

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
RESTORAN IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) KOTA MALANG.**

**ARTIKEL SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Oleh :

**BAYU FATHONI SUPOMO
NIM. 125080400111034**

**FAKULTAS PERIKANAN DAN KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

ARTIKELSKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
RESTORAN IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) KOTA MALANG

Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Perikanan
di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya

Oleh :

BAYU FATHONI SUPOMO
NIM. 125080400111034

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I,



(Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS)
NIP. 19630820 198802 1 001
Tanggal : 18 JAN 2017

Dosen Pembimbing II,



(Mochammad Fattah, S.Pi, M.Si)
NIP. 2015 0686 05131 001
Tanggal : 18 JAN 2017

Mengetahui,
Ketua Jurusan



(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal: 8 JAN 2017

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) KOTA MALANG

Bayu Fathoni Supomo¹, Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS², Mochammad Fattah, S.Pi., M.Si²
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya

¹Mahasiswa Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya

²Dosen Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya

ABSTRAK

Pertumbuhan penduduk Kota Malang yang meningkat setiap bulannya mengindikasikan pengeluaran untuk konsumsi rumah tangga semakin meningkat. Sebagian masyarakat mencari pola konsumsi makan yang lebih bersifat praktis, cepat, dan nyaman. Kualitas pelayanan sebagai usaha restoran untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Restoran yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis (1) Karakteristik konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) (2) Pengaruh secara simultan dan parsial kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) terhadap kepuasan konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) (3) Variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Insidental sampling*. Metode penentuan jumlah sampel yaitu dengan menggunakan *linier time function*. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F, uji t, dan uji dominan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *emphaty* (X5) masing-masing berpengaruh simultan dan parsial secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC). Dan variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) adalah *reliability*.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, Kepuasan Konsumen.

SERVICE QUALITY EFFECT FOR CUSTOMER SATISFACTION AT IKAN BAKAR CIANJUR RESTAURANT (IBC) MALANG

ABSTRACT

Malang population growth is increasing every month indicates spending for household consumption is increasing. Most people looking for food consumption patterns that are more practical, fast, and convenient. Quality of service as the restaurant business to realize the convenience to consumers so that consumers feel has a value that is more than expected. Restaurant which provides good quality services will have an impact on customer satisfaction. This study aims to identify and analyze (1) Characteristics of consumers Restaurants Ikan Bakar Cianjur (IBC) (2) Effect of simultaneous and partial service quality (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, and *emphaty*) to the satisfaction of consumers Restaurants Ikan Bakar Cianjur (IBC) (3) variable quality of service which is the most dominant on consumer satisfaction Ikan Bakar Cianjur Restaurants (IBC). The method used in this research is quantitative method. The data collected are primary data and secondary data. The method of collecting the sample using *Insidental sampling*. The analytical methods used is descriptive qualitative, quantitative descriptive and multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that all the variables of service quality consists of variables *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), and *emphaty* (X5) respectively simultaneously and partially influence significantly on consumer satisfaction Ikan Bakar Cianjur Restaurants (IBC). And the variable quality of service of the dominant influence on consumer satisfaction in Restaurant Ikan Bakar Cianjur (IBC) is *Reliability* (X2).

Key word : *Service Quality*, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, *Costumer Satisfaction*.

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk Kota Malang yang meningkat setiap bulannya mengindikasikan pengeluaran untuk konsumsi rumah tangga semakin meningkat. Semakin tingginya jumlah penduduk menyebabkan terjadinya berbagai perubahan-perubahan pada perilaku masyarakat. Salah satu perubahan tersebut adalah pada perilaku konsumsi makan. Dengan kesibukan yang dimiliki, sebagian masyarakat tidak memiliki cukup waktu untuk memenuhi semua kebutuhan yang diperlukan, termasuk memenuhi kebutuhan dasar yaitu pangan.

Sebagian masyarakat mencari pola konsumsi makan yang lebih bersifat praktis, cepat, dan nyaman.

Hal tersebut dapat diperoleh masyarakat melalui restoran-restoran yang banyak tersebar. Restoran yang dipilih masyarakat tidak hanya dijadikan sebagai tempat makan saja, tetapi juga sebagai tempat berkumpul bersama keluarga dan tempat istirahat. Untuk sebagian besar golongan masyarakat, restoran juga dipilih berdasarkan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosi dan kemudahan untuk mendapatkan produk/jasa restoran tersebut.

Menurut Sugiarto (2002), Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (pelanggan, tamu, klien, pasien atau penumpang) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani dan orang yang dilayani. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen (Walker, 2001).

Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007). Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) merupakan restoran yang menyajikan berbagai makanan hasil olahan perikanan yang berlokasi di pusat Kota Malang, yang berarti memiliki banyak pesaing. Restoran ini tidak hanya menyajikan makanan hasil olahan perikanan yang enak namun mereka menyadari bahwa perlunya kualitas layanan yang dibutuhkan untuk memuaskan para pelanggan sehingga dapat menimbulkan kepuasan terhadap restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC). Tujuan dari penelitian yaitu: (1) Menganalisis karakteristik konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC). (2) Menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) (3) Menganalisis variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2016 di Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) yang berlokasi di Jalan Simpang Balapan No. 5 Kota Malang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang

merupakan metodologi penelitian yang terstruktur dan berupaya untuk dapat mengkuantitatifkan data, dan juga menerapkan statistik tertentu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Artinya tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Insidental sampling*, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti di Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) Kota Malang dapat dijadikan sampel jika dipandang sesuai dan berkenan. Penentuan jumlah sampel yaitu dengan menggunakan *linier time function*. Metode ini menentukan jumlah sampel berdasarkan waktu yang efektif yang digunakan dalam melaksanakan penelitian karena populasi tidak diketahui jumlahnya dan didapati jumlah responden sebanyak 60 orang. Pada penelitian ini, variabel yang diteliti terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu variabel bebas yang terdiri dari *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Empathy* (X5) dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner, dan untuk memperoleh data kuantitatif maka digunakan skala Likert model 5 poin. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F, uji t, dan uji dominan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan penelitian, karakteristik konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC)

berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan (70%), berdasarkan rentang usia yaitu paling banyak adalah usia antara 21 hingga 30 tahun (36,7%), berdasarkan jenis pekerjaan yang paling banyak yaitu pekerjaan sebagai pekerja swasta (28,3%), berdasarkan tingkat pendidikan akhir yang paling banyak adalah pendidikan terakhir Sarjana (53,3%), berdasarkan pendapatan perbulan responden yang paling banyak yaitu berpendapatan Rp.3.000.001-Rp.4.500.000 (33,3%), dasar sumber informasi Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) didominasi oleh responden yang mengetahui informasi restoran dari teman (91,7%), menurut pendapat responden tentang kesesuaian harga responden paling banyak berpendapat bahwa harga yang diberlakukan Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) sudah sesuai (95%), dan berdasarkan jumlah berkunjung responden yang paling banyak yaitu mengunjungi Restoran IBC sebanyak >3 kali (63,4%).

3.2 Analisis Kepuasan Konsumen

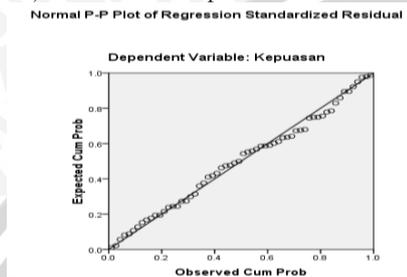
Pada variabel *tangible* (X1) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X_{1.1}, yaitu "Interior Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) sudah bagus dan menarik". Pada variabel *reliability* (X2) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X_{2.2}, yaitu "Saya merasa puas dengan kualitas rasa menu yang konsisten". Pada variabel *responsiveness* (X3) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X_{3.3}, yaitu "Kesiapan pelayan saat dibutuhkan". Pada variabel *assurance* (X4) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X_{4.3}, yaitu "Saya merasa puas dengan pelayan yang memberikan pelayanan dengan sopan dan

santun”. Pada variabel *emphaty* (X5) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X_{5.2} yaitu “Saya merasa nyaman dengan pelayan yang selalu mengerti kebutuhan pelanggan”

3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Pengujian Asumsi Normalitas

- Uji Grafik normal plot



Gambar 1. Grafik Normal P-Plot

Dapat dilihat bahwa tampilan grafik normal p-plot terlihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini memenuhi uji normalitas.

- Uji Kolmogrov-Smirnov

Selain dengan mengamati grafik normal P-Plot, Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan Uji Kolmogrov-Smirnov yaitu dengan melihat nilai sig (2-tailed) > 5% atau tidak. Hasil uji kolmogrov-smirnov dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogrov Smirnov

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0.490
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.970

Sumber: Data Primer, diolah (2016)

Hasil pada tabel dapat dilihat bahwa nilai Signifikan didapatkan sebesar 0,970 atau 97% yang berarti > 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah terdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas. Hasil yang diperoleh dikatakan bahwa data

kuesioner penelitian berdistribusi secara normal sehingga dapat digunakan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC).

