

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS MENU TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN WONG SOLO
LAMPRIET BANDA ACEH**

T. Andi Roza¹, Syarifah Mauli Masyithah²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang Banda Aceh

Email: Teukuandiroza99@gmail.com

Abstrak: Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas menu terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh, dengan sampel penelitian ini sebanyak 100 orang. Responden berhasil dikumpulkan dan di analisa dengan menggunakan metode regresi linier berganda melalui SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*). Hasil uji t (parsial) pada kualitas pelayanan (X_1) menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 3,553, nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh. Hasil uji t (parsial) pada kualitas menu (X_2) menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 2,589, nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh. Hasil uji F (simultan) pada kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas menu (X_2), menunjukkan nilai F hitung