

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RUMAH MAKAN BEBEK GAZEBO MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh

MUH. WIRANTO KAMAL
I1115557



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RUMAH MAKAN BEBEK GAZEBO MAKASSAR**

SKRIPSI

MUH. WIRANTO KAMAL
I11115557

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan Pada Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RUMAH MAKAN BEBEK GAZEBO MAKASSAR**

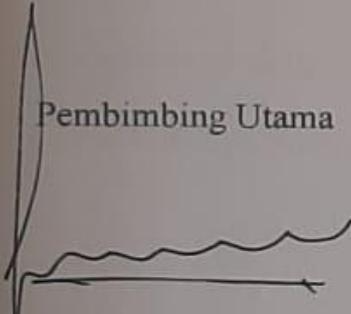
Disusun dan diajukan oleh

MUH. WIRANTO KAMAL
I111 15 557

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 19-08-2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

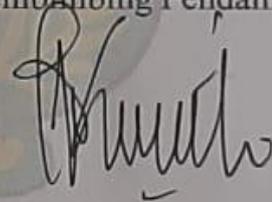
Menyetujui

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M.S.
NIP. 19620220 198811 1 001

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Kasmiyati Kasim, S.Pt., M. Si.
NIP. 19730719 200604 2 012

Ketua Program Studi,



Dr. Ir. Sri Purwanti, S.Pt., M.Si., IPM, ASEAN Eng.
NIP. 19751101 200312 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Wiranto Kamal

NIM : 1111 15 557

Program Studi : Peternakan

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya Berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar** Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Oktober 2022

Yang Menyatakan



(Muh. Wiranto Kamal)

ABSTRAK

Muh. Wiranto Kamal (I111 15 557). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar. Dibawah bimbingan **Ahmad Ramadhan Siregar** selaku pembimbing utama dan **Kasmiyati Kasim** selaku pembimbing pendamping.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Bebek Gazebo Makassar. Kegunaan dari hasil penelitian diharapkan berguna bagi berbagai pihak, baik penulis, perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian ini secara khusus menggunakan analisis statistik induksi inferensi pada penelitian kuantitatif eksplanatori (pengujian) yang menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan bebek gazebo Makassar. menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan Bukti fisik, Perhatian, tanggapan, keandalan, dan jaminan atau kepastian terhadap kepuasan konsumen dengan. Dengan demikian, H₀ ditolak artinya variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial juga menjelaskan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, ditunjukkan pada uji F dimana H₀ ditolak artinya variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil regresi pengaruh Bukti Fisik, Perhatian, keandalan, tanggapan, dan jaminan atau kepastian terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai yang cukup berpengaruh, Berarti variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan signifikansinya terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Konsumen, Pelayanan, Bebek Gazebo.

ABSTRACT

Muh. Wiranto Kamal (I111 15 557). The Effect of Service Quality on Consumers at the Makassar Duck Gazebo Restaurant. Under the guidance of **Ahmad Ramadhan Siregar** as the main supervisor and **Kasmiyati Kasim** as the companion mentor.

The effect of service quality on customer satisfaction is a study that aims to find out how the effect of service quality on consumer satisfaction at the Bebek Gazebo Makassar restaurant. The usefulness of the research results is expected to be useful for various parties, both authors, companies and parties interested in the object of research. The type of research used is this study specifically using statistical analysis of inference induction in explanatory quantifiable research (testing) which explains the effect of service quality on consumer satisfaction in the Makassar gazebo duck restaurant. shows that the effect of service quality variables Physical evidence, attention, response, reliability, and assurance or certainty on consumer satisfaction with. Thus, H₀ is rejected, meaning that the service quality variables together have a significant effect on the consumer satisfaction variable partially also explaining that service quality has a significant effect on customer satisfaction, shown in the F test where H₀ is rejected, meaning that the service quality variables together have a significant effect on the consumer satisfaction variable. The results of the regression of the influence of Physical Evidence, Attention, reliability, response, and assurance or certainty on consumer satisfaction obtained a value that is quite influential, meaning that the variable of service quality can explain its significance to consumer satisfaction.

