

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada Era Globalisasi saat ini, usaha dalam bidang jasa mengalami perkembangan yang sangat baik, salah satunya usaha yang bergerak dibidang jasa kuliner dalam bidang Restoran. Hal ini menyebabkan bisnis jasa kuliner menjadi bisnis yang menarik minat banyak orang. Oleh karena itu, persaingan pada usaha jasa kuliner sangat pesat. Semakin ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga konsumen akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih menyukai memenuhi kebutuhan pangan mereka dengan mengkonsumsi makanan yang dibeli dari restoran, dan lainnya. Hal tersebut dikarenakan budaya yang muncul seperti malas untuk memasak sendiri di rumah dan cita rasa masakan restoran yang memiliki *image* lebih enak dari pada masakan buatan sendiri. Berdasarkan pada fakta diatas, banyak perusahaan yang tertarik untuk membuka bisnis makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain dari nilai investasi yang cenderung lebih kecil, juga adanya potensi pasar yang besar.

Semakin ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas pelayanan, sehingga pelanggan mendapatkan kepuasan yang tinggi. Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan

pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono,2012). Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya (Alma, 2007).

Kualitas jasa pada umumnya dapat diukur berdasarkan penilaian pada beberapa menurut Tjiptono (2011), yaitu Reliabilitas (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Daya Tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Jaminan (*assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Empati (*empathy*) yaitu kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Untuk dapat memenangkan persaingan suatu perusahaan dituntut untuk dapat menjaga kepercayaan pelanggan dengan menciptakan kepuasan pelanggan agar tetap loyal sehingga mampu memberikan hal yang inovatif dan memiliki kualitas pelayanan terbaik yang menumbuhkan suatu nilai yang berbeda di mata para pelanggan. Menurut Tjiptono (2012) Dalam Rahman (2019) kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan pelanggan merupakan bentuk perasaan timbul oleh karena apa yang diekspektasikan oleh pelanggan dirasakan pada sebuah produk yang kemudian dapat menurunkan peluang keinginannya untuk beralih ke produk maupun ke perusahaan lainnya yang pada akhirnya dapat menciptakan loyalitas yang tinggi.

Restoran merupakan tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman. Nelayan merupakan restoran *Chinesse food* yang paling terkenal di kota Medan. Restoran Nelayan berdiri pada tahun 1985 sekitar 35 tahun yang lalu. Restoran Nelayan

memberikan fasilitas full AC sehingga konsumen dapat menikmati makanan dengan nyaman. Para pelayan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Selain itu para pelayan juga sudah dilatih untuk memahami mengenai produk makanan yang terdapat pada menu di Restoran Nelayan sehingga pelayan dapat mengerti mengenai makanan yang disajikan. Di Restoran ini menyediakan berbagai menu makanan khas *chinese food* dengan layanan yang sangat baik yaitu tempat yang nyaman dan bersih serta cita rasa yang enak dan lezat yang sesuai dengan selera konsumen. Pada restoran Nelayan terdapat 20 meja dengan kursi yang jumlahnya bisa menampung kurang lebih 55 orang. Ada beberapa restoran nelayan dikota Medan yaitu dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

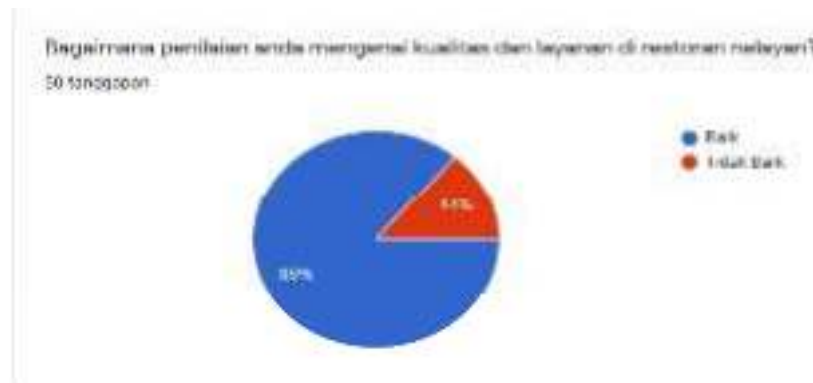
Tabel 1.1.
Daftar Restoran Nelayan Kota Medan