2) Pengujian Asumsi Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF
Tangibles (X1)	0.814	1.228
Reliability (X2)	0.906	1.104
Responsiveness (X3)	0.808	1.237
Assurance (X4)	0.975	1.026
Emphaty (X5)	0.945	1.059

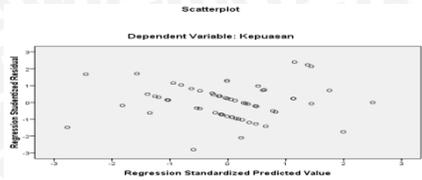
Sumber: Data primer, diolah (2016)

Hasil uji multikolinieritas pada Tabel 2 terlihat bahwa nilai tolerance bernilai > 0,1 dan nilai dari VIF (*Variance Inflation Factor*) bernilai < 10. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada model regresi yang dihasilkan. Menurut Santoso (2000) dalam Indrianty (2010), apabila nilai VIF berada < 10 dan nilai *tolerance* mendekati 1 atau > 0,1 maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara varabel bebas.

3) Pengujian Asumsi Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik *Scatterplot*

Berdasarkan Gambar 2, terlihat pada grafik *scatterplot* titik tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas, serta menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas dalam model regresi atau tidak terjadi kesamaan varians residual dari satu pengamatan dengan pengamatan lain.

Selain dengan mengamati grafik *scatterplot*, uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan uji glejser. Uji glejser yaitu pengujian dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil uji glejser dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Output Uji Glejser

Variabel Independen	Sig.
<i>Tangibles</i> (X1)	0.884
<i>Reliability</i> (X2)	0.317
<i>Responsiveness</i> (X3)	0.069
<i>Assurance</i> (X4)	0.684
<i>Emphaty</i> (X5)	0.473

Sumber: Data primer, diolah (2016)

Hasil tampilan output SPSS dengan jelas menunjukkan semua variabel independen mempunyai nilai sig $\geq 0,05$. Jadi tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Hal ini terlihat dari nilai sig. pada tiap-tiap

variabel independen seluruhnya diatas 0,05. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas dengan uji glejser.

3.4 Hasil Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda tersebut, maka didapatkan rumus suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,659 + 0,308 X_1 + 0,592 X_2 + (-0,248) X_3 + 0,268 X_4 + 0,197 X_5 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (a) positif, hal ini berarti jika semua variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*) memiliki nilai 0 (nol) maka nilai kepuasan konsumen bernilai positif.
2. Koefisien regresi X_1 (*tangibles*) menunjukkan hasil positif yang mengartikan bahwa apabila varabel *tangibles* yang mencakup penataan interior ruangan Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) terlihat bagus dan menarik, kebersihan dan kenyamanan ruangan restoran, dan penampilan karyawan yang rapi dan bersih ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat dan sebaliknya.
3. Koefisien regresi X_2 (*reliability*) menunjukkan hasil positif yang mengartikan bahwa apabila indikator *reliability* yang mencakup ketepatan penyajian menu dan konsistensi rasa menu meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat dan sebaliknya.
4. Koefisien regresi X_3 (*responsiveness*) menunjukkan hasil negatif yang

mengartikan bahwa konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) sudah puas dengan kecepatan penyajian, kesigapan karyawan dalam menangani keluhan konsumen, dan kesediaan karyawan dalam melayani konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC). Apabila ditambahkan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan konsumen.

5. Koefisien regresi X_4 (*assurance*) menunjukkan hasil positif yang mengartikan bahwa apabila pengetahuan karyawan terhadap menu, cara berkomunikasi karyawan terhadap konsumen untuk meyakinkan bahwa menu tidak berbahaya, dan cara berkomunikasi karyawan yang baik dan sopan ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat dan sebaliknya.
6. Koefisien regresi X_5 (*emphaty*) menunjukkan hasil positif yang menunjukkan bahwa apabila restoran mempertahankan keramahan karyawan kepada konsumen, mengupayakan pemenuhan kebutuhan konsumen, dan selalu memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen maka kepuasan konsumen akan meningkat dan sebaliknya.

3.5 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara semua variabel bebas kualitas pelayanan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen, Hasil uji signifikansi simultan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Signifikansi Simultan

Model	Df	F	Sig.
Regression	5	9.684	0.000 ^a
Residual	54		
Total	59		

Sumber: Data Primer, diolah (2016)

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan pada Tabel 4 diperoleh F_{tabel} sebesar 2,54, sedangkan nilai F_{hitung} sebesar 9,684 sehingga dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Maka dengan kata lain variabel-variabel bebas kualitas pelayanan mampu menjelaskan besarnya variabel dependen kepuasan konsumen.

