

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan)

Aan Rahman

Program Studi Manajemen Administrasi
Akademi Sekretari dan Manajemen BSI Jakarta
Jl. Jatiwaringin Raya No. 18, Jakarta Timur
aan.rahman@bsi.ac.id

Abstract - Good service in a company will create satisfaction for the customer, therefore a company must have strategy which is special for service service well. The strategy is what can affect customer satisfaction, this is related to the service where the service is the initial aspect to achieve customer satisfaction .. This research is a quantitative descriptive analysis that tries to show the influence of service to customer satisfaction. Instrument used in this research is kuisionerlah variable which become this research is independent variable that is service (X) and dependent variable is satisfaction (Y). The results of the study that compares the satisfaction and customer satisfaction, based on the calculation of the determination of the author carefully, the results of which variants occur on customer satisfaction variables 54.5% is determined by variants that occur in service variables.

Keywords: Service, Satisfaction

Abstract - Pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan, oleh karena itu suatu perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan baik. Strategi yang dimaksud mengenai hal apa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal ini berkaitan dengan pelayanan dimana pelayanan merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan pelanggan.. Penelitian ini merupakan analisis deskriptif kuantitatif yang mencoba menunjukkan pengaruh dari pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner sedangkan variable yang menjadi penelitian ini adalah variable bebas yaitu pelayanan (X) dan variable tak bebas adalah kepuasan (Y). Hasil penelitian terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan dan kepuasan pelanggan, berdasarkan perhitungan determinasi yang penulis teliti, diperoleh hasilnya yaitu varian yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan 54,5% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel pelayanan.

Key Word: Pelayanan, Kepuasan

I. PENDAHULUAN

Kebutuhan pangan yang merupakan kebutuhan pokok manusia dan jumlah penduduk Indonesia yang banyak, membuat bisnis ini digemari di Indonesia, sehingga para pelaku usaha bisnis meningkat setiap tahunnya. Salah satu bisnis kuliner yang telah berkembang di Indonesia adalah bisnis restoran atau rumah makan. Persaingan yang ketat saat ini membuat pengusaha di bidang kuliner juga harus memiliki pelayanan efektif, sehingga memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Dengan adanya pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan, oleh karena itu suatu perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan baik. Strategi yang dimaksud mengenai hal apa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal ini berkaitan dengan pelayanan dimana pelayanan merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Berhasil atau tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung

pada pelayanannya. Pelayan berperan sangat penting, apakah pelanggan telah puas atau tidak puas dengan pelayanan yang diberikan rumah makan, seperti dalam keramahan, kehandalan, kecepatan dan pemberian informasi yang lengkap dan tepat, dengan dipenuhinya hal ini maka ketidak puasaan yang dikeluhkan pelanggan tidak perlu terjadi terhadap kepuasan pelanggan.

Jadi kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik Tjiptono (2012:301),

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kasmir (2011:15) Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Service menurut Tjiptono (2012:3) bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”. Akan tetapi, tidaklah mudah mencari pendanaan kata dalam

bahasa Indonesia yang pas untuk istilah tersebut. Setidaknya ada kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan *service*. Sementara itu, kata *service* lebih mengacu konteks reparasi.

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *customer service*, pramuniaga, *public relation*, satpam dan menurut Kasmir (2011:18) :

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih artinya karyawan harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyuman.
Dalam melayani pelanggan, karyawan tidak boleh ragu-ragu akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
Pada saat pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dengan menyebutkan nama.
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
Usahakan pada saat melayani pelanggan, karyawan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap.
5. Berbicara dengan bahasa baik dan benar.
Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar artinya dalam berkomunikasi dengan pelanggan gunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar atau jika menggunakan bahasa lain seperti bahasa daerah atau bahasa asing gunakan secara benar pula.
6. Bergairah dalam melayani pelanggan dan tunjukkan kemampuannya.
Bergairah dalam melayani pelanggan dan tunjukkan kemampuannya artinya dalam melayani pelanggan jangan terlihat loyo, lesu atau kurang bersemangat.
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
Jangan menyela atau memotong pembicaraan artinya pada saat pelanggan sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan.
8. Mampu meyakinkan pelanggan serta memberikan kepuasan
Mampu meyakinkan pelanggan serta memberikan kepuasan artinya setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan pelanggan dengan argumen-argumen yang masuk akal.
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
Dalam praktiknya, terkadang ada hal-hal yang tidak mampu atau tidak sanggup kita lakukan sendiri. Dalam hal ini jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, mintalah bantuan. Artinya, jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau

diselesaikan oleh karyawan yang bertugas, maka harus meminta bantuan kepada karyawan yang mampu menanganinya.

10. Bila belum dapat melayani, beritahukanlah kapan akan dilayani.
Bila belum dapat melayani, beritahukanlah kapan akan dilayani. Artinya, jika pada saat tertentu karyawan sibuk dan tidak dapat melayani salah satu pelanggan, beritahukanlah kepada pelanggan kapan akan dilayani.

