

Analisis kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan sop ayam Pak Min Klaten di Malang

Riyan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono

Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya
Jl. Veteran Malang 65145 Jawa Timur

budihartono_ub@yahoo.com

ABSTRACT : The objective of this research was to identify consumer behavior and to analyze factors that influenced consumer satisfaction in purchasing products of sop ayam Pak Min Klaten in Malang. The research was conducted from December 2012 to January 2013. One hundred and fifty customers were chosen as respondents by accidental sampling method. Data were analyzed by multiple regression analysis. The study found that there were significant influences between tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy on customer satisfaction. The study concluded that tangible, reliability and empathy influenced dominantly customers' satisfaction.

Keywords: tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Peningkatan populasi penduduk Indonesia berkorelasi positif dengan meningkatnya pemenuhan kebutuhan protein hewani yang diindikasikan dengan menjamurnya bisnis makanan. Semakin ketatnya persaingan bisnis makanan di Indonesia, maka banyak perusahaan berlomba untuk memberikan pelayanan (*service*) yang memuaskan kepada pelanggan. Selain itu, perusahaan makanan juga menawarkan berbagai macam variasi produk dengan kualitas yang baik untuk meningkatkan tingkat pembelian konsumen (Lupiyoadi, 2001). Bisnis makanan yang khususnya menjual daging ayam olahan menjadi semakin maju pesat sebagaimana dapat dilihat banyaknya rumah makan baru atau pembukaan cabang di daerah lain. Salah satu rumah makan yang menjual daging ayam olahan dan berkembang sangat pesat akhir-akhir ini adalah Sop Ayam

Pak Min Klaten.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen. Konsumen dapat memberikan penilaian terhadap suatu pelayanan secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan. Konsumen yang puas terhadap suatu pelayanan akan menjadi konsumen yang loyal dan setia terhadap perusahaan yang memberikan pelayanan tersebut (Kasali, 1998). Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik suatu produk atau jasa yang menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian (Lupiyoadi, 2001). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sop ayam Pak Min Klaten di Malang.

MATERI DAN METODE

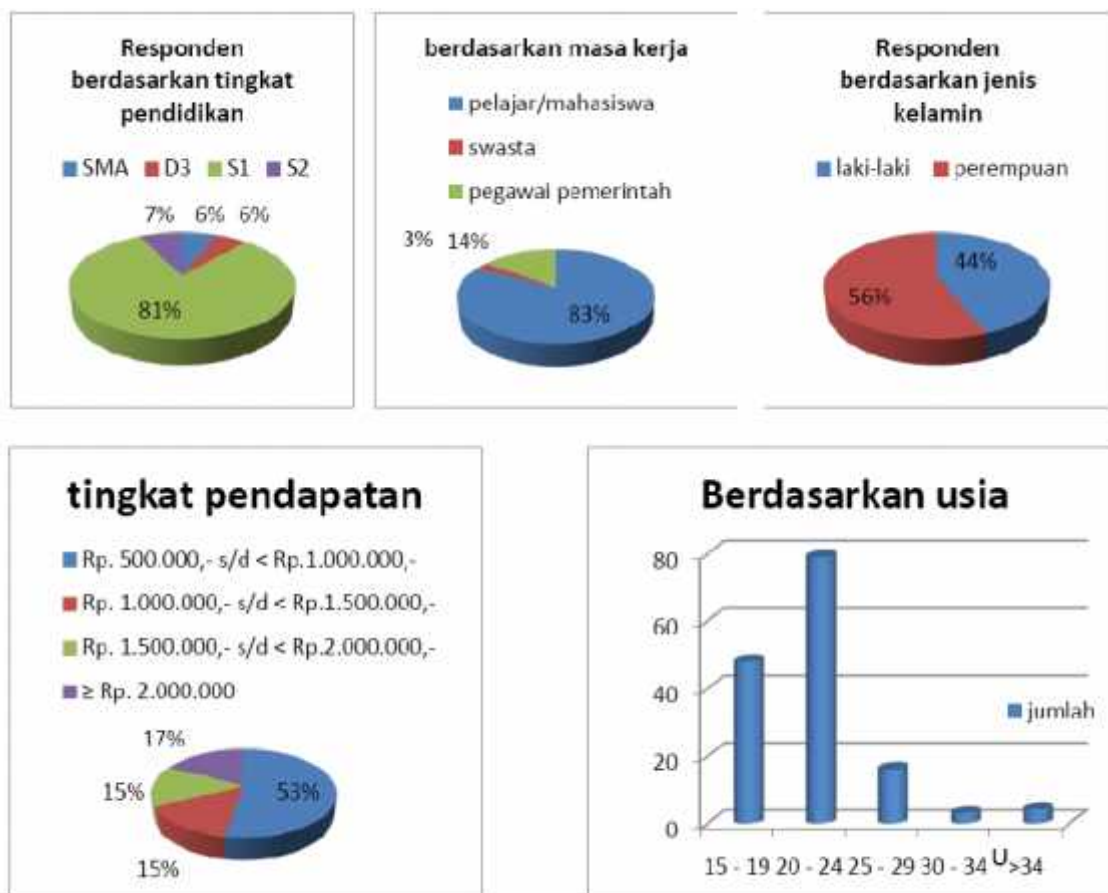
Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2012 hingga Januari 2013 di rumah makan Sop Ayam Pak Min Klaten di Jl. MT. Hariyono 105 Malang. Metode yang digunakan adalah survey dengan menggunakan kuesioner terhadap konsumen yang datang ke lokasi penelitian tersebut. Penentuan responden dilakukan dengan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan acak pada responden