Keywords: *Consumer, Service, Bebek Gazebo.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah *Subhanahu Wata'ala* yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan makalah usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar”. Shalawat serta salam juga tak lupa kami junjungkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu Alaihi Wasallam* sebagai suri tauladan bagi umatnya.

Limpahkan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara kepada Ayah **Kalamang** dan Ibu **Kasma** yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang yang begitu tulus.

Makalah usulan penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Mata Kuliah Skripsi, dengan terselesaikannya makalah tertulis ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Rektor Unhas Prof. Dr. Ir Jamaluddin Jompa, M. Sc**, dan juga kepada rektor sebelumnya **Prof. Dr Dwia Aries Tina Palubuhu, M.A.**
2. Dekan **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M. Si**, Dan Dekan Sebelumnya **Prof. Dr. Ir. Lellah Rahim, M. Sc** Dan **Prof. Dr. Sudirman Baco, M. Sc** Para **Wakil Dekan, Ketua Prodi** dan seluruh **Bapak Ibu Dosen** yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis, dan **Bapak Ibu Staf Pegawai Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.**
3. **Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M.S** selaku pembimbing utama dari penulis, **Dr. Ir. Kasmianti Kasim, S.Pt., M. Si** selaku pembimbing anggota dari penulis.

4. **Dr. Ir. Muh Ridwan, S. Pt., M. Si., IPU** Penasehat akademik Saya yang selalu memberikan pengarahan selama masa perkuliahan dalam menyelesaikan studi penulis.
5. **Ilham Syarif., S. Pt M. Si** selaku pembimbing seminar studi pustaka penulis.
6. **Dosen Pengajar** Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberi ilmu yang sangat bernilai bagi penulis.
7. Teman-teman "**RANTAI 15**" yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah menemani dan mendukung penulis selama kuliah.
8. Kakanda Senior dan Teman-teman HMI, HIMSENA-UH dan SEMA FAPET UH Yang telah memberikan Semangat.
9. Kakanda **Ardiansyah Syamsuddin, Ahmad Idham Nur dan Syahrul Ramadhan** yang tiada hentinya membantu dan menanyakan kelanjutan skripsi penulis.
10. **Annisa Nurul Haq** yang tiada hentinya menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsinya.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa makalah usulan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga makalah usulan penelitian ini dapat memberi manfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Robbal Aalamin. Akhir Qalam *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Penulis

Muh. Wiranto Kamal

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	6
Tujuan dan Kegunaan.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan	7
Tinjauan Umum Kepuasan Konsumen.....	10
Kerangka Berpikir	14
METODE PENELITIAN	17
Waktu dan Tempat	17
Jenis Penelitian	17
Jenis dan Sumber Data	17
Populasi dan Sampel.....	17
Metode Pengumpulan Data	19
Analisis Data.....	20
Konsep Operasional.....	22
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.....	25
Struktur Organisasi Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.....	26

KEADAAN UMUM RESPONDEN.....	28
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	28
Klasifikasi Responden Berdasarkan jenis kelamin	28
Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	29
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
Bukti fisik.....	31
Perhatian.....	32
Keandalan	33
Tanggapan	34
Jaminan atau kepastian	35
Kepuasan konsumen	35
Uji Parsial (Uji t).....	31
Uji Simultan (Uji F).....	31
Koefisien Determinasi.....	34
KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
Kesimpulan.....	35
Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	37

DAFTAR TABEL

No.	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Variabel, Sub variabel, Indikator dan Pengukuran	18
2.	Klasifikasi umum responden berdasarkan umur	28
3.	Klasifikasi Responden berdasarkan tingkat Pendidikan	30
4.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
5.	Jawaban Pernyataan Bukti Fisik Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.....	32
6.	Jawaban Pernyataan Perhatian Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.....	33
7.	Jawaban Pernyataan Keandalan Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.....	34
8.	Jawaban Pernyataan Tanggapan Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.....	34
9.	Jawaban Pernyataan Jaminan atau kepastian Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.	35
10.	Jawaban Pernyataan Kepuasan konsumen Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.....	35
11.	Uji Parsial (Uji T)	36
12.	Uji Simultan (Uji F)	38
13.	Koefisien Determinasi	39