Adapun ciri pelayanan yang baik yang harus dimiliki oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan menurut Kasmir (2011:34):

1. Tersedianya karyawan yang baik
Kenyamanan pelanggan sangat tergantung dari karyawan yang melayani, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar.
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
Pada dasarnya pelanggan ingin dilayani secara prima. Untuk melayani pelanggan, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.
3. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai
Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
Dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal.
5. Mampu berkomunikasi
Karyawan harus mampu berbicara kepada setiap pelanggan. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Selain itu, karyawan harus bisa berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
Karyawan harus menjaga kerahasiaan pelanggan terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi pelanggan. Menjaga rahasia pelanggan merupakan ukuran kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

- Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu.
8. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan
Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan secara cepat.
 9. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan
Kepercayaan calon pelanggan kepada perusahaan mutlak diperulakn sehingga calon pelanggan ingin menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan.

Kepuasan Pelanggan menurut Oliver dalam Handi (2008:3) adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Oliver dalam Supranto (2006:233) kepuasan pelanggan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya”.

Sedangkan menurut Engle dalam Tjiptono (2006:146) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya (juga pelanggan perusahaan pesaing). Kotler dalam Tjiptono (2006:148) mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran
Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirimkan via pos pada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot line*), dan lain-lain.
2. Survei kepuasan pelanggan
Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.
3. *Ghost Shopping*
Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.

4. *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah. Bahkan Mudie dan Cottom (2006:160) dalam Tjiptono, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin dicapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya:

1. *Relationship marketing*
Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dalam kata lain, dijalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus menerus sehingga diharapkan dapat terjadi bisnis ulangan (*repeat business*).
2. *Strategi Superior Customer Service*
Perusahaan yang menerapkan strategi ini berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari pada para pesaingnya. Untuk mewujudkannya dibutuhkan dana yang besar, kemampuan sumberdaya manusia, dan usaha gigih.
3. *Strategi Unconditional Guarantees / Extraordinary Guarantees*
Strategi unconditional guarantess berinti akan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya.
4. *Strategi penanganan keluhan yang efektif*
Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas (atau bahkan pelanggan abadi).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas perpanformance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Menurut Handy (2008:37) ada lima *Driver* utama kepuasan pelanggan :

1. *Kualitas produk*
Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik.

2. Harga
Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*
Sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sekitar 70 %.
4. *Emotional Factor*
Beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik, pakaian dan relatif penting.
5. Biaya dan kemudahan
Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan analisis deskriptif kuantitatif yang mencoba menunjukkan pengaruh dari pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan di Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan, adapun jumlah responden adalah 92 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner sedangkan variable yang menjadi penelitian ini adalah variable bebas yaitu pelayanan (X) dan variable tak bebas adalah kepuasan (Y).

Untuk mengukur variable penelitian tersebut penulis menggunakan Skala Likert, setiap variable mempunyai bobot nilai sebagai berikut :

- a. Sangat setuju (skor 5)
- b. Setuju (skor 4)
- c. Ragu-ragu (skor 3)
- d. Tidak setuju (skor 2)
- e. Sangat Tidak setuju (skor 1)

Instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda, yang selanjutnya diolah dengan bantuan SPSS ver. 21

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik responden

Berdasarkan kuesioner yang penulis sebar kepada responden mengenai pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam KQ5 Mayestik maka didapat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan per-bulan responden. Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan :

- A. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 1. Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Wanita	53	57.6 %
2.	Pria	39	42.4 %

92	100%
----	------

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa yang dijadikan objek penelitian lebih banyak wanita dibanding pria sebanyak 39 orang dengan presentase 42,4% dan wanita sebanyak 53 orang dengan presentase 57,6% dan total presentase 100%.

- B. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 2. Pengelompokan responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	17 – 23	20	21.7 %
2.	24 – 30	36	39.1 %
3.	31 – 37	21	22.8 %
4.	> 37	15	16.3 %
		92	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 2. di atas terlihat responden yang berusia 24-30 tahun sebanyak 36 orang dengan presentase 39,1% , 31-37 tahun sebanyak 21 orang dengan presentase 22,8 % , 17-23 tahun sebanyak 20 orang dengan presentase 21,7% dan >37 tahun sebanyak 15 orang dengan presentase 16,3% total presentase 100%.

- C. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 3. Pengelompokan responden berdasarkan pendidikan

No	Usia	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	SMP	1	1.1 %
2.	SMU	19	20.7 %
3.	Diploma	18	19.6 %
4.	S1	47	51.1 %
5.	S2	3	3.3 %
6.	Lain - lain	4	4.3 %
		92	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 3 di atas terlihat bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang berpendidikan S1 sebanyak 47 orang dengan presentase 51,1%, SMU sebanyak 19 orang dengan presentase 20,7%, S2 sebanyak 3 orang dengan presentase 3,3%, lain-lain 4 orang dengan presentase 4,3%, SMP sebanyak 1 orang dengan presentase 1,1% total presentase 100%.