yang ditemui saat penelitian. Data selanjutnya dianalisis menggunakan Uji regresi Linear Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan pendapatan bisa dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Karakteristik responden penelitian

Profil responden

Gambar 1 menunjukkan bahwa konsumen yang mendatangi rumah makan sop ayam Pak Min Klaten lebih banyak perempuan (56%) dibandingkan laki-laki (44%). Hal ini dimungkinkan karena kebanyakan pengunjung perempuan berkunjung secara berkelompok dengan teman sesama

perempuan atau sebagian merupakan ibu rumah tangga yang mengajak keluarganya makan di Sop Ayam Pak Min Klaten.

Terkait dengan tingkat pendidikan, Gambar 1 mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan rumah makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang masih berstatus pelajar

atau mahasiswa (83%). Bahkan 81% diantaranya adalah mahasiswa strata 1 (S1). Hal ini disebabkan bahwa rumah makan sop ini terletak di dekat kampus beberapa perguruan tinggi di Kota Malang sehingga kebanyakan konsumennya adalah mahasiswa. Tingkat pendidikan seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, sehingga akan berpengaruh pada kemampuan analisis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang.

Gambar 1 juga menerangkan bahwa usia responden penelitian yang dominan adalah pelanggan yang berumur 20-24 tahun. Hal ini berhubungan dengan tingkat pendidikan yang rata-rata merupakan mahasiswa yang sedang menempuh kuliah. Pada usia 20-24 tahun, mahasiswa atau remaja pada umumnya memiliki kebiasaan untuk berkumpul, bermain, dan jajan bersama teman-temannya

sehingga akan memungkinkan untuk mengisi waktunya dengan berkunjung ke Sop Ayam Pak Min Klaten.

Tingkat pendapatan seseorang menunjukkan kemampuannya dalam membeli suatu produk. Gambar 3 menjelaskan bahwa rata-rata penghasilan responden penelitian mayoritas (53%) berkisar antara Rp. 500.000 hingga kurang dari Rp.1.000.000 per bulan. Hal ini berhubungan dengan pelanggan rumah makan sop ayam Pak Min Klaten yang mayoritas adalah mahasiswa yang masih mengandalkan kiriman uang dari orang tuanya setiap bulan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil analisis statistik tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang diadopsi dari Tjiptono dan Chandra (2005) ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil analisis statistik tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan sop ayam Pak Min Klaten