DAFTAR GAMBAR

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Pemasaran Produk dan Jasa	9
2.	Bagan Kerangka Berfikir	14

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu subsektor pertanian yang bergerak dalam bidang hewani. Peternakan mengambil peran penting dalam pemenuhan kebutuhan nutrisi masyarakat. Salah satunya melalui produk-produk peternakan baik itu daging maupun telur. Kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi protein hewani semakin meningkat yang menandakan bahwa semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap produk-produk peternakan. Peternakan merupakan salah satu cabang dari sektor pertanian, di Indonesiabanyak terdapat industri pengolahan hasil peternakan. Salah satunya adalah industri pengolahan hasil ternak unggas.

Salah satu bidang usaha yang memanfaatkan hasil peternakan yang paling umum dijumpai yaitu bidang kuliner. Usaha bidang kuliner dapat dikatakan usaha yang paling diminati oleh masyarakat. Peningkatan kepadatan penduduk di Indonesia dapat membuat usaha di bidang kuliner menjadi usaha yang memiliki prospek yang sangat bagus dan dapat menarik minat masyarakat. Semakin banyaknya masyarakat yang mengembangkan usaha kuliner, maka semakin tinggi tingkat persaingan yang bergerak di bidang kuliner dengan berbagai upaya yang dilakukan untuk menarik minat konsumen sehingga muncul berbagai macam harga, produk dan strategi pengembangan usaha yang dilakukan (Aini, dkk., 2021).

Pelayanan merupakan salah satu strategi yang digunakan dalam menarik minat konsumen yaitu dengan pemenuhan kebutuhan konsumen sehingga dapat memberikan kesan yang baik untuk konsumen. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan pilihannya dalam sebuah usaha kuliner. Pelayanan yang baik, dapat memberikan pengaruh positif terhadap

konsumen dalam hal kepuasan dimana konsumen akan merasa lebih diperhatikan. Apabila kinerja sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan dapat memberikan komentar yang dapat menarik minat konsumen lainnya untuk mengunjungi usaha kuliner tersebut (Polla, dkk., 2015).

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang di hasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas yang bagus dapat dilihat dari persepsi konsumen bukan persepsi perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang atau konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting di sediakan untuk kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan dengan baik akan berdampak terjadinya konsumen atau konsumen yang akan datang berulang-ulang otomatis perusahaan akan meningkat (Rosanti, 2020)

Kualitas layanan merupakan poin terpenting. Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dari suatu perusahaan dapat menumbuhkan hubungan yang erat dan menciptakan loyalitas konsumen dalam hubungan jangka panjang. Loyalitas konsumen tumbuh berdasarkan pengalaman menyenangkan yang didapat oleh konsumen. Dalam bidang kuliner, tentunya selain produk, kualitas layanan adalah hal yang utama untuk memberikan kepuasan konsumen (Ahmad, 2018).

Persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi keputusannya untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu setiap produsen selalu

dituntut untuk berusaha memberikan persepsi yang baik kepada para konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka jual. Menetapkan harga suatu produk tidaklah mudah, terdapat beberapa proses yang harus dilakukan untuk menetapkan harga suatu produk. (Alfian, 2013) Sedangkan menurut Tjiptono (2008), ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu:

- a. Tujuan Berorientasi Pada Laba Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan itu dikenal dengan istilah maksimalisasi laba.
- b. Tujuan Berorientasi Pada Volume Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objective.
- c. Tujuan Berorientasi Pada Citra suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk nilai tertentu, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu.
- d. Tujuan Stabilisasi Harga Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya terstandarisasi. Tujuan stabilisasi ini dilakukan dengan jalan

menetapkan harga untuk hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pesaing.

