

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA WARUNG MAKAN BAKSO DAN MIE AYAM
BADALI DESA BAHUNGIN KECEMATAN KELUA KABUPATEN
TABALONG**

**Nurul Hasanah, S. Pd,MM
Audina Rahmah**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara *simultan* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Dadali Desa Bahungin Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong.

Populasi penelitian ini adalah konsumen Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali. Sampel yang diambil sebanyak 86 responden dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner sebagai metode pokok dan dokumentasi sebagai metode pelengkap. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan uji kualitas data seperti uji validitas, uji reliabilitas dan uji F.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian dari data yang didapatkan, penulis menyimpulkan bahwa *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) serta *Responsiveness* (Daya Tangkap) berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Hal itu disimpulkan dengan melihat hasil uji hipotesis secara simultan (Uji F) yang menunjukkan kalau nilai F hitung (9,73) lebih besar dari nilai F tabel (2,33) yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Kata Kunci: *Tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine whether the quality of service simultaneously has an influence on customer satisfaction at the Bakso and Chicken Dadali Food Stalls, Bahungin Village, Kelua Subdistrict, Tabalong Regency.

The population of this study were consumers of the Badali Chicken Meatball and Noodle Stalls. Samples were taken as many as 86 respondents using incidental sampling techniques. Data were collected using a questionnaire as the main method and documentation as a complementary method. The data analysis method used was quantitative by using data quality tests such as validity tests, reliability tests and F test.

Based on the results of research and testing of the data obtained, the authors conclude that Tangibles (Physical Evidence), Reliability (Reliability), Assurance (Guarantee) and Empathy (Empathy) and Responsiveness (Capability) have a positive effect on customer satisfaction. This is concluded by looking at the results of simultaneous hypothesis testing (F test) which shows that the calculated F value (9,73) is greater than the F table value (2.33) which means that H_0 is rejected and H_a is accepted or can be independent variables X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , and X_5 (simultaneously) have an effect on the dependent variable (Y).

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin tajam para pemasaran dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. Dimana produk-produk sejenis sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan.

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. *survive* tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Pihak manajemen usaha dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu

memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai *profitabilitas* yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh.

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan suatu usaha dituntut untuk dapat bersaing dengan usaha-usaha lainnya. Dalam persaingannya dengan usaha warung makan lain, Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali telah memberikan pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya. Walaupun Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali mempunyai keunggulan tersendiri dalam era persaingan tetapi perlu disadari pula bahwa warung-warung makan lainnya juga memiliki keunggulan-keunggulan yang perlu diperhitungkan.

Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali sendiri adalah sebuah warung makan sederhana yang terletak di desa Bahungin Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong. Seperti namanya, warung ini menyediakan makanan berupa bakso dan mie ayam setiap harinya. Meskipun

lokasi tempat makan ini berada jauh dari jalan raya yang sering dilewati pengendara, uniknya tempat makan ini selalu ramai akan pengunjung dari awal buka disiang hari sampai jam sembilan dimalam hari bahkan ada pelanggan yang rela jauh-jauh datang hanya untuk menikmati bakso dan mie ayam yang dijual Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali tersebut. Untuk persaingannya sendiri, ada beberapa warung makan yang menyediakan menu yang sama didekat lokasi tersebut namun tetap saja tidak membuat warung makan ini kekurangan pelanggan setiap harinya.

Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali telah berusaha memenuhi semua faktor dan unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, Namun usaha ini belum mengetahui Bagaimana penilaian para pelanggan terhadap warung makan yang mereka rintis dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali dari tanggapan tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangan Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali sehingga dapat dievaluasi Apakah strategi pemasaran yang selama ini diterapkan oleh Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Badali sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga di capai target yang diharapkan.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen. Maka, dalam penelitian ini Penulis mengambil judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*" Studi kasus pada Warung Makan Bakso Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali Bahungin, Kelua, Tabalong

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan dan untuk pencapaian tujuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Masyarakat awam pada umumnya seringkali menyamakan pemasaran dan penjualan. Pelanggan ini terlalu sempit karena penjualan hanya satu dari beberapa aspek yang ada pada pemasaran. Pemasaran berupaya mengidentifikasi

kebutuhan dan keinginan konsumen pasar sasaran serta bagaimana memuaskan mereka melalui proses pertukaran dengan tetap memperhatikan semua pihak dan tujuan yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