Daftar Restoran Nelayan	Lokasi
Tenda Nelayan	Merdeka Walk Jl. Balai Kota
Nelayan Jala-jala	Manhattan Times Square Jl. Gatot Subroto No. 217
Nelayan Jala Restaurant	Sun Plaza Jl. KH Zainun Arifin No.7
Nelayan Suki Centre Point	Mall Centre Point
Sari Laut Nelayan	Jl. Putri Merak Jingga No.8
Jala-Jala	Plaza Medan Fair Jl. Gatot Subroto No.30
Nelayan Jala-jala	Thamrin Plaza Jl. M. H Thamrin No.82
Nelayan Jala-jala Café	Ringroad Citywalks Mall
Nelayan Suki Cambridge Mall	Cambridge City Square Jl. S. Parman No.217
Nelayan CafeDeli Park Podomoro City	Jl. Tembaku Deli III No.12 Kesawan, Kec. Medan Baru
Nelayan Shanghai Café	Mall Center Point
Tenda Nelayan Jala-jala Marelan	Tanah Enam Ratus, Kec. Medan Marelan

Sumber data : Hasil Survey Restoran Nelayan

Terdapat banyak sekali restoran yang ada di Medan, sehingga usaha restoran memang cukup menjanjikan. Banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat diluar rumah, seperti bekerja, kuliah, sekolah dan lain-lain. Sehingga masyarakat lebih tertarik untuk makan diluar rumah karena menghemat waktu.

Dalam menilai kualitas dan layanan pada Restoran Nelayan, peneliti melakukan pra survey melalui google doc terkait dengan pendapat pelanggan mengenai kualitas layanan pada Restoran Nelayan di kota Medan :

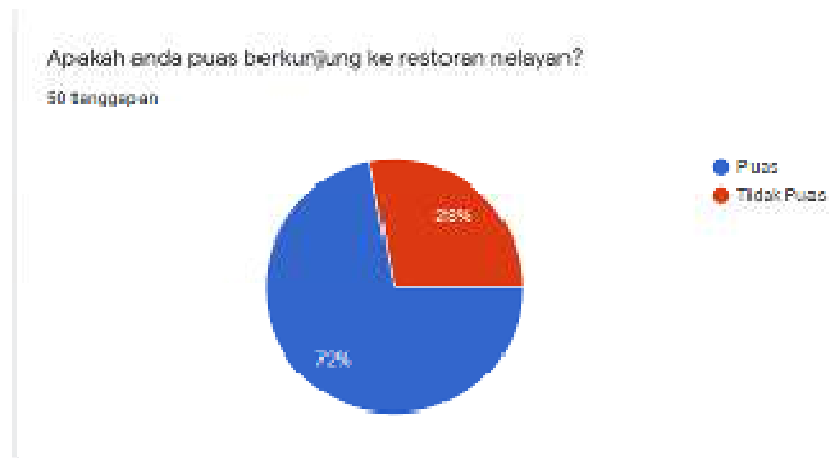


Gambar 1.1
Hasil Pra Survei Terhadap Kualitas Layanan Pada Restoran Nelayan
Di Kota Medan

Sumber: hasil pra survey (2020)

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti terhadap 50 responden yang sudah mengunjungi dan sudah melakukan transaksi di Restoran Nelayan kota Medan terhadap kualitas layanan menunjukkan bahwa sebesar 86% atau 43 responden berpendapat bahwa pelanggan baik dengan kualitas dan layanan yang diberikan oleh Restoran Nelayan dan sebesar 14% atau 7 responden berpendapat bahwa kualitas dan layanan yang disediakan oleh Restoran Nelayan tidak baik.

Dalam menilai kepuasan pengunjung, peneliti melakukan pra survey melalui google doc terkait pendapat pelanggan mengenai ketanggapan kepuasan konsumen di Restoran Nelayan di Kota Medan:



Gambar 1.2
Hasil Pra Survei Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berkunjung
Di Restoran Nelayan di Kota Medan
Sumber: Hasil Pra Survei (2020)

Dari hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti terhadap 50 responden yang sudah mengunjungi dan melakukan transaksi di Restoran Nelayan kota Medan terhadap kepuasan konsumen bahwa sebesar 72% atau 36 responden berpendapat bahwa konsumen puas berkunjung ke Restoran Nelayan dan sebesar 28% atau 14 responden tidak puas berkunjung ke Restoran Nelayan.