Kepuasan konsumen/konsumen merupakan salah satu faktor penentu dalam loyalitas konsumen dalam menentukan pengulangan pembelian pada konsumen. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, diperlukan pengelolaan dan kemampuan untuk mempertahankan kualitas pelayanan sehingga konsumen dapat merasakan kesan yang baik terhadap perusahaan. Pelayanan konsumen pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pra transaksi, saat transaksi, dan pasca transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi karena itu kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas tinggi (Hardiyati, 2010).

Keberadaan sumber daya manusia di Rumah makan memiliki kunci yang besar dan menjadi aset yang sangat penting dengan kontribusi yang besar di dalam Rumah Makan dalam mencapai tujuan yang akan dicapai Rumah Makan. Hal lain yang perlu dilakukan oleh peran suatu Rumah Makan agar tercapainya sebuah tujuan yang sesuai dengan perencanaan awal yang baik yaitu dengan membuat desain lingkungan kerja yang tepat. Hal ini dilakukan dengan tujuan memberikan perasaan nyaman dan menyenangkan pada diri karyawan dalam melaksanakan rutinitas kesehariannya dalam bekerja (Aryani, 2010).

Saat ini, persaingan antara rumah makan, semakin meningkat seiring dengan terus bertambahnya usaha rumah makan. Dari hal tersebut, sumber daya manusia (SDM) memegang peran penting dalam peningkatan kualitas usaha. SDM harus memiliki keterampilan, sikap dan pengetahuan dalam bidang usaha yang dijalankan sehingga dapat mengatur strategi pemasaran untuk mengikat minat konsumen. Dalam usaha yang bergerak dibidang kuliner, cita rasa merupakan hal utama yang perlu diperhatikan. Akan tetapi, selain cita rasa diperlukan juga kualitas pelayanan yang memberikan kesan positif terhadap konsumen yang dapat membuat konsumen menjadi loyal terhadap usaha yang dijalankan (Aryani dan Febriana, 2017).

Maka Dari itu dapat disimpulkan kepuasan Konsumen merupakan sikap atau perasaan konsumen terhadap produk atau pelayanan pada sebuah usaha tertentu. Konsumen akan merasakan kepuasan dalam penggunaan produk/jasa apabila diberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Ketika konsumen merasa puas, maka kemungkinan konsumen melakukan pengulangan pembelian akan semakin besar. Sebaliknya, Ketika konsumen tidak puas, maka lebih kecil kemungkinan untuk konsumen melakukan pengulangan pembelian. Selain itu, komentar-komentar negative yang dikeluarkan oleh konsumen juga dapat mempengaruhi kinerja sebuah perusahaan dimata konsumen lain (Indrawati, 2011). Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di rumah makan Bebek Gazebo Makassar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Bebek Gazebo Makassar.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Bebek Gazebo Makassar.

Kegunaan dari hasil penelitian diharapkan berguna bagi berbagai pihak, baik penulis, perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sesama karyawan, dan juga pimpinan (Kasmir, 2017). Pelayanan dan pemberian dukungan kepada konsumen menurut Armistead dan Clark (1999) adalah kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya yaitu memberikan layanan dan dukungan dengan penuh komitmen serta kemampuan memecahkan masalah pada saat pemberian layanan itu berlangsung. Rusydi (2017) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

American National Standards Institute (ANSI) dan American Society for Quality (ASQ) dalam Haksever dkk, (2000) berpendapat bahwa kualitas adalah totalitas dari setiap fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang mengandalkan pada tiap-tiap kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai konsepsi multidimensional yang dibangun melalui evaluasi terhadap konstruksi dari sejumlah atribut yang terkait dengan jasa (Utami, 2006). Kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari konsumen (Lewis dan Booms, dalam Tjiptono 2017).

