

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA RESTO CEPAT SAJI DI MALL LIPPO CIKARANG**

**Himawan Pramulanto<sup>1</sup>, Nurul Giswi Karomah<sup>2</sup>, Ria Estiana<sup>3</sup>, dan Ira Rif'an<sup>4</sup>**  
[himawan.pramulanto@gmail.com](mailto:himawan.pramulanto@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurulgiswi@gmail.com](mailto:nurulgiswi@gmail.com)<sup>2</sup>, [ria.estiana@gmail.com](mailto:ria.estiana@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[ira.rifan@gmail.com](mailto:ira.rifan@gmail.com)<sup>4</sup>  
**Politeknik LP3I Jakarta**<sup>1,2,3,4</sup>

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Ketatnya persaingan bisnis kuliner menjadi ancaman bagi para pelaku usaha, sehingga membuat pelaku usaha berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanannya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif dan dengan data sekunder dan data primer sebagai sumber data yang diperoleh dari hasil angket. Populasi sekaligus sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Resto cepat saji yang diambil berjumlah 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah Teknik Regresi Linier Sederhana, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F, Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas dan Uji Koefisien Determinasi. Teknik pengukuran instrument yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala Likert karena untuk mengukur jenis kelamin, usia, pendidikan, profesi dan instansi membeli produk. Hasil penelitian pada uji t bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengaruh kualitas pelayanan (x) terhadap variabel kepuasan pelanggan (y), karena nilai signifikan x terhadap y adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $14,491 > 1,661$ ) atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Resto Cepat Saji di Mall Lippo Cikarang.

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

**Abstract**

*The purpose of this research is to find out how service quality influences customer satisfaction. The population in this research is all fast food restaurant customers. This research is motivated by the high level of competition in the culinary business. The tight competition in the culinary business is a threat to business actors, thus making business actors try to improve and maintain the quality of their services. The research method used is a quantitative method. The population in this study was all fast food restaurant customers taken totaling 100 people. This research uses a quantitative approach with an associative type and with secondary data and primary data as data sources obtained from questionnaire results. The analytical methods used are Simple Linear Regression Techniques, Validity Tests, Reliability Tests, Hypothesis Tests using the T Test and F Test, Classical Assumption Tests, namely the Normality Test and the Coefficient of Determination Test. The instrument measurement technique used in this research is the Likert Scale because it measures gender, age, education, profession and agency purchasing the product. The results of the research on the t test show that there is a significant influence between the variable influencing service quality (x) on the customer satisfaction variable (y), because the significant value of x on y is  $0.000 < 0.05$  and the t-count value  $> t\text{-table}$  ( $14.491 > 1.661$ ) or in other words  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. So the conclusion from the research shows that partially the Service Quality variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Fast Food Restaurants at Lippo Cikarang Mall.*

**Keywords:** Service Quality, Customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis semakin berkembang pesat dari waktu ke waktu, salah satunya adalah bisnis kuliner. Semakin banyak usaha bisnis kuliner bermunculan semakin tinggi tingkat persaingan pasar. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis kuliner menjadi ancaman bagi para pelaku usaha. Sehingga pelaku usaha harus mempunyai pemahaman dan kepekaan terhadap sesuatu yang akan dan sedang terjadi dipasaran, dengan tujuan agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan pangsa pasar yang telah dimiliki. Persaingan dalam dunia bisnis kuliner yang tinggi membuat para pelaku usaha tertarik untuk lebih mengembangkan kualitas pada usahanya agar tidak kalah saing dari pesaing bisnis kuliner lainnya.

Kualitas pelayanan harus terus dipertahankan dan ditingkatkan sebaik mungkin agar memberikan kesan baik kepada pelanggan. Pelayanan yang baik dan menyenangkan membuat pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan dapat terjadi apabila mendapatkan perasaan senang atas hasil pelayanan yang didapat karena memenuhi atau melampaui harapan yang diinginkan oleh pelanggan, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila tidak memenuhi harapan pelanggan. Maka dari itu kepuasan pelanggan menjadi pertimbangan pengunjung datang kembali ke tempat usahakuliner tersebut.