- D. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Mahasiswa	11	12 %
2.	Wiraswasta	12	13 %
3.	Karyawan Swasta	56	60.9 %
4.	Pegawai Negeri	9	9.8 %
5.	Lain – lain	4	4.3 %
		92	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 4 di atas terlihat bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang bekerja sebagai Karyawan swasta sebanyak 56 orang dengan presentase 60,9%, Wiraswasta sebanyak 12 orang dengan presentase 13%, sedangkan responden Mahasiswa sebanyak 12 orang dengan presentase 13%, Pegawai Negeri sebanyak 9 orang dengan presentase 9,8%, Lain-lain sebanyak 4 orang dengan presentase 4,3% total presentase 100%.

E. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Tabel 5. Pengelompokan responden Berdasarkan pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	< 1.000.000	8	8.7 %
2.	1.000.000 – 3.000.000	12	13 %
3.	> 3.000.000	72	78.3 %
		92	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 5 di atas terlihat bahwa responden yang berpendapatan paling banyak adalah >3,000,000 sebanyak 72 orang dengan presentase 78,3%, pendapatan 1,000,000-3,000,000 sebanyak 12 orang dengan presentase 13,7%, dan yang berpendapatan 1,000,000 sebanyak 8 orang dengan presentase 8,7% total presentase 100%.

4.2. Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

A. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Kepua san Pelanggan	Pengaruh Pelayanan
Pearson	Kepua san Pelanggan	1.000	.738
	Pengaruh Pelayanan	.738	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepua san Pelanggan		.000
	Pengaruh Pelayanan	.000	
N	Kepua san Pelanggan	92	92
	Pengaruh Pelayanan	92	92

Sumber: Data Output SPSS 17 (Diolah penulis 2016)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif sebesar 0,738 antara pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dan diketahui nilai signifikan $0,000 < 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Jadi terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan dan kepuasan pelanggan.

B. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.540	3.960

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Output SPSS 17 (Diolah penulis 2016)

Dari Tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah 0,545. R Square yaitu hasil dari kuadrat dan koefisien korelasi ($0,738 \times 0,738 = 0,545$) disebut juga dengan koefisien determinasi sehingga dalam hal ini berarti 54,5% menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (pengaruh pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sedangkan sisanya sebesar 45,5% ($100\% - 54,5\% = 45,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam instrument penelitian seperti fasilitas, promosi dan lain-lain yang masih membutuhkan penelitian lebih lanjut.

3.3.3. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	Partial	
(Constant)	.080	.246		.181	.032
Pengaruh Pelayanan	.818	.079	.738	.0385	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Output SPSS 17 (Diolah penulis 2016)

Dari hasil data diatas, persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut setelah nilai a dan b ditemukan, maka persamaan regresi linear sederhana dapat disusun. Persamaan regresi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,080 + 0,818 X$$

$$Y = 7,080 + (0,818). (72)$$

$$= 7,898 + 58,896$$

$$= 66,794$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan program SPSS 17 dan manual, maka dapat ditentukan harga a (konstanta) sebesar 7,080 dan nilai b (koefisien) sebesar 0,818 dengan demikian diperoleh persamaan regresi pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah:

1. Nilai a sebesar 7,080. Hal ini berarti jika pengaruh pelayanan nilainya 0, maka kepuasan pelanggan adalah 7,080 atau dengan kata lain variabel kepuasan pelanggan sudah ada sebesar 7,080 tanpa dipengaruhi oleh variabel pelayanan.
2. Nilai koefisien regresi variabel pengaruh pelayanan (b1) sebesar 0,818 mengandung arti bahwa untuk setiap kenaikan satu-satuan X akan meningkatkan Y sebesar 0,818 atau dengan kata lain setiap variabel pelayanan bertambah satu-satuan, maka variabel kepuasan pelanggan meningkat.
3. Apabila $X = 72$ maka akan meningkat nilai Y sebesar 72 atau variabel kepuasan pelanggan bertambah menjadi 66,794. dapat disimpulkan juga jika nilai X bertambah maka nilai Y akan meningkat juga.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis dapat mengambil kesimpulan tentang Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Cabang Mayestik Jakarta Selatan adalah koefisien korelasi yang ditemukan r sebesar 0,738 termasuk kategori "kuat". Jadi terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan dan kepuasan pelanggan, berdasarkan perhitungan determinasi yang penulis teliti, diperoleh hasilnya yaitu varian yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan 54,5% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel pelayanan. Pengertian ini sering diartikan pengaruh

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 54,5%, dan sisanya 45,5% ditentukan faktor lain seperti fasilitas, promosi dan lain-lain yang masih membutuhkan penelitian lebih lanjut, hasil persamaan regresi yang penulis teliti, koefisien regresi X sebesar 0,818 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 satuan pelayanan perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,818.

REFERENSI

- Handi, Irawan D. 2008. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kasmir. 2011. Etika Customer Service. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Priyatno, Duwi. 2009. 5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17 Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sarwono, Jonathan. 2010. Belajar Kilat SPSS 17 Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D . Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Metode R&D. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT.Asdi Mahasatya.
- Tjiptono, Fandy. 2006. Manajemen Jasa. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Service Management Mewujudkan Layanan Prima Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2 Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wordoyo, Puspo. 2014. Bunga Rampai 22 Tahun Wong Solo. Jakarta PT.Sarana Bakar Digdaya.