Persepsi tentang kualitas didasarkan dalam waktu yang jangka panjang, evaluasi kognitif, dan proses pemberian layanan (Lovelock dan Wright, 2002). Manfaat dari kualitas layanan terakumulasi dari waktu ke waktu atau dapat dikatakan dalam jangka panjang sehingga perusahaan jasa harus mengidentifikasi

upaya pemberian kualitas pelayanan yang tepat dan melaksanakannya secara efektif. Garvin (dalam Lovelock dan Wirtz, 2004) mengidentifikasi perspektif mengenai kualitas dalam lima arti yang berbeda sesuai dengan konteksnya, salah satu diantaranya adalah definisi dalam kacamata konsumen, yang berarti kualitas diawali dengan sebuah jaminan bahwa kualitas terletak dimata orang yang melihatnya. Perspektif ini cenderung bersifat subjektif, karena berorientasi pada permintaan dan mengakui bahwa konsumen yang berbeda memiliki keinginan serta kebutuhan yang berbeda

Kualitas pelayanan merupakan faktor dalam penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima kriteria dari kinerja layanan. Parasurama Dkk, dalam Kotler, (2007) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi *servqual* (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

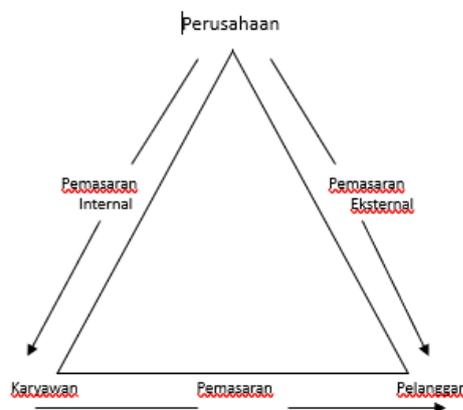
- a Tangibles, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan keberadaannya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b Emphaty, yaitu memberikan perhatian dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami kemauan konsumen.
- c Realibility, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dipromosikan secara akurat dan terpercaya.
- d Responsiveness, atau tanggapan yaitu kemauan untuuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas.

- e Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk membutuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.

Ada dua hal kualitas layanan yang ditentukan oleh persepsi konsumen yakni sebagai berikut:

- a Persepsi kualitas pelayanan dalam arti teknis (technical outcome) yang diberikan oleh penyedia jasa.
- b Kualitas dalam arti hasil suatu proses jasa (outcome process) yang diwujudkan dalam bentuk bagaimana jasa tersebut diberikan (Zeithmal dan Bitner 2000).

Pemasaran produk atau jasa yang dihasilkan tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan interaktif (Kotler 2007).



Gambar 1. Pemasaran Produk dan Jasa

Pemasaran produk atau jasa yang dihasilkan tidak hanya membutuhkan pemasaran dari luar tetapi juga pemasaran dari dalam dan interaktif. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan, sangat penting untuk para karyawan memerhatikan konsumennya (Kotler 2007). Untuk menghasikan orientasi kualitas pelayanan, konsumen harus merasa seperti hal-hal berikut ini:

- a. Setiap konsumen adalah orang yang paling penting di setiap bisnis.
- b. Konsumen tidak bergantung kepada produsen, tetapi produsen yang

bergantung kepada konsumen.

- c. Konsumen tidak mengganggu kerja produsen. Konsumen bertujuan untuk memberi produsen pekerjaan.
- d. Konsumen adalah manusia, mempunyai perasaan dan emosi.
- e. Konsumen adalah bagian dari bisnis produsen, bukanlah pihak luar.
- f. Konsumen membawa produsen pada keinginan konsumen, dan menjadi tugas produsen untuk melayani konsumen.