Kualitas layanan yang diberikan oleh restoran nelayan membuat konsumen nelayan merasakan puas karena pelayan yang ramah, rapi juga bersih. Namun banyaknya konsumen restoran nelayan membuat pelayan kewalahan dalam melayani konsumen disana sehingga konsumen yang banyak mengantri tidak terlayani lagi.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Nelayan di Kota Medan”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Nelayan di Kota Medan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan pada bagian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Nelayan di Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak-pihak yang bersangkutan dan berkepentingan. Adapun kegunaan penelitian ini, ditinjau dari beberapa pihak adalah sebagai berikut:

1. Bagi Restoran

Adalah untuk memberikan masukan dan evaluasi dan pemikiran bagi Restoran Nelayan di Kota Medan, khususnya dalam hal yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan dan pengetahuan yang diperoleh selama diperkuliahan terutama yang berkaitan dengan topik penelitian yang diambil yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada suatu Restoran Nelayan.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan peningkatan keilmuan bagi kalangan akademis dan referensi bacaan bagi semua pihak.

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, DAN HIPOTESIS

2.1 Kualitas Layanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Wibowo (2017) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Agar pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka perusahaan harus memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Pujawan (dalam Novi ariska et.al 2017) mendefinisikan “kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima)”. Sedangkan menurut Tjiptono (2011) Kualitas pelayanan yaitu kegiatan yang dilakukan oleh para penyedia jasa kepada pelanggan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi.

Berdasarkan pengertian mengenai kualitas pelayanan menurut para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat jasa yang diterima seorang pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan akan sebuah kepuasan

sehingga mempunyai nilai lebih di mata pelanggannya. Penulis menggunakan definisi operasional menurut Tjiptono (2011) dalam mendefinisikan pengertian dari kualitas pelayanan pada Restoran Nelayan

Dengan adanya pengertian diatas, maka karakteristik jasa diungkapkan oleh Tjiptono (2016) sebagai berikut:

1. *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep *intangible* ini sendiri memiliki dua pengertian yaitu:

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

2. *Inseparability*

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut *inseparability* (tidak dapat dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Dalam hubungan penyedia jasa merupakan unsur penting.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized out-put*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. *Perishability*

Perishability berarti bahwa jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali, atau dikembalikan.

Pelanggan akan memberikan penilaian terhadap kualitas setiap barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Kualitas jasa pada umumnya dapat diukur berdasarkan penilaian pada beberapa indikator menurut Tjiptono (2011) sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*)

yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Contohnya adalah setiap pertanyaan pelanggan mampu dijawab dengan tepat oleh setiap karyawan pada Restoran Nelayan.

2. Daya Tanggap (*responsiveness*)

yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Contohnya adalah karyawan Nelayan sigap dan tanggap dalam menangani setiap keluhan pelanggan.

3. Jaminan (*assurance*)

yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Contohnya setiap karyawan Nelayan mampu memberikan sikap yang sopan dan ramah kepada pelanggan.

4. Empati (*empathy*)

yaitu kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya setiap karyawan Nelayan peduli terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

5. Bukti fisik (*tangibles*)

yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Contohnya gerai Restoran Nelayan memiliki lingkungan yang bersih, meja atau tempat duduk tertata rapi sehingga pelanggan merasa nyaman saat berada di Restoran Nelayan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, indikator yang akan digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada Restoran Nelayan di kota Medan mengacu pada teori Tjiptono (2011) yang menyatakan indikator kualitas pelayanan terdiri dari: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles*.

2.2 Kepuasan Konsumen

2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli produk dan akan datang kembali pada perusahaan tersebut. Umar (2005) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Supriatin (2009), kepuasan konsumen merupakan bagian yang sangat penting dalam rangka keberhasilan suatu bisnis. Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen. Banyak ragam pengungkapannya, karena kepuasan itu adalah sesuatu yang abstrak dan sulit diukur.

Menurut Kotler (1997) dalam Lupiyoadi Rambat dan Hamdani (2006) Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut :

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Misalnya melakukan penelitian dengan metode

fokus pada konsumen yang mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode, untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Demikian juga penelitian dengan metode pengamatan bagi pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayanan.