Hal ini memberikan dampak yang besar bagi para pelaku usaha untuk memiliki keyakinan bahwa memberikan kepuasan pelanggan adalah hal yang dapat memenangkan persaingan. Meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner membuat pelaku usaha melihat peluang dalam mendapatkan keuntungan dengan cara meningkatkan mutu kualitas pelayanannya. Dalam memenangkan persaingan pada dunia bisnis kuliner,

sebagai pelaku usaha harus bisa melihat peluang, memahami apa yang di butuhkan dan diinginkan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang akan diberikan.

Pelanggan memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi karena memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat memenuhi harapan kepuasan pelanggan. Biasanya pelanggan akan menilai kualitas pelayanan terhadap rumah makan dan membandingkan pelayanan yang diterima dari tempat tersebut dengan tempat lainnya. Dengan membandingkan hal tersebut merupakan perilaku dari kepuasan pelanggan. Maka dari itu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan sangat berpengaruh terhadap tempat usaha

Salah satu restoran yang berada di area Mall Lippo Cikarang yaitu Cepat saji Resto. Cepat saji Resto adalah restoran yang menjual menu makanan dan minuman halal khas Jepang. Letak dari Cepat saji Resto ini berada di lantai 1 didalam Mall, maka dari itu Cepat saji Resto memiliki minat pengunjung yang cukup banyak. Cepat saji Resto memiliki 12 cabang yang menandakan bahwa restoran tersebut sudah dikenal oleh masyarakat dan terbukti restoran tersebut memang diminati oleh banyak pelanggan.

Saat ini perkembangan bisnis kuliner di Mall Lippo Cikarang semakin meningkat, banyaknya restoran di area Mall Lippo Cikarang yang mengakibatkan persaingan antar restoran semakin ketat. Berdasarkan hasil pengamatan penulis di area Mall Lippo Cikarang, Cepat saji Resto juga memiliki pesaing restoran dalam hal menu makanan khas Jepang di dapat pula data nama pesaing yang penulis sajikan berikut ini:

Tabel 1.1 Daftar Nama Pesaing Restoran Makanan Jepang di area Mall Lippo Cikarang

No	Nama Pesaing	Lokasi
1	Hanamasa	Lantai 2
2	Hoka-hoka Bento	Lantai 1
3	Ramen N' Sushi Box	Lantai 2
4	Yoshinoya	Lantai 2

Sumber: Riset Lapangan, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat adanya persaingan restoran makanan Jepang di area Mall Lippo Cikarang. Restoran pesaing tersebut menyediakan pelayanan yang ramah, sigap dan baik. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar Cepat saji Resto terus meningkat, pihak pengelola Cepat saji Resto harus menerapkan strategi yang tepat untuk menjalankan bisnis usaha kuliner ini. Maka dari itu Cepat saji Resto mempunyai misi untuk menjalankan mutu *QSC (Quality, Service and Cleannes)*. Karena Cepat saji Resto juga memiliki pesaing restoran yang sejenis menjual menu makanan khas Jepang, maka dari itu mutu *QSC* ini dapat membantu menarik dan mempertahankan pelanggan agar tetap memilih Resto cepat saji sebagai keinginan untuk menyantap makanan khas Jepang.

Kualitas pelayanan tentunya akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di restoran tersebut, maka dari itu hal penting yang harus dilakukan yaitu membuat pelanggan puas dengan menyediakan pelayanan yang baik, suasana dan tempat yang nyaman. Selain itu terdapat pelanggan yang mengeluh menandakan pelanggan tersebut tidak merasa puas.

Tabel 1.2 Jumlah Rating Bintang dan Keluhan Pelanggan di Torico Resto pada Ulasan Google

Rating Bintang	Tahun	Keluhan/Komplain
1	2020-2021	Pesanan datangnya lama, makanan terbatas, tidak <i>fresh</i> , makanannya berantakan, bumbu pendamping tidak lengkap dan pelayanannya buruk
2	2021	Pesanan datangnya lama dan pesan pertama dibuat terakhir.
3	2020	Dagingnya hanya serpihan atau sedikit, rasanya standar dan ada yang kurang enak.