Tinjauan Umum Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Sampai saat ini banyak yang mengartikan tentang pengertian kepuasan konsumen antara lain:

1. Hasil penelitian konsumen terhadap apa yang di harapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu di bandingkan dengan harapan terhadap kinerja yang di terimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut.
2. Respon dari konsumen terhadap ketidakpuasan yang di rasakan terhadap harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan.
3. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja outcome yang dirasakan dengan harapan suatu produk.
4. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

5. Kepuasan konsumen merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembeli ulang atau kesetiaan yang terlanjur.

Kepuasan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Pandi Tjiptono 2005). Arti dari kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, maka konsumen akan sangat puas (Kotler,1997). Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat di bentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas yang akan setia lebih lama, kurang sensitip terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan. Dikatakan Philip Kotler yang menyatakan bahwa kunci mempertahankan konsumen adalah kepuasan Konsumen (Suraswari 2008). Konsumen yang puas akan:

- a. Melakukan pembelian ulang.
- b. Mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain (rekomendasi).
- c. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
- d. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Jumlah pembelian dipengaruhi oleh perilaku pembelian. Perilaku pembelian biasanya terjadi jika konsumen puas terhadap produk yang telah dikonsumsi. Namun demikian kadang konsumen tidak seluruhnya puas dengan pembelian yang

dilakukan. Kepuasan dibagi dua macam, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologika. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan sedangkan kepuasan psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk. Konsumen yang tidak puas dapat mengajukan keluhan kepada penjual, mengkritik produk di masyarakat umum, atau bahkan mengajukan tuntutan (Husain Umar, 2000). Tak perlu dikatakan, konsumen pasti akan membeli produk-produk yang sama. Selain itu konsumen yang tidak puas kemungkinan lebih banyak mengumbar pengalamannya daripada konsumen yang merasa puas. Namun demikian, walaupun keadaan tersebut berdampak negatif, konsumen yang tidak puas merupakan sumber informasi potensial yang berguna terhadap perbaikan dan peningkatan pelayanan kepada konsumen

Pada umumnya keputusan konsumen untuk melakukan sebuah pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas lokasi usaha. Keputusan pembelian konsumen menurut Kotler dan Keller adalah tahap di mana konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, di mana keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindar sangat dipengaruhi risiko yang dirasakan (Sabran 2009).

Keputusan Konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap

yang akan diambil selanjutnya. Dalam sebuah keputusan pembelian terdapat beberapa peran konsumen yaitu inisiator, influencer, decider, buyer, user (Harahap, 2015).

Peningkatan daya beli masyarakat menyebabkan perlunya berbagai variasi pangan olahan hasil ternak. Beberapa jenis olahan daging yang kini banyak beredar dipasaran adalah bakso, nugget, sosis, abon, dendeng dan sebagainya, sedangkan produk olahan telur diantaranya telur asin, telur pindang dan telur berbagai rasa telur. Produk-produk olahan hasil ternak tersebut dapat dikerjakan dalam skala industri besar, menengah, maupun rumah tangga. Sehingga peralatan sederhana yang dimiliki warga bukan merupakan suatu kendala. Namun demikian terbatasnya ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah produk hasil ternak masih merupakan kendala (Suradi, dkk, 2019).

Usaha rumah makan adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk, penyimpanan dan penyajian disuatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan /atau laba. Kualifikasi usaha rumah makan dan/ atau klasifikasi usaha rumah makan yang mencakup aspek produk, pelayanan dan pengelolaan usaha rumah makan melalui audit pemenuhan standar usaha rumah makan. Standar usaha rumah makan ditinjau dari aspek produk dan pelayanan. Dimana aspek produk mempunyai beberapa unsur diantaranya unsur ruang makan, penyediaan makanan dan minuman, fasilitas penunjang dan kelengkapan bangunan (Febrianti, dkk, 2017).

Berdasarkan data awal dari sebuah survey yang dilakukan peneliti dapat dilihat pada beragam menu yang disediakan Rumah Makan Bebek Gazebo