Model	Unstandardized	Standardized	T	Sig.
	Coefficients	Coefficients		
	B	Beta		
1 (Constant)	2,493		1,851	.036
X1	0,220	.231	3,768	.000
X2	0,226	.199	2,986	.003
X3	0,174	.153	2,088	.039
X4	0,172	.197	2,622	.010
X5	0,403	.234	3,256	.001
R= 0,757		F _{hitung} = 38,581		
R Square (R ²)= 0,573		F _{tabel} = 2,29		
N= 150		T _{tabel} = 1,9777		
Signifikan= 0,05 (5%)				

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai F hitung 38,581 lebih besar dari F tabel 5% sebesar 2,29. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang

menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen rumah makan sop ayam Pak Min Klaten di Malang telah terbukti. Ditinjau dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,573, maka dapat dinyatakan bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memberikan kontribusi 57,3% terhadap kepuasan konsumen pada Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang, sedangkan 42,7% sisanya ditentukan oleh faktor lain yang tidak disertakan di dalam model analisis ini. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang dirasakan oleh konsumen (Kotler, 1994).

Pengaruh variabel *tangible*

Tangible merupakan bukti fisik usaha rumah makan sop ayam Pak Min cabang Malang yang meliputi penataan interior, dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta penggunaan teknologi yang canggih. Semakin mendukung kondisi fisik suatu jenis usaha maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uji regresi berganda, variabel *tangible* memiliki pengaruh yang sangat signifikan ($P < 0,01$) terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik ini bisa memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan kepuasannya terhadap kondisi fisik rumah makan sop ayam Pak Min Klaten cabang Malang.

Pengaruh variabel *reliability*

Realibility merupakan bagian dari kualitas pelayanan yang berupa keandalan karyawan rumah makan sop ayam Pak Min cabang Malang dalam

memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi pelanggan. Semakin tinggi tingkat keandalan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *realibility* memiliki pengaruh yang sangat signifikan ($P < 0,01$) terhadap kepuasan pelanggan. Keandalan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan seperti ketepatan waktu, dan kejujuran.

Pengaruh variabel *responsiveness*

Responsiveness merupakan keinginan karyawan rumah makan sop ayam Pak Min cabang Malang untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap seperti siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan dan kelancaran komunikasi. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan ($P < 0,05$) terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh variabel *assurance*

Assurance (jaminan) merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan rumah makan sop ayam Pak Min cabang Malang untuk membantu para pelanggan. Semakin tinggi jaminan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Analisis t hitung menunjukkan bahwa variabel *assurance* memiliki pengaruh yang cukup signifikan ($P < 0,10$) terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan jaminan pelayanan yang sopan dan terampil melayani pelanggan

bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh variabel *emphaty*

Emphaty merupakan perhatian yang diberikan oleh para karyawan rumah makan sop ayam Pak Min cabang Malang yakni perhatian kepada pelanggan, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta memahami dan mengutamakan kebutuhan pelanggan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Emphaty* memiliki pengaruh yang sangat signifikan ($P < 0,01$) terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumen yang membeli sop ayam Pak Min Klaten didominasi oleh perempuan (56%), berstatus pelajar atau mahasiswa (81,33%), berumur 20-24 tahun (52,67 %), dan memiliki pendapatan berkisar antara Rp. 500.000-kurang dari Rp.1.000.0000 per bulan (52,67 %). Selain itu, penemuan lainnya menunjukkan bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan sop ayam Pak Min Klaten di Malang. Diantara kelima variabel bebas yang berpengaruh signifikan tersebut, variabel *emphaty* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasali, R. 1998. Membidik pasar Indonesia: Segmentation, targetting dan positioning. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P. 1994. Amstrong, G., Wong, V. and Saunders, J. A. 2008.

Principle of marketing. Pearson Education, Prentice Hall, USA, 1020

- Lupiyoadi, R. 2001. Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek. Edisi pertama. Salemba empat. Jakarta.
- Tjiptono, F. Dan Chandra, G. 2005 Service, quality and satisfaction. Andi offset. Yogyakarta.