3.6 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji signifikansi pengaruh parsial dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), apakah variabel bebas masing-masing berpengaruh terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial. Hasil rekapitulasi uji signifikansi pengaruh parsial dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Pengaruh Parsial

Variabel Independen	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig.
<i>Tangibles</i> (X1)	2.813	1,67	0.007
<i>Reliability</i> (X2)	4.943	1,67	0.000
<i>Responsiveness</i> (X3)	-2.943	1,67	0.005
<i>Assurance</i> (X4)	3.369	1,67	0.001
<i>Emphaty</i> (X5)	2.770	1,67	0.008

Sumber: Data primer, diolah (2016)

Berdasarkan hasil uji signifikansi pengaruh parsial (Uji t) dapat disimpulkan variabel bebas kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan adalah variabel *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *emphaty* (X5) dilihat dari nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$.

3.7 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square yang didapatkan adalah sebesar 0,473 atau 47,3%.

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang meliputi *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 47,3% sedangkan sisanya sebesar 52,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0.473	0.424

Sumber : Data Primer, 2016

3.8 Uji Dominan

Uji dominan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) yang mendominasi. Dalam menentukan variabel independen kualitas pelayanan yang dominan mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen maka dilihat dari nilai koefisien standarisasi yang terbesar.

Dilihat dari nilai *Standardized Coefficients Beta*, variabel bebas (kualitas pelayanan) yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) adalah variabel *Reliability* (X_2) karena variabel tersebut memiliki nilai Beta terbesar yaitu 0.513, dapat disimpulkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kemampuan restoran memberikan pelayanan yang tepat dan konsistensi pelayan dalam menyajikan rasa makanan dan minuman berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) Kota Malang.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) yang diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian, karakteristik dari konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) didominasi oleh perempuan (70%), usia antara 21 hingga 30 tahun (36,7%), pekerjaan sebagai pekerja swasta (28,3%), pendidikan terakhir Sarjana (53,3%), berpendapatan Rp.3.000.001-Rp.4.500.000 (33,3%), mengetahui informasi restoran dari teman (91,7%), harga yang diberlakukan Restoran Ikan Bakar Cianjur sudah sesuai (95%), dan mengunjungi Restoran IBC sebanyak >3 kali (63,4%).
2. Berdasarkan hasil uji pengaruh parsial dapat disimpulkan variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dan hasil uji pengaruh simultan variabel bebas yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC).
3. Indikator kualitas pelayanan yang berpengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen adalah *reliability* (X_2) yang meliputi keandalan pelayan dan konsistensi rasa menu makanan serta minuman dan yang kemudian diikuti oleh *Assurance* (X_4), *Tangible* (X_1), *Responsiveness* (X_3 , dan *Emphaty* (X_5).

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Pihak manajemen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) sekiranya perlu memperhatikan indikator kualitas pelayanan yang berpengaruh secara dominan yaitu *Reliability*. Hal ini dapat ditingkatkan dengan keandalan para pelayan dalam meningkatkan ketepatan penyajian makanan dan minuman dan konsistensi rasa menu yaitu pelayan harus memperhatikan dan menjaga kesegaran bahan baku yang akan diolah sesuai dengan yang dibutuhkan serta untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian ini berhasil membuktikan bahwa seluruh indikator kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpengaruh nyata. Indikator ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan sebagai salah satu strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Untuk penelitian selanjutnya perlu ditambah lagi faktor-faktor yang bisa mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen seperti tata ruang yang diberikan, factor harga, dan lainnya. Penelitian selanjutnya dapat dilaksanakan dengan menggunakan objek dan lokasi penelitian yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

3. Bagi para pelaku usaha ada baiknya menerapkan kualitas pelayanan yang baik yang terbukti berpengaruh untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dalam setiap bidang usahanya, baik itu jasa restoran maupun yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayse, 2007. An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender. *Humanity & Social Sciences Journal*, Vol. 2 Hal. 43-50.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. 2016. Laporan Penduduk Tahun 2016. Malang.
- Sugiarto, H. 2002. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Pelaksanaan Restoran Ayam Goreng Fast Food di Kelapa Gading Jakarta. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan. Institut Pertanian Bogor.
- Walker J.W., Stanton, W.J. 2001. Marketing, Edisi ke-12, , New York, USA: McGraw- Hill Irwin.