	-.378	-.264	1.000	-.067
	responsiveness	-.507	-.348	-.311	-.067	1.000
1	empathy	.018	.001	-.004	-.005	-.010
	reliability	.001	.010	.001	-.005	-.005
	tangible	-.004	.001	.015	-.004	-.006
	assurance	-.005	-.005	-.004	.015	-.001
	responsiveness	-.010	-.005	-.006	-.001	.023

a. Dependent Variable: kepuasan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	tangib	reliabili	respon	assura	empathy
1	1	5.915	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.041	11.987	.91	.00	.01	.01	.01	.02
	3	.019	17.623	.00	.11	.69	.01	.00	.07
	4	.010	24.461	.01	.05	.05	.15	.73	.13
	5	.009	25.369	.08	.76	.08	.00	.18	.25





6	.005	32.982	.00	.08	.18	.83	.08	.54
---	------	--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

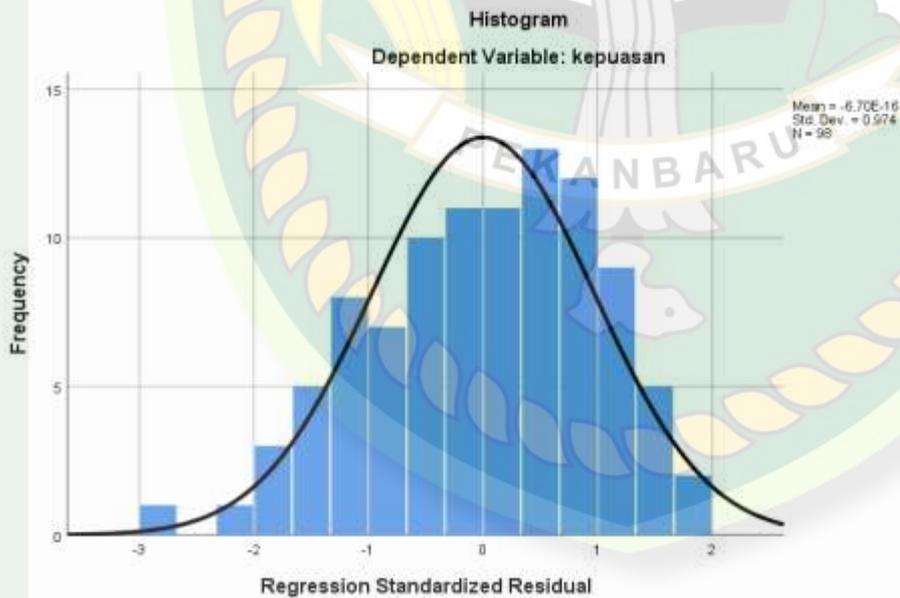
a. Dependent Variable: kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	5.04	32.18	19.95	5.179	98
Residual	-4.442	2.851	.000	1.570	98
Std. Predicted Value	-2.878	2.362	.000	1.000	98
Std. Residual	-2.755	1.769	.000	.974	98

a. Dependent Variable: kepuasan

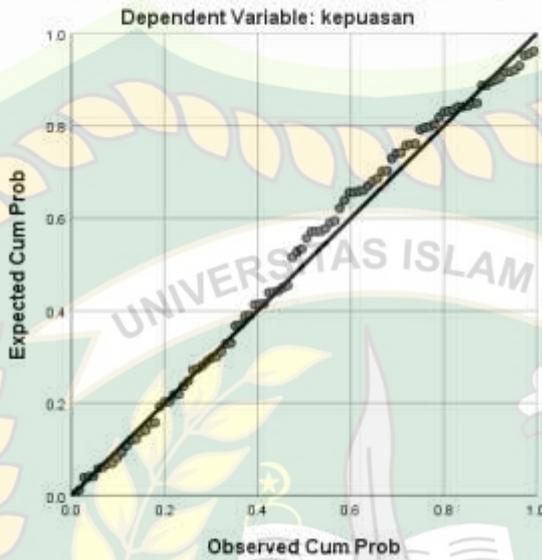
Charts



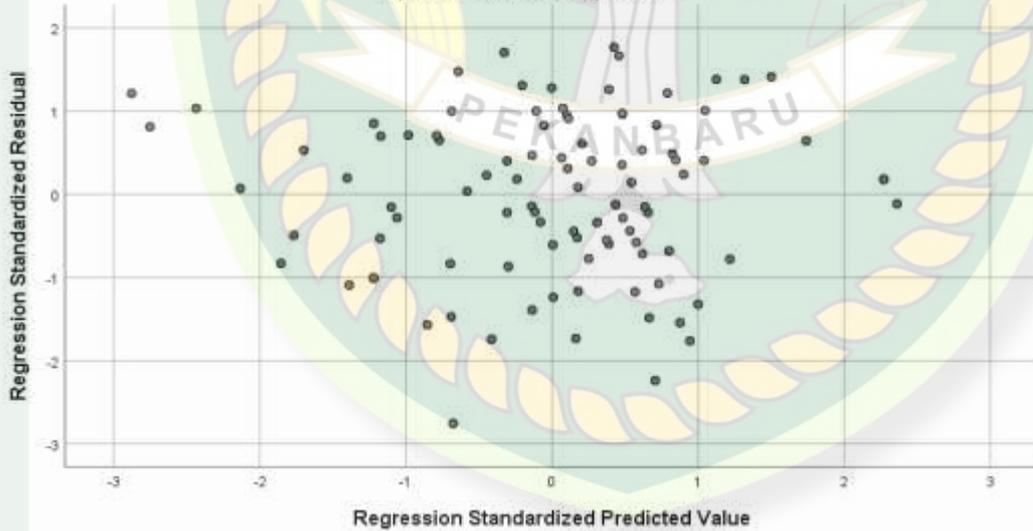
**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot
Dependent Variable: kepuasan



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**