Sumber: Ulasan Google pada Torico Resto Mall Lippo Cikarang, 2020-2021

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat adanya komplain dari pelanggan yang merasa tidak puas. Dengan melihat adanya keluhan dari pelanggan membuat pengelola usaha berfokus untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanannya. Hal tersebut sebagai salah satu strategi yang dibuat untuk mempertahankan dan menjaga kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang dan masalah yang terjadi pada Resto cepa saji di Mall Lippo Cikarang bahwa diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut: Ketatnya persaingan restoran makanan di area Mall Lippo Cikarang. Tindakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan Resto. Meningkatkan kualitas pelayanan pada Resto cepat saji di Mall Lippo Cikarang. Terdapat keluhan pelanggan pada rating bintang 1, 2 dan 3 di ulasan google pada Resto cepat saji di Mall Lippo Cikarang.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, maka penulis akan membahas masalah pada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Resto cepat saji di Mall Lippo cikarang. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, maka penulis akan merumuskan masalah yaitu bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Resto cepat saji Mall Lippo Cikarang? Tujuan Penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Resto cepat saji di Mall Lippo Cikarang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dapat memberikan

masuk sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan dalam Indrasari (2019:61) menyatakan “Kualitas pelayanan ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk”.

Kualitas pelayanan hal yang penting untuk diperhatikan karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen berkomsumsi barang atau jasa” (Agustina dkk, 2021:21).

“Suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan” merupakan pengertian kualitas pelayanan menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61).

“*Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima” Lupiyoadi dalam Indrasari (2019:62).

Menurut Lewis dan Booms dalam Putri (2017:48) menyatakan “Kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan”.

Karomah (2022) menuliskan Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterimamelampaui harapan konsumen,

maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas.

Usmara dalam Gofur (2019:39) menjelaskan bahwa “Suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) tertentu”.

Kotler dan Armstrong dalam Indrasari (2019:61) menegaskan “Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung”.

Menurut Yves dalam Sumual dkk (2021:74) “Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut kemulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan”.

Sangadji dalam Yusuf dan Ismail (2021:415) kepuasan pelanggan yakni “Perasaan kecewa serta senang setiap individu dalam merumpamaan antara kesan yang diberikan konsumen tentang tingkatan kinerja produk dan jasa riil atau nyata dengan kinerja sesuai ekspektasi”. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan “Secara sederhana sebagai suatu dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi” Veloutsou dalam Sulistyawati dan Seminari (2015:2320).

Kepuasan pelanggan merupakan sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya, dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian *valuative* purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik” Tjiptono dalam Damayanti dan Hamali (2020:1333).

Menurut Rangkuti dalam Lestari (2020:109) mengemukakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana harapan pelanggan terhadap produk atau

jasa yang diberikan dan telah sesuai dengan actual produk atau jasa yang ia rasakan”.

“Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi paska-pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan” Syah dan Prakasya (2013:191).

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:62) karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator yakni:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan
4. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sudah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian, Peneliti-peneliti terdahulu yaitu:

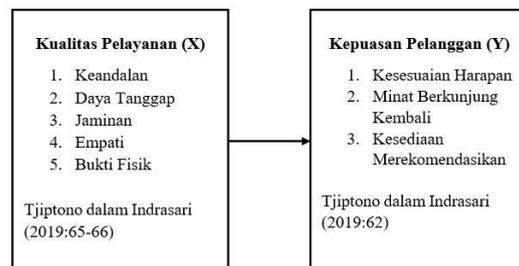
Penelitian yang dilakukan telah dilakukan dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid . (Saripudin, 2021) menunjukkan menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid.

Penelitian lain yang telah dilakukan dengan judul Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Restaurant Industry (Murad and Ali, 2015) hasil temuan menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara kualitas layanan (berwujud, jaminan, daya tanggap, keandalan,

empati) dan kepuasan pelanggan di industri restoran.

Terdapat juga penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian dimensi kualitas pelayanan yang signifikan adalah daya tanggap dan Empati. Sedangkan atribut dimensi kualitas pelayanan yang memperoleh peringkat kepuasan tidak signifikan adalah Tangibles, Reliability dan Assurance signifikansi. Hal ini hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Kasim, 2021, dengan judul Analysis of Service Quality Toward Customer Satisfaction inThe Legend Coffee Yogyakarta.

Berdasarkan analisa teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka kerangka pikir tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kualitas pelayanan pada Resto Cepat saji di Mall Lippo Cikarang dapat dilihat pada gambar berikut;



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran  
Sumber: Diolah dari Indrasari, 2019

Menurut Ismail dan Haron dalam Sulistyawati dan Seminari (2015:2319) “Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan”. Sugiyono dalam Putri (2017:50) menyatakan bahwa “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Berdasarkan identifikasi

masalah, maka hipotesis untuk penelitian ini ialah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Cepat Saji di Mall Lippo Cikarang

## METODE

Metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dengan jenis asosiatif dan dengan data sekunder dan data primer sebagai sumber data yang diperoleh dari hasil angket. Penelitian ini berlangsung di Cepat saji Resto di dalam area Mall Lippo Cikarang dengan alamat Jalan Thamrin Cibatu, Cikarang Selatan, Jawa Barat 17530. penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2021.

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X) dan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y). Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang yang belum diketahui berapa jumlahnya, sehingga ditetapkan 100 orang responden yang dijadikan sebagai sampel.

Pengambilan sampel dilakukan secara *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memilih siapa yang kebetulan dijumpai. Dengan demikian *accidental sampling* berdasar pada faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel (responden) dalam Fauzy (2019:26). Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan kuesioner. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner skala likert. Pengambilan responden dilakukan dengan 2 cara, yaitu menggunakan *google form* dan membagikan kuesioner secara langsung di Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang. Kemudian dilakukan analisis statistik deskriptif, uji validitas, dan uji

realibilitas, serta uji asumsi klasik. Selanjutnya dilakukan analisis regresi liner sederhana dan pengujian Hipotesis dengan cara uji Parsial dan koefisiensi determinasi  $R^2$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan olah data, analisis data dan perhitungan statistic deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 4.6 Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	100	65	100	84.81	8.936
Y	100	28	45	37.99	4.829
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 25, 2022

Dari tabel 4.6 variabel (X) memperoleh data sebanyak 100 data dengan nilai mean 84,81 lebih besar dari std. deviation 4,829. Nilai max sebesar 100 dan nilai min sebesar 65 sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden memilih setuju untuk setiap pernyataan yang terdapat pada Variabel (X).

Variabel (Y) memperoleh data sebanyak 100 data dengan nilai mean 37,99 lebih besar dari std. deviation 8,936. Nilai max sebesar 45 dan nilai min sebesar 28 sehingga hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa responden memiliki tanggapan yang baik terhadap pada Variabel (X).

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui variabel independen dan dependen berdistribusi tidak normal atau normal. Ketentuan pengujian uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu jika nilai signifikansi apabila angka perolehan signifikansi melebihi 0,05 maka data pada riset ini berdistribusi normal, sebaliknya apabila angka perolehan signifikansi tidak melebihi 0,05 maka data pada riset ini tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N	100		
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.72417447	
Most Extreme Differences	Absolute	.128	
	Positive	.074	
	Negative	-.128	
Test Statistic	.128		
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000 <sup>c</sup>		
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.065 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.059
		Upper Bound	.072
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan dari hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi Monte Carlo yaitu 0,065 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau  $0,065 > 0,05$ , maka hal ini dapat disimpulkan bahwa distribusi data dari variabel dalam penelitian tersebut telah terdistribusi secara normal.

Perhitungan analisis uji regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.143	2.626		.055	.957
	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X)	.446	.031	.826	14.491	.000

a. Dependent Variable: Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang disajikan pada tabel diatas dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka didapat persamaan regresi linier sederhana dengan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut;

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 0,143 + 0,446X$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 0,143, menyatakan bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,143.
- Koefisien regresi X sebesar 0,446, menyatakan bahwa penambahan satuan nilai Kepuasan Pelanggan, maka nilai Pengaruh Kualitas sebesar 44,6%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif.

Hasil pengujian Uji T (parsial), Data yang diperoleh dengan jumlah 100 untuk pengambilan keputusan penolakan atau penerimaan hipotesis. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), maka nilai t-tabel adalah 1,661. Dengan kriteria pengambil keputusan:

- Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  tidak diterima dan  $H_a$  diterima (berpengaruh)
- Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak diterima (tidak berpengaruh)

Tabel 4.13 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.143	2.626		.055	.957
	Pengaruh Kualitas Pelayanan	.446	.031	.826	14.491	.000

a. Dependent Variable: Pengaruh Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 25, 2022

Dari tabel 4.14 diketahui bahwa besarnya nilai *R Square* adalah 0,679 yang artinya terdapat hubungan variabel bebas X (Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) terhadap variabel terikat Y (Kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan) pengaruh sebesar 68,2%, sedangkan sisanya 31,8% (dari hasil 100 - 68,2%) ditentukan oleh faktor

lainnya yang belum diteliti oleh penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 responden pelanggan Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan hasil statistik Uji T untuk variabel kualitas pelayanan dengan  $t$  hitung  $14,491 > 1,661$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000$  yang lebih kecil dari  $0,05$  sehingga hipotesis menunjukkan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang atau Ha diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Saripudin, Oktriawan dan Kurniasih dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid pada tahun 2013, hasil penelitian yang menyatakan bahwa adanya berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Restoran Saung Maulid. Hasil analisis secara kuantitatif dapat dilihat dari hasil kuesioner jawaban dari responden yang berkunjung ke Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang. Karakteristik jenis kelamin lebih banyak berjenis kelamin perempuan dengan nilai mencapai  $72\%$ . Untuk usia sebagian besar berusia antara 18-30 tahun dengan nilai mencapai  $65\%$ . Responden yang paling banyak adalah pendidikan SMA/SMK dengan nilai mencapai  $63\%$ . Untuk profesi sebagian besar pelajar dengan nilai mencapai  $31\%$  dan responden yang membeli produk Cepat saji Resto sebagian besar  $68\%$  dengan membeli produk 3 kali.

Dalam pengujian secara deskriptif yang dihasilkan dari penelitian ini, dimana responden yang merupakan pelanggan Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang dinilai baik, karena kebanyakan responden

memilih kriteria “Netral, Setuju, dan Sangat Setuju”.

Dalam pengujian validitas diketahui bahwa nilai  $r$ -tabel untuk data berjumlah 100 responden, maka nilai  $df (n-2) = 100 - 2 = 98$  dengan tingkat signifikan  $5\%$  sebesar  $0,1966$  dan keterangan dalam setiap pernyataan itu valid, selanjutnya untuk pengujian reliabilitas dengan menggunakan Cronbach Alpha diketahui reliabel.

Hasil uji asumsi klasik dari hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang sudah diketahui nilai signifikansi Monte Carlo yaitu  $0,065$  yang berarti lebih besar dari  $0,05$  atau  $0,065 > 0,05$  maka dapat disimpulkan distribusi data dari variabel dalam penelitian ini bahwa nilai residual berdistribusi secara normal.

Untuk hasil analisis regresi linier sederhana bahwa  $Y = 0,143 + 0,446X$  dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang berarti positif bahwa peningkatan kualitas pelayanan pada Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang akan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Besaran peningkatan itu adalah  $44,6\%$ . Untuk hasil koefisien determinasi didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar  $0,679$ , yang artinya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) sebesar  $68,2\%$ .

Dapat dilihat dari kualitas pelayanan berperan penting untuk kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang disediakan Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang mampu memberikan yang terbaik terhadap kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa “pengaruh kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada cepat saji resto mall lippo cikarang.

Berdasarkan hasil penelitian pada uji t bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengaruh kualitas pelayanan (x) terhadap variabel kepuasan pelanggan (y), karena nilai signifikan x terhadap y adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai t-hitung  $> t$ -tabel ( $14,491 > 1,661$ ) atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa kepuasan pelanggan dapat terjadi apabila mendapatkan perasaan senang atas hasil pelayanan yang didapat karena memenuhi atau melampaui harapan yang diinginkan oleh pelanggan, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila tidak memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi pertimbangan pengunjung datang kembali ke tempat usaha kuliner tersebut.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini, yaitu: Dari hasil penelitian yang dilakukan pada pelanggan Resto Cepat Saji mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Resto cepat sji, maka pihak resto harus berusaha untuk mempertahankan dan dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang ada dengan lebih menjaga karyawan dan pelayanan yang diberikan sehingga akan tercipta kepuasan pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah atau meneliti dengan variabel yang lebih lengkap lagi yang belum penulis pakai di penelitian ini agar dapat

memperoleh kesimpulan yang berbeda sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan agar pelayanan lebih baik terhadap kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. P., Suparwo, A., Yuliyana, W., Sunarsi, D., & Nurjaya, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Word of Mouth Jasa Pengurusan Nenek di CV Speed Nenek. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), 186-190.
- Alhusin, S. (2020). *Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS.10 for Windows*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Al-Tit, A. A. (2015). The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention. *Asian Social Science*, 11(23), 129-139.
- Damayanti, S., & Hamali, A. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Bandoengsche Melk Centrale Kota Bandung. *Banking and Management Review*, 9(2), 1330-1344.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hasanah, N., & Rahmah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Badali Desa Bahungin Kecamatan Kelua Kabupaten

- Tabalog. *Inovatif*, 2(1), 1-26.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Ismail, T., dan Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 413-423.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar : CV Sah Media.
- Karomah, N. G., Oktafiani, S., & Rohmah, S. N. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Restoran Cepat Saji Mcdonald's Di Jakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(3), 325-333.
- Kasim, L. (2021). Analysis of Service Quality Toward Customer Satisfaction in The Legend Coffee Yogyakarta. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 153-168.
- Keegan. J. W. (2017) *Manajemen Pemasaran Global Edisi 6 Jilid 1*. Jakarta : PT Indeks, Kelompok Gramedia.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lawu. S. H., Vina. I. & Nelfianti. F. (2010). *Service Excellence*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lestari, N. E. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Waroeng Steak and Shake Cabang Margonda Depok. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 107-115.
- Margie, L. A., Yulianto., Triputra, D. R., & Darmansyah M. (2020). *Pengantar Bisnis*. Tangerang Selatan : Unpam Press.
- Mensah, B. A., Achio, S., & Asare, I. O. (2021). Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Selected Cafeterias: A Structural Equation Modeling Approach. *International Journal of Tourism and Hospitality Management in The Digital Age (IJTHMDA)*, 5(2), 1-16.
- Murad, S., dan Ali, M. (2015). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Restaurant Industry. *Singaporean Journal of Business Economics, and Management Studies*, 4(6), 71-81.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1-3.
- Oktavicena, D. R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Food Festival di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 1(01), 1-8.
- Paputungan, T., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu. *Journal Productivity*, 2(5), 397-402.
- Pengenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen "Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant" Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 155-163.

- Putri, W. O., & Hardianawati, H. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada Pada Karyawan Bca Life Analisis. *Jurnal Administrasi Bisnis Asmi*, 1(2), 47-58.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman Universitas Press.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(01), 48-57.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistiyawati, N. M. A, & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar (Doctoral Dissertation, Udayana University). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318-2332.
- Sumual, Y. M., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos. *Productivity*, 2(1), 73-78.
- Suwiryo, D. H. (2018). *Bisnis Internasional*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Syah, D. O., & Prakasya, R. Y. (2013) Faktor Penentu Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi Enterprise Resource Planning (ERP). *Jurnal Bijak* 10(1), 185-212
- Ulasan Google Pada Cepat saji Resto Mall Lippo Cikarang. 2020-2021, Sumber Web: <https://g.co/kgs/mjpr39> (Diakses Tanggal 15/11/2021 Pukul 14:27 WIB) Wulandari, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Bakso Raksasa Cabang Bekasi Timur. *Parameter*, 5(2), 14-28