2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. Misalnya dengan metode *brainstorming* dan *management by walking around* untuk mempertahankan komitmen pelanggan internal (karyawan).
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk sistem saran dan kritik, misalnya dengan *hotline* bebas pulsa.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*). Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (*proactive*). Sedangkan *partnership marketing* adalah pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan dipasar.

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Jayabrata, dkk (2016) *Customer satisfaction is a key in creating customer loyalty. Many of the benefits received by the company with the achievement level of customer satisfaction, which in addition to improving customer loyalty but also can prevent customer turnover, reduce the sensitivity of customers to price, reducing the cost of marketing failures, reduce operating costs caused by the increasing number of customers, increase advertising effectiveness, and improve business reputation.*

Menurut Kotler (1997) dalam Sunyoto Danang (2014), Jika ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendapatan sebagai berikut :

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Misalnya melakukan penelitian dengan metode fokus pada konsumen yang mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode, untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. Misalnya dengan metode *brainstorming* dan *management by walking around* untuk mempertahankan komitmen pelanggan internal (karyawan).
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, dengan membentuk sistem saran dan kritik, misalnya dengan *hotline* bebas pulsa.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive* dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*). Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangannya (*proactive*). Sedangkan *partnership marketing* adalah pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan dipasar

2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Sirait Novalina (2016) indikator kepuasan konsumen ada dua yaitu :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasarkan produk atau jasa perusahaan bersangkutan

dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

2. Ketersediaan untuk merekomendasi

Dalam kasus produk pembelian ulangnya relatif lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan dalam suatu penelitian, sebagai pembandingan penelitian saat ini dengan sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang dapat dijadikan perbandingan dengan penelitian sebelumnya disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 2.1. Peneliti
Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Lina Sari Situmeang (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrument pengumpulan data menggunakan kuesioner.
2	Agus Riyanto (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SSP (Spesial Super Penyet)	Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi <i>Reliability, Tangibles, Responsiveness, Assurance, Empathy</i> secara parsial, simultan dan sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan SSP (Spesial Suoer Penyet) di Menco, Kartasura

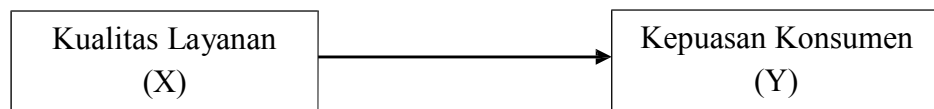
3	Widya Chitami Putri (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accomadation di Ubud	Hasil penelitian yang dilakukan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tegal Sari Accomodation Ubud.
4	Melya Putri (2016)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung	Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan di RM. Provita Bandar Lampung diketahui bahwa kepuasan konsumen tergolong rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan mengetahui pengaruh positif kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RM. Provita Bandar Lampung.
5	Utami Sulistyaningrum (2014)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanaki Express	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan di Restoran Koki Tappanyaki Express dalam kategori sedang, kualitas produk dan layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6	Sasongko dan Subagio (2013)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sumber : Diolah Oleh Penulis 2020

Dari peneliti terdahulu diatas peneliti dapat menggambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:

2.4. Kerangka Berfikir

Berdasarkan tinjauan landasan teori diatas, kerangka berpikir penelitian menggambarkan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Nelayan Di Kota Medan



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

2.5. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric Sugyono (2013). Berdasarkan kerangka teoritis dan kerangka berfikir diatas, maka penulis memutuskan hipotesis penelitian ini adalah:

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Nelayan di kota Medan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner dalam pengumpulan data. Untuk memberikan kejelasan hubungan antara variabel dengan sub variabel penulis menggunakan desain penelitian statistik deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. Penulis juga menggunakan statistik inferensial/induktif, yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisa data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Pada statistik inferensial terdapat statistik parametrik yang digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Kedua metode tersebut digunakan untuk mengolah dan menganalisis data sampel.

3.2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memilih tempat penelitian pada restoran nelayan di kota Medan. Dan waktu penelitiannya yaitu dimulai pada 20 Mei sampai selesai.