Pengertian pemasaran (*marketing*) oleh para ahli dikemukakan berbeda-beda dalam penyajian dan penekanannya, tetapi semua itu sebenarnya mempunyai pengertian yang hampir sama antara satu dengan yang lainnya. Berikut salah satu pengertian pemasaran yang peneliti kutip dari para ahli:

Menurut Philip Kotler “pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”. (Philip Kotler, 2008:5)

2 Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan suatu bentuk layanan yang memberikan hasil, baik yang berupa kualitas layanan maupun kualitas jasa dalam penyajiannya yang dilakukan oleh setiap perusahaan sangat beragam, tetapi tujuan

pada dasarnya sama yakin dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain kualitas yang diterima oleh setiap pelanggan dapat di rasakan berbeda, karena kualitas tersebut disajikan kepada pelanggan tergantung dari kualitas yang diterima oleh suatu perusahaan.

Untuk memperjelas uraian tersebut, maka penelitian akan mengemukakan pengertian kualitas menurut pakar, adalah sebagai berikut:

Menurut M. N. Nasution “Kualitas adalah suatu kondisi diamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses, dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen”. (M. N. Nasution dalam Garvin dan Davis 2004:41)

3 Pengertian Pelayanan

Pada dasarnya suatu perusahaan dalam memasarkan produknya selalu disertai oleh pelayanan, dengan adanya suatu perusahaan dapat memberikan gambaran mengenai produknya dengan tujuan untuk menarik minat beli pelanggan dan mengerti

serta memahami apa yang akan menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan juga memberikan penjelasan dan kebijaksanaan yang dapat mengecewakan pelanggan, sehingga pelanggan dapat dengan mudah menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan apakah dapat memuaskan ataupun tidak.

Dalam hal ini pelayanan merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan yang merupakan kunci keuntungan atau laba. Pelayanan juga merupakan suatu strategi pemasaran yang digunakan oleh setiap perusahaan, dengan sistem pelayanan yang baik, sesuai atau tidaknya tergantung kepada pelanggan yang memberikan penilaian.

Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan pada hakekatnya bersifat tidak terwujud dan tidak teraba atau tidak dapat dilihat.

4 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pada dasarnya kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Menurut J. Supranto Definisi kualitas pelayanan adalah “Sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”. (J. Supranto, 2006:226)

Parasuraman mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan. (Parasuraman dalam Fandy Tjiptono 2002:69), yaitu sebagai berikut:

- 1) *Reliability*, mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja (*performence*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat sejenak saat pertama (*right the first time*), selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janji, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
- 2) *Reponsiveness*, yaitu kemampuan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- 3) *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- 4) *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dan lain-lain.
- 5) *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact personel*, seperti: resepsionis, operator telepon, dan lain-lain.
- 6) *Communication*, artinya memberikan komunikasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- 7) *Credibility*, sikap jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personel*, dan interaksi dengan pelanggan.
- 8) *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko atau keraguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*),

keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan.

9) *Understanding / knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.

10) *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa

5 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama bagi perusahaan untuk memperhatikan bisnis dan memenangkan pesaing diantara perusahaan yang sejenis, meskipun tidak mudah untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh, walaupun setiap perusahaan mengharapkan agar pelanggan tidak ada yang merasa tidak puas. Namun setiap perusahaan harus meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan sistem pelayanan dengan sebaik mungkin.

Menurut Fandy Tjiptono definisi kepuasan pelanggan adalah "...respon

pelanggan pada evaluasi ketidaksesuaian atau diskomprmasi yang diharapkan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian". (Fandy Tjiptono, 2002:147)

Menurut Engle mengungkapkan bahwa:

"Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil *outcome* sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan". (Engle dalam Fandy Tjiptono 2002:147)

Dari definisi tersebut memiliki persamaan yang menyangkut komponen kepuasan pelanggan yaitu hasil yang diharapkan oleh konsumen berupa pemikiran atau keyakinan pelanggan dari apa yang diterimanya bila pelanggan membeli jasa atau produk. Hubungan pelanggan berhubungan erat dengan imbalan yang diperoleh pelanggan melalui pembelian yang dilakukan agar sesuai

dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan atau dengan kata lain bahwa pelanggan akan puas bila biaya yang dikeluarkan sepadan dengan hasil yang diperolehnya.

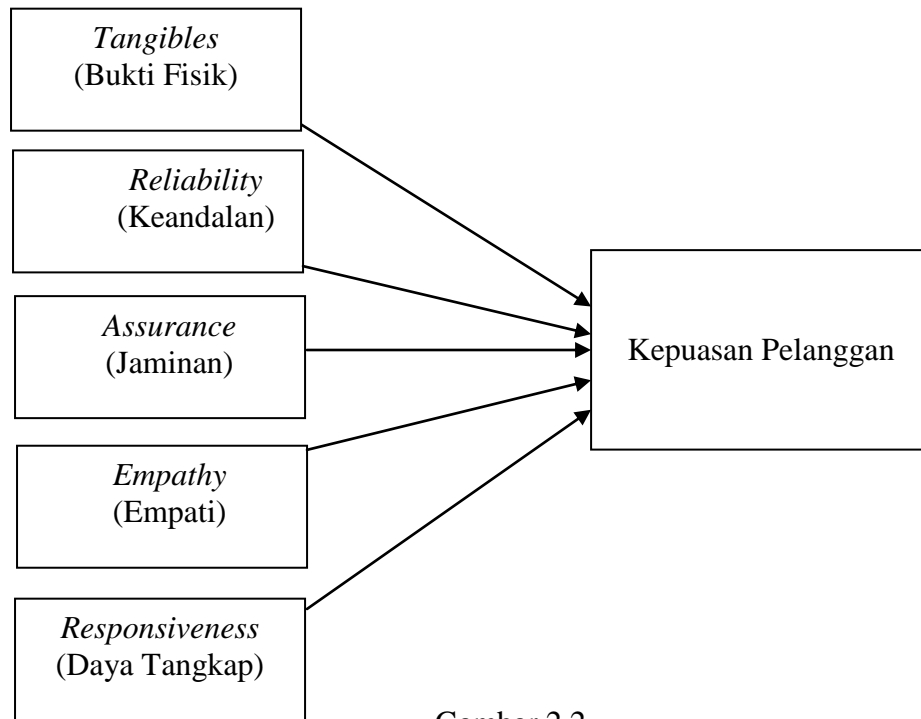
6 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas yang diberikan oleh perusahaan merupakan implementasi terhadap proses identifikasi dari pelanggan dan calon pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan terpenuhi apabila konsumen memperoleh apa yang mereka inginkan, oleh karena itu hubungan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan yang diterima.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan harus sesuai dengan jenis jasa dan kondisi perusahaan, karena kesalahan dalam memberikan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan, bahkan akan memberikan citra yang kurang baik bagi perusahaan. Serta membuka kemungkinan kepada setiap pelanggan untuk beralih kepada perusahaan yang lain.

Menurut M. N. Nasution “Meskipun produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi tanpa tunjangan dengan sistem pelayanan yang baik dan benar, maka akan mengakibatkan ketidakberhasilan dalam memenuhi kepuasan pelanggan”. (M. N. Nasution, 2004)

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Keterangan:

- *Tangibles* (Bukti Fisik) Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.
- *Reliability* (Keandalan) Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang disajikan secara akurat.
- *Assurance* (Jaminan) Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.
- *Empathy* (Empati) Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- *Responsiveness* (Daya Tangkap) Berkenaan

dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan dugaan sementara tentang dua variabel atau lebih. Hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1 = *Tangibles* (Bukti Fisik) berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan

H2 = *Reliability* (Keandalan) berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan

H3 = *Assurance* (Jaminan) berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan

H4 = *Empathy* (Empati) berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan

H5 = *Responsiveness* (Daya Tangkap) berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan

METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat : Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali Desa

Bahungin
Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong

Waktu : Penelitian dilakukan pada bulan juni 2020

B. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan adalah penelitian survei kuantitatif. Penelitian Survei Kuantitatif adalah penelitian yang memilih sampel dari populasi tertentu dengan memanfaatkan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data yang pokok.

Penelitian survey kuantitatif menggambarkan prinsip pada penelitian koresional dan menyempurnakannya dengan cara yang efektif untuk menjelaskan pendapat, pemikiran dan perasaan individu. Penelitian survei kuantitatif

bermaksud untuk penjajakan, menguraikan dan menjelaskan. Dengan kata lain, penelitian ini bermaksud untuk pengujian hipotesis.

C. Subjek Penelitian

1 Jumlah Populasi Dan Wilayah Generalisasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Maka yang menjadi objek penelitian populasi adalah konsumen Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali dan

dalam penelitian ini dibatasi selama 1 bulan dengan populasi sejumlah 600 orang.

2 Penetapan Jumlah Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampelnya

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga

dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Adapun metode penentuan sampel yang digunakan adalah dengan rumus *slovin*, sebagai berikut :

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

keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

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

perhitungannya sebagai berikut :

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

$$n = \frac{600}{1 + 600 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{600}{1 + 600 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1 + 6}{7} \times 600$$

$$n = 85.71$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 86 orang pelanggan Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali.

merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden.

D. Instrumen Dan Teknik Pengumpulan Data

1 Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan kuisisioner. Kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek lainnya.

2 Angket atau Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukakn dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner

Skala pengukuran untuk semua indikator pada masing-masing variabel menggunakan skala likert, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Kegiatan analisis data ini sering kali digunakan alat bantu seperti perhitungan dengan tes statistik. Tujuan penelitian adalah menjawab masalah atau

pertanyaan penelitian melalui proses analisis data. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap perilaku konsumen warung makan ialah sebagai berikut:

Validitas adalah tingkat dimana suatu tes mengukur apa yang sebenarnya harus di ukur. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner memiliki keterkaitan yang tinggi.

Untuk mengukur keterkaitan antara butir pertanyaan umumnya dicerminkan oleh korelasi jawaban antar pertanyaan. Sebaliknya, pertanyaan yang memiliki korelasi rendah dengan butir pertanyaan lain, dinyatakan pertanyaan yang tidak valid. Uji Validitas juga berguna untuk mengetahui apabila ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus diganti atau dibuang karena dianggap tak relevan.

Rumus Uji Validitas

$$R_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dengan angka kasar

$$\sum X = \dots \sum Y = \dots \sum XY = \dots \sum X^2 = \dots \sum Y^2 = \dots n = \dots$$

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Kriterianya adalah :

- *Instrumen valid, jika r-hitung = r-tabel*
- *Instrumen tidak valid, jika r-hitung < r-tabel*

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alfa* (α). Suatu variabel dikatakan

Rumus

$$R_i = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

σt^2 = Varians total

ri = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alfa* > 0,60, sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alfa* < 0,60 maka data tersebut tidak reliable

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Dalam pengujian ini digunakan taraf signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (d.f) = (k-1, n-k, α), dapat diketahui dari hasil perhitungan komputer program Microsoft excel. Kesimpulan yang diambil adalah

- Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya
- Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak,

dengan F_{tabel} derajat kebebasan = (k-1, n-k, α)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan sampel dalam penelitian ini, Penulis melakukan penelitian kepada beberapa kenalan dan pelanggan yang pernah mengunjungi dan menikmati pelayanan makan di Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali tersebut. Dalam penelitian ini penulis

mengumpulkan data dalam bentuk kuesioner atau angket berjumlah 16 butir soal yang terdiri dari 3 butir soal identitas Responden, 3 butir soal bukti fisik (*Tangibles*), 3 butir soal Keandalan (*Realibility*), 2 butir soal daya tanggap (*Responsiveness*), 3 butir soal jaminan (*Assurance*) dan 2 butir soal empati (*Emphaty*) disebarkan kepada 86 Responden dengan menggunakan skala likert

Tabel 4.1

Pengukuran Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

2. Karakteristik Responden

Dibawah ini peneliti akan menguraikan penyajian

Penyajian data berdasarkan jenis kelamin

data dalam berbagai karakteristik.

Tabel 4.2

Keterangan	frekuensi	persentase
Laki-laki	39	45,4%
Perempuan	47	54,6%

Total	86	100 %
--------------	-----------	--------------

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 39 orang dengan persentase 45,4%, sedangkan perempuan berjumlah 47 orang

dengan persentase sebesar 54,6%. Ini dapat diartikan bahwa pelanggan Warung makan lebih dominan berjenis kelamin perempuan.

Penyajian data berdasarkan Usia
Tabel 4.3

Keterangan	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	37	43%
20-30 tahun	32	37%
31-40 tahun	10	11,6%
>40 Tahun	7	8,14%
Total	86	100

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan usia kurang dari 20 tahun berjumlah 37 orang dengan besar persentase 43%, usia 20-30 tahun berjumlah 32 orang dengan besar persentase 37,2%, usia 31-40 tahun berjumlah

10 orang dengan besar persentase 11,6%, sedangkan untuk usia diatas 40 tahun 7 orang dengan persentase 8,14% . Dengan demikian tingkat usia yang paling potensial adalah usia Kurang atau dibaaah usia 20 tahun

Penyajian data berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/ Mahasiswa	42	48,8%
Pedagang/Swasta	17	19,8%
PNS	9	10,5%

Dan Lain-lain	18	20,9%
Total	86	100

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan Pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa berjumlah 42 orang dengan besar persentase 48,8%, sebagai Pedagang atau swasta berjumlah 17 orang dengan besar persentase 19,8%,

sebagai PNS berjumlah 7 orang dengan besar persentase 10,5%, sedangkan yang bekerja lainnya 18 orang dengan persentase 8,14%. Dengan demikian tingkat Pekerjaan yang paling dominan adalah dari kalangan pelajar atau mahasiswa

Tabel 4.5
Tangible (Tb)

Butir	STS	TS	N	S	SS
P1	0	13,9%	66,3%	19,8%	0
P2	0	10,5%	40,7%	48,8%	0
P3	0	11,6%	53,5%	34,9%	0

Berdasarkan hasil jawaban responden atas variabel *tangible* maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mereka mengatakan bahwa Netral atau Ragu-Ragu terhadap bukti fisik (*tangible*) warung makan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kehandalan
(Realibility)

Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai Kehandalan (*Realibility*) yang merupakan variabel bebas dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel 4.6 hasil persentase jawaban responden berdasarkan Kehandalan (*Realibility*).

Tabel 4.6
Kehandalan (Realibility).

Butir	STS	TS	N	S	SS
P1	0	3,5%	32,5%	64%	0
P2	9,3%	45,4%	33,7%	11,6%	0
P3	0	24,4%	34,9%	40,7%	0

Berdasarkan hasil jawaban responden atas variabel *Realibility* maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mereka mengatakan bahwa Setuju terhadap Kehandalan (*Realibility*) warung makan mempengaruhi

kepuasan konsumen

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai Daya Tanggap (*Responsiveness*) yang merupakan variabel bebas dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel 4.7 hasil persentase jawaban responden berdasarkan Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 4.7

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Butir	STS	TS	N	S	SS
P1	0	18,6%	72,1%	9,3%	0
P2	0	16,3%	66,3%	17,4%	0

Berdasarkan hasil jawaban responden atas variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mereka mengatakan bahwa Setuju terhadap Daya Tanggap (*Responsiveness*) warung makan mempengaruhi

kepuasan konsumen

Jaminan (*Assurance*)

Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai Jaminan (*Assurance*) yang merupakan variabel bebas dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel 4.8 hasil persentase jawaban responden berdasarkan Jaminan (*Assurance*)

Tabel 4.8

Jaminan (*Assurance*)

Butir	STS	TS	N	S	SS
P1	0	17,4%	74,4%	8,14%	0
P2	0	0	87,2%	12,8%	0
P3	0	15,1%	60,5%	24,4%	0

Berdasarkan hasil jawaban responden atas variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mereka mengatakan bahwa Netral atau Ragu-Ragu terhadap bukti fisik (*tangible*) warung makan mempengaruhi kepuasan konsume Daya Tanggap

(*Responsiveness*) warung makan mempengaruhi kepuasan konsumen

Empati (*Emphaty*)
 Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai Empati (*Emphaty*) yang merupakan variabel bebas dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel 4.9 hasil persentase jawaban responden berdasarkan Empati (*Emphaty*)

Tabel 4.9
Empati (*Emphaty*)

Butir	STS	TS	N	S	SS
P1	0	12,8%	84,9%	2,3%	0
P2	0	7%	55,8%	37,2%	0

Berdasarkan hasil jawaban responden atas variable Empati (*Emphaty*) maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mereka mengatakan bahwa Netral atau Ragu-Ragu terhadap Empati (*Emphaty*) warung makan

mempengaruhi kepuasan konsumen

Analisis Data
Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang dalam mengolerasikan skor jawaban setiap pertanyaan.

1. Pengujian Validitas Variabel *Tangible*

Tabel 4.10

Uji Validitas Variabel *Tangible*

Variabel	Pertanyaan	r - Hitung	r – Tabel	Keterangan
<i>Tangible</i>	Butir soal 1	0,60	0,212	Valid
	Butir soal 2	0,40	0,212	Valid

	Butir soal 3	0,59	0,212	Valid
--	--------------	------	-------	-------

Berdasarkan tabel diatas, pertanyaan pada variabel *tangible* dapat dinyatakan bahwa semua *tangible* dinyatakan valid.

2. Pengujian Validitas Variabel *Reliability*

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel *Reliability*

Variabel	Pertanyaan	r - Hitung	r - Tabel	Keterangan
<i>Reliability</i>	Butir soal 1	0,42	0,212	Valid
	Butir soal 2	0,65	0,212	Valid
	Butir soal 3	0,62	0,212	Valid

Berdasarkan tabel diatas, seluruh pertanyaan pada variabel *reliability* dapat dinyatakan bahwa variabel *reliability* telah valid.

3. Pengujian Validitas Variabel *Responsiveness*

Tabel 4.12
Uji Validitas Variabel *Responsiveness*

Variabel	Pertanyaan	r - Hitung	r - Tabel	Keterangan
<i>Responsiveness</i>	Butir soal 1	0,58	0,212	Valid
	Butir soal 2	0,69	0,212	Valid

Berdasarkan tabel diatas, variabel *Responsiveness* dapat dinyatakan bahwa variabel *Responsiveness* telah valid.

4. Pengujian Validitas Variabel *Assurance*

Tabel 4.13
Uji Validitas Variabel *Assurance*

Variabel	Pertanyaan	r - Hitung	r - Tabel	Keterangan
	Butir soal 1	0,40	0,212	Valid
	Butir soal 2	0,46	0,212	Valid

<i>Assurance</i>	Butir soal 3	0,78	0,212	Valid
------------------	--------------	------	-------	-------

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel *assurance* telah valid.

5. Pengujian Validitas Variabel *Emphaty*

Tabel 4.14
Uji Validitas Variabel *Emphaty*

Variabel	Pertanyaan	r – Hitung	r - Tabel	Keterangan
<i>Emphaty</i>	Butir soal 1	0,52	0,212	Valid
	Butir soal 2	0,93	0,212	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel *Emphaty* telah valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan

kriteria sebagai berikut:

Jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan reliable

Jika $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan tidak reliable

1) Pengujian Reliabilitas Variabel *Tangible* (Tb)

Tabel 4.15
Uji Reliabilitas Variabel *Tangible*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,35	3

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien Alpha ,35 (dibaca 0, 35), kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r tabel dengan nilai $N-2=84$. Dan diperoleh nilai r

tabel sebesar 0.212, ini berarti $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji sangat reliable, karena nilai Cronbach's Alpha = 0, 35

2) Pengujian Reliabilitas Variabel *Reliability*

Tabel 4.16

Uji Reliabilitas Variabel *Reliability*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,47	3

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien Alpha ,47 (dibaca 0,47), kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r tabel dengan nilai N-2=84. Dan diperoleh nilai r

tabel sebesar 0.212, ini berarti $r_{alpha} > r_{tabel}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji sangat reliable, karena nilai Cronbach's Alpha = 0,47

3) Pengujian Reliabilitas Variabel *Responsiveness*

Tabel 4.17

Uji Reliabilitas Variabel *Responsiveness*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,77	2

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien Alpha ,77 (dibaca 0,77), kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r-tabel dengan nilai N-2=84. Dan diperoleh nilai r tabel sebesar 0.212,

ini berarti $r_{alpha} > r_{tabel}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji sangat reliable, karena nilai Cronbach's Alpha = 0,77

4) Pengujian Reliabilitas Variabel *Assurance*

Tabel 4.18

Uji Reliabilitas Variabel *Assurance*
Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
------------	------------

Alpha	
0,47	3

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien Alpha ,47 (dibaca 0,47), kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r-tabel dengan nilai $N-2=84$. Dan diperoleh nilai r

tabel sebesar 0.212, ini berarti $r_{alpha} > r_{tabel}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji sangat reliable, karena nilai Cronbach's Alpha = 0,47

5) Pengujian Reliabilitas Variabel *Emphaty*

Tabel 4.19
Uji Reliabilitas Variabel *Emphaty*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
1,11	2

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien Alpha 1,11. kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r-tabel dengan nilai $N-2=84$. Dan diperoleh nilai r

tabel sebesar 0.212, ini berarti $r_{alpha} > r_{tabel}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji sangat reliable. karena nilai Cronbach's Alpha = 1,11.

Uji Hipotesis
Uji F

Pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari uji F, adapun syarat dari uji F adalah:
Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) menggunakan program computer microsoft excel maka didapatlah hasil nilai dari F hitung yaitu 9.73 dengan tingkat probability

(0,000 < 0,05). Setelah mengetahui besarnya F hitung, maka akan dibandingkan dengan F tabel.

Untuk mencari nilai F tabel maka memerlukan rumus:

$$k$$

; n - k

Keterangan:

k = Jumlah variabel independent (bebas)

n = Jumlah responden

Jadi, F tabel = 5 ; 86 - 5

5 ; 81

Kemudian dicari pada distribusi nilai F tabel dan ditemukan nilai F tabel sebesar 2,33. Karena nilai F hitung 9,73 lebih besar dari nilai F tabel 2,33 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat diartikan bahwa variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

KESIMPULAN

Kesimpulan

Penulis melakukan penelitian pada Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali Desa Bahungin Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong milik ibu Tati Handayani. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara Simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Pelanggan Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali Desa Bahungin Kecamatan

Kelua Kabupaten Tabalong. Untuk mengetahui hal itu penulis melakukan penelitian dengan menyebarkan 86 angket pada beberapa pelanggan yang pernah menikmati pelayanan di Warung Makan Bakso Dan Mie Ayam Badali Desa Bahungin Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian dari data yang didapatkan, penulis menyimpulkan bahwa *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) serta *Responsiveness* (Daya Tangkap) berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Hal itu disimpulkan dengan melihat hasil uji hipotesis secara simultan (Uji F) yang menunjukkan kalau nilai F hitung (9,73) lebih besar dari nilai F tabel (2,33) yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

DAFTAR PUSTAKA

Wili, Andri, Merdian. (2007). *Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen Bengkel*. Global Motor Center Yogyakarta. https://repository.usd.ac.id/12023/2/122214016_full.pdf. Diakses 13 April 2020

Levanna, Ovrintyan, Chatra. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi*. <http://repository.unpas.ac.id/11793/> . Diakses 27 April 2020.

Sadriyah. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Rumah Makan Saung Ibu Kabupaten Tangerang)*. <http://repository.uinbanten.ac.id/3036/5/BAB%20III.pdf>. Diakses 6 Mei 2020.

Muchlisin,Riadi. (2017). *Pengertian, Jenis dan Cara Menghitung Validitas*. <https://www.kajianpustaka.com/2017/04/pengertian-jenis-dan-cara-menghitung-validitas.html>. Diakses 9 Mei 2020.

Muchlisin,Riadi. (2017). *Pengertian, Karakteristik, Pengujian dan Rumus Reliabilitas*. <https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-karakteristik-pengujian-rumus-reliabilitas.html>. Diakses 9 Mei 2020.

Oscar,R. (2019). *Cara Mendapatkan hasil uji validitas dengan menggunakan Ms.Excel*. <https://youtu.be/mQaZQjAcw1E> . Diakses 5 Juli 2020.

Sudrajat,Ade. (2017). *Tutorial Uji Reliabilitas Essay atau Angket #6*. <https://youtu.be/tuj17V3IFRs>. Diakses 7 Juli 2020.

Pamungkas,Ling. (2019). *Uji F dengan perbedaan dua sampel di Excel*. https://youtu.be/E_RulJe45BU. Diakses 10 Juli 2020