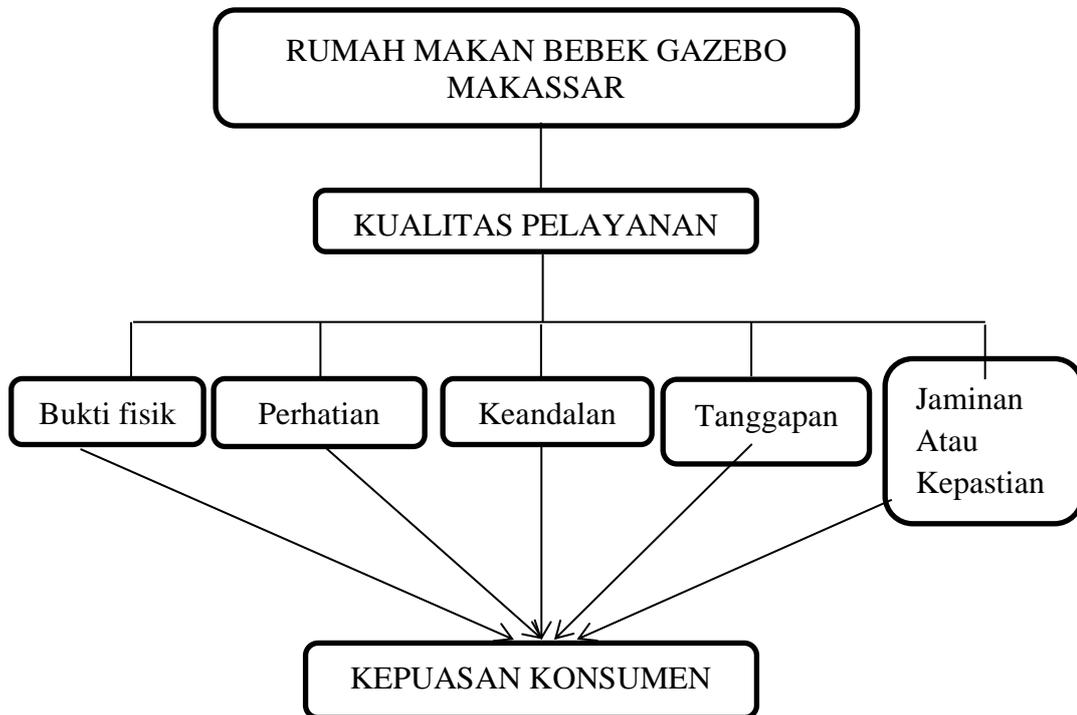
Makassar diantaranya ada yang berbentuk paket dan porsi yang didalamnya terdiri dari menu dari olahan bebek dan ayam (kampung dan broiler). Adapun jumlah pembelian sebuah produk dapat dihitung dari pembelian setiap porsinya, dan menurut data pembeliannya didapatkan bahwa jumlah pembelian setiap harinya mencapai $\pm 450-500$ an porsi yang terjual maka dapat kita prediksi jumlah pembeli setiap harinya sekitar 100-120 orang perharinya.

Kerangka Berpikir

Rumah Makan Bebek Gazebo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, khususnya makanan yang terbuat dari olahan ternak unggas. Era globalisasi ini persaingan antara rumah makan sangat ketat maka dari itu perlunya memahami variabel apa saja yang digunakan untuk mempertahankan tujuan dari usaha yang digeluti. Sehingga kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama untuk menentukan besar keuntungan yang di peroleh sebuah usaha. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2000).

Untuk menyikapi masalah tersebut, maka pengusaha harus lebih peka terhadap keinginan atau harapan konsumen. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi dalam proses memilih dan menentukan produk jasa yang akan mereka gunakan, serta semakin kritisnya konsumen dalam menentukan pilihannya menjadi salah satu faktor yang membuat persaingan antar usaha di bidang jasa ini semakin ketat, sehingga unit-unit usaha yang terlibat harus berusaha dan menentukan strategi yang terbaik untuk memberikan pelayanan dan kualitas produk jasanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tanpa

mengesampingkan aspek biaya dan keuntungan yang mungkin diperoleh (Umam dan Hariastuti, 2018).



Gambar 2. Bagan Kerangka Berfikir

Pada kerangka pemikiran di atas, kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik (*Tangibles*), perhatian (*Empaty*), keandalan (*Realibility*), tanggapan (*Responsiveness*), jaminan Atau kepastian (*Assurance*) sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.

Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

H_0 = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.

H_1 = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat