

# **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SOP AYAM PAK MIN KLATEN DI MALANG**

RIYAN AFRI YANSAH<sup>1</sup>, BUDI HARTONO<sup>2</sup>, MB. HARIYONO<sup>2</sup>

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to analyze the service quality on customer satisfaction in Sop Ayam Pak Min Klaten in Malang. The research was conducted in Sop Ayam Pak Min Klaten in Malang city from December 2012 to January 2013. The purpose of this data collection was to identify consumer behavior and to analyze the factors influenced consumer satisfaction in the purchase of chicken Sop Ayam Pak Min Klaten. One hundred and fifty respondents were chosen as samples by accidental sampling method. Data were analyzed by multiple regression analysis. The result showed that there were significant relationship and influence between tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy and customer satisfaction. It is concluded that the dominant factors influenced customers satisfaction were tangible, reliability and empathy.

Key words : Customer Satisfaction, Service Quality, Chicken Soup

---

1) Student at Faculty of Animal Husbandry Brawijaya University, Malang

2) Lecturer at Faculty of Animal Husbandry Brawijaya University, Malang

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Salah satu subsektor pertanian adalah peternakan yang mempunyai peranan cukup besar dalam menunjang perekonomian di Indonesia. Hal ini juga didukung dengan jumlah penduduk Indonesia yang semakin lama semakin bertambah dan berkorelasi positif dengan kebutuhan protein hewani yang belum mencukupi. Seiring dengan semakin modernnya perkembangan zaman, sehingga timbul berbagai macam usaha atau bisnis yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan protein hewani dan kepuasan pelanggan. Semakin ketatnya persaingan bisnis di Indonesia, maka banyak perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan (*service*) yang memuaskan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga menawarkan berbagai macam variasi produk dengan kualitas yang baik agar ada kenaikan dari tingkat pembelian konsumen (Lupiyoadi, 2001)

Kualitas produk atau jasa yang diberikan perusahaan dan kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keuntungan yang akan di dapat oleh perusahaan, karena dengan kualitas produk yang memenuhi preferensi konsumen akan mengikat konsumen sehingga perusahaan tersebut tertanam

dalam benak konsumen hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak perusahaan karena konsumen dapat melakukan promosi secara tidak langsung kepada teman, keluarga ataupun kepada orang lain untuk mengkonsumsi produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Pada gilirannya kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan salah satunya adalah bagi perusahaan rumah makan. (Kassali, 1998)

Bisnis yang menjual daging ayam olahan menjadi semakin maju pesat sebagaimana dapat dilihat banyaknya rumah makan baru ataupun dengan membuka cabang didaerah lain. Salah satu rumah makan yang menjual daging ayam olahan dan berkembang sangat pesat dalam akhir-akhir ini adalah Sop Ayam Pak Min Klaten

Pelayanan merupakan salah satu aspek yang sangat mempengaruhi dalam pemasaran suatu usaha. Yusuf (2000) menyatakan bahwa salah satu kelemahan tenaga penjual adalah kurang memperhatikan masalah pelayanan purna jual, setelah produk laku penjual senang dan hanya sampai disitu saja, padahal untuk meningkatkan omzet pelayanan purna jual, sehingga konsumen Anda memesan lagi. Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam evaluasi kualitas produk (Barang dan Jasa) dan kepuasan pelanggan. Harapan pelanggan pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan (Tjiptono 1997; 28).

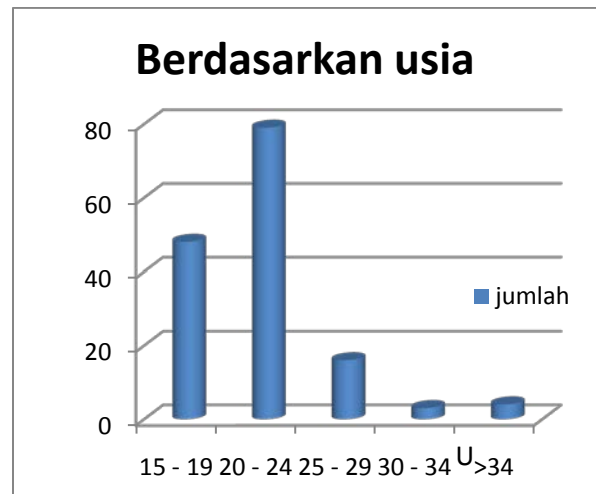
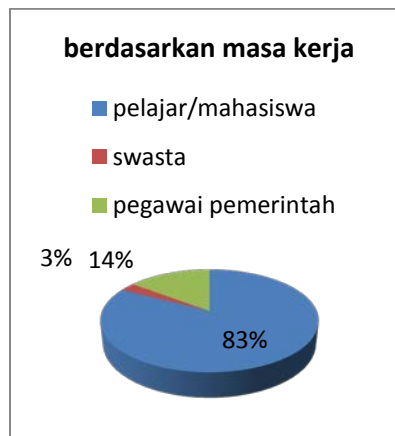
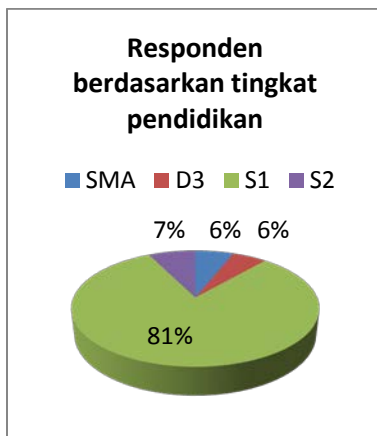
Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen dapat memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*) (Tjiptono, 2005; Lupiyoadi, 2001).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan desember 2012 s/d Januari 2013 berlokasi di Sop Ayam Pak Min Klaten di JL. MT. Hariyono 105 Malang. Metode yang digunakan adalah survey dengan menggunakan kuisioner terhadap konsumen “Sop Ayam Pak Min Klaten “. Dengan jumlah 150 responden serta penentuan responden dilakukan dengan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan acak pada responden yang ditemui saat diadakannya penelitian di “Sop Ayam Pak Min Klaten”. Data dianalisis dengan metode Uji regresi Linear Berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden



## Hasil analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
		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 <sub>hitung</sub> = 38,581			
R Square (R <sup>2</sup> )= 0,573		F <sub>tabel</sub> = 2,29			
N= 150		T <sub>tabel</sub> = 1,9777			
Signifikan= 0,05 (5%)					

## Profil Responden

Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 66 orang responden (44%), dan sisanya berjenis kelamin perempuan sebanyak 84 orang responden (56%), dapat diketahui bahwa untuk responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit daripada perempuan. Hal ini disebabkan karena kebanyakan pengunjung perempuan berkunjung dengan teman sesama perempuan secara bersama-sama, atau juga karena ibu rumah tangga yang mengajak keluarganya makan diluar yaitu di Sop Ayam Pak Min Klaten karena harga yang terjangkau sehingga jenis kelamin perempuan lebih dominan.

Berdasarkan gambaran umum responden yang diperoleh berdasarkan tingkat pendidikan pada diagram diatas, dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang berpendidikan Sarjana . Hal ini disebabkan bahwa warung sop ayam ini terletak didekat kampus sehingga kebanyakan konsumennya adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan maupun yang sudah lulus. Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analitis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang.

Usia responden penelitian diketahui bahwa dari 150 responden, pelanggan yang berumur 20-24 paling dominan diantara yang lain. Hal ini disebabkan bahwa umur 20-24 adalah umur dimana rata-rata sedang menempuh kuliah, dalam hal ini lokasi warung Sop Ayam Pak Min Klaten berada di area dekat kampus sehingga kebanyakan konsumen berasal dari kalangan mahasiswa yang umurnya 20-24 tahun dan juga pada usia 20-24 adalah usia dimana punya kebiasaan untuk berkumpul, bermain, dan jajan bersama teman-temannya sehingga akan memungkinkan untuk mengisi waktunya dengan berkunjung ke Sop Ayam Pak Min Klaten.

Rata-rata penghasilan responden yang terbesar terletak pada kelompok Rp. 500.000- Rp. 1.000.000 per-bulan yaitu sebanyak 79 orang (53%). Pelanggan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang berpendapatan Rp. 500.000,- s/d < Rp.1.000.000,-. Hal ini disebabkan bahwa pelanggan yang mayoritas adalah mahasiswa hanya berpenghasilan dari kiriman orang tua setiap bulan dengan jumlah tersebut. Tingkat pendapatan seseorang menunjukkan tingkat kemampuan suatu konsumen dalam membeli sesuatu. Hal ini berpengaruh pada Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang kaitannya dengan harga barang yang akan di jual ke konsumen.

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen**

Hasil analisis regresi linear berganda 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 pada 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 empathy* 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.

### **Pembahasan uji t untuk variabel *Tangible* sebagai berikut :**

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *Tangible* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana *Tangible* merupakan bukti fisik dari suatu usaha Sop Ayam Pak Min cabang Malang berupa penataan interior, kerapian dan kebersihan. Semakin mendukung kondisi fisik suatu jenis usaha maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang pelanggan dapatkan sesuai dengan harapannya. Berdasarkan uji regresi berganda, t hitung untuk

variabel *Tangible* sebesar 3,768. Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan  $t$  hitung dan  $t$  tabel dapat kita lihat bahwa nilai  $t$  hitung  $>$  dari nilai  $t$  tabel, yakni  $3,768 > 1,977$ .

Berdasarkan penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat dikatakan benar bahwa variabel *Tangible* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Tangible* (Bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik merupakan fisik dari Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih. Bukti fisik ini bisa memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik pada Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

#### **Pembahasan uji $t$ untuk variabel *Reliability* sebagai berikut:**

Nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,986 > 1,977$ )

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *Realibility* merupakan bagian dari kualitas pelayanan, *Realibility* merupakan keandalan para karyawan Sop Ayam Pak Min cabang Malang dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin tinggi tingkat keandalan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang konsumen dapatkan sesuai dengan harapannya.

Angka  $t$  hitung untuk variabel *realibility* sebesar 2,986. Perbandingan  $t$  hitung dan  $t$  tabel dapat dilihat bahwa nilai  $t$  hitung  $>$  dari nilai  $t$  tabel, yakni  $2,986 > 1,977$ . Berdasarkan penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat dikatakan bahwa benar *realibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Reliability* (Keandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang, seperti ketepatan waktu, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Keandalan merupakan sejauh mana para karyawan bisa secara cepat tanggap dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang

dihadapi oleh para pelanggan. Semakin handal hasil yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat keandalan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

### **Pembahasan uji t untuk variabel *Responsiveness* sebagai berikut :**

Nilai t hitung > t tabel (2,088 > 1,977)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *Responsiveness* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana *Responsiveness* merupakan keinginan karyawan Sop Ayam Pak Min cabang Malang untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang pelanggan dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila dilakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 15 dapat dilihat pengaruh *Responsiveness* dengan memerhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut. Berdasarkan nilai t hitung untuk variabel *Responsiveness* sebesar 2,088. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka harus membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > t tabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan t hitung dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai thitung > dari nilai t tabel, yakni 2,088 > 1,977.

Penilaian secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat dikatakan bahwa variabel *Responsiveness* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Responsiveness* (Ketanggapan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap merupakan keinginan para karyawan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan dan komunikasi yang lancar. Daya tanggap di sini dapat berarti respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi daya tanggap yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat daya tanggap Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

### **Pembahasan uji t untuk variabel *Assurance* sebagai berikut:**

Nilai t hitung > t tabel(2,622 > 1,977)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *Assurance* merupakan bagian dari kualitas pelayanan, *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan sop ayam Pak Min cabang Malang untuk membantu para pelanggan. Semakin tinggi jaminan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang pelanggan dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila penilaian menggunakan analisis berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat pengaruh *Assurance* dengan memerhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut. Berdasarkan nilai t hitung untuk variabel *Assurance* sebesar 2,622. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka harus membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > t tabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan t hitung dan t tabel dapat dilihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni 2,622 > 1,977.

Berdasarkan penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat dikatakan bahwa variabel *Assurance* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Assurance* (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang untuk membantu para pelanggan, seperti pelayanan sopan dan trampil dalam melaksanakan tugas. Semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para karyawan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.



## **Pembahasan uji t untuk variabel *Emphaty* sebagai berikut :**

Nilai t hitung > t tabel( 3,256 > 1,977)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *Emphaty* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana *Emphaty* merupakan perhatian yang diberikan secara pribadi, memahami kebutuhan para pelanggan serta komunikasi yang baik. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang pelanggan dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila dilakukan analisis berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat pengaruh *emphaty* dengan memerhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut. Berdasarkan nilai t hitung untuk variabel *emphaty* sebesar 3,256, Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka harus dibandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > t tabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan t hitung dan t tabel dapat dilihat bahwa nilai thitung > dari nilai t tabel, yakni 3,256 > 1,977.

Penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Emphaty* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Emphaty* (Empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan oleh karyawan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang, seperti perhatian kepada pelanggan, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan pelanggan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten cabang Malang, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

## **Kesimpulan**

Kesimpulan hasil penelitian adalah:

1. Perilaku konsumen dalam membeli Sop Ayam Pak Min Klaten yang paling dominan dilihat dari jenis kelamin adalah perempuan(56%), tingkat pendidikan adalah mahasiswa (81,33 %), umur 20-24 tahun (52,67 %), (82,67 %) adalah pelajar/mahasiswa, dan untuk pendapatan (52,67 %) yaitu Rp. 500.000-Rp.1.000.0000 per bulan.
2. Variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh secara bersama-sama maupun parsial terhadap proses kepuasan konsumen pada Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang. Diantara tiga variabel bebas yang berpengaruh signifikan tersebut, variabel *Tangible* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang.

## **Daftar Pustaka**

- Aryani, D dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.Vol.17.No.2 hal: 114-126
- Donnelly, M. Mik, W. John, F.D, and Adrienne C.C, 1995. Measuring Service Quality in local 31 government: The SERQUAL approach, *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 8, No. 7.
- 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 & Praktek ; Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.