3.3. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Purba (2011) “Populasi adalah keseluruhan subjek yang menjadi unit penelitian, yang dapat terdiri dari manusia, benda, tumbuhan, hewan, peristiwa gejala dan lain-lain yang memiliki karakteristik tertentu”. Adapun yang

menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Konsumen yang pernah berkunjung pada Restoran Nelayan Di kota Medan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi (Kuncoro 2013:118). Kriteria yang ditetapkan peneliti untuk pemilihan sampel penelitian ini adalah mereka sudah pernah berkunjung ke nelayan. Kajian penelitian untuk kelas bisnis dan manajemen memberikan syarat dalam pengambilan ukuran sampel minimal, yaitu: Penelitian korelasi, jumlah sampel minimum adalah 30 sample. Berdasarkan kajian penelitian di atas, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 50 orang untuk meneliti kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran nelayan.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan tujuan peneliti sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu sudah pernah bertransaksi di Restoran Nelayan minimal 2 (kali). Peneliti menggunakan minimal dua kali karena jika konsumen tersebut sudah dapat menggambarkan bagaimana kualitas layanan pada restoran tersebut. Jika hanya berkunjung satu kali, ada kemungkinan sudah terjadi perubahan dari restoran tersebut dalam hal meningkatkan kepuasan pelanggannya.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau verbal, yang dijawab responden. Dalam penelitian ini, memberikan angket secara online yang berisi daftar pernyataan kepada beberapa responden untuk dijawab, sehingga dalam pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, dapat ditarik kesimpulan tentang permasalahan yang dihadapi. Pengumpulan terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X)	Kualitas pelayanan (<i>service quality</i>) adalah sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu <i>expected service</i> (pengalaman yang diharapkan) dan <i>perceived service</i> (pelayanan yang diterima)”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reliabilitas (reliability) 2. Daya tanggap (responsiveness) 3. Jaminan (assurance) 4. Empathy (Empati) 5. Bukti fisik (tangibles) 	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan 2. Kesiediaan Untuk Merekomendasi 	Likert

Sumber : Diolah oleh penulis 2020

3.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala likert merupakan skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga sangat tidak setuju”. Berikut adalah ukuran dari setiap skor

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer. Data yang dikumpulkan dengan teknik kuesioner, yaitu dengan memberikan pernyataan tertulis kepada responden. Selanjutnya responden memberikan tanggapan atas pernyataan yang diberikan. Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Kuesioner yang diberikan dirancang dengan *seven point*-skala likert. Kebenaran suatu hasil penelitian sosial sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan dua jenis pengujian yaitu *test of validity* (ujivaliditas) dan *test of reability* (uji reabilitas).

3.7.1. Uji Validitas

Beberapa metode dalam menguji validitas suatu instrumen, diantaranya metode *Korelasi Bivariate Pearson* dan metode *Corrected Item-Total Correlation*. Berikut ini akan ditampilkan kriteria pengujian dan prosedur SPSS dalam menguji validitas instrument penelitian.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *CronbachAlpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* yang $> 0,60$ menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen. Jika koefisien *Cronbach Alpha* yang $< 0,60$ menunjukkan kurang handalnya instrumen. Selain itu, *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1 Metode Deskriptif

Metode deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Menurut Sugiono (2016) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Variabel penelitian ini yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

3.8.2 Metode Analisis Regresi Linear Sederhana

Metode regresi merupakan sebuah alat statistik yang memberikan penjelasan tentang pola hubungan (model) antara satu variabel.

Dalam analisis regresi, dikenal dua jenis variabel yaitu :

Variabel independent (variabel bebas) yang diberi notasi X.

Variabel dependent (variabel yang dipengaruhi) yang diberi notasi Y.

Adapun metode regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear sederhana. Metode regresi linear sederhana bertujuan untuk

menguji pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan linear. Metode regresi linear sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur produktivitas karyawan.

Dengan persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = angka konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kualitas Layanan

e = Tingkat Kesalahan (*error of term*)

3.9 Uji Parsial (uji hipotesis)

Dilakukan uji t, yaitu uji secara parsial untuk membuktikan hipotesis tentang pengaruh Lingkungan kerja sebagai variabel bebas terhadap produktivitas karyawan sebagai variabel terikatnya.

Ho : $\beta = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan dari lingkungan kerja terhadap produktivitas karyawan.

H₁ : $\beta \neq 0$, ada pengaruh yang signifikan dari Lingkungan kerja terhadap produktivitas karyawan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t table dengan kriteria keputusan adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak, H₁ diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

3.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat dan proporsi variasi dari variabel terikat yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel bebasnya. Jika adjusted R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa penjelasan dari variabel bebas terhadap variasi variabel terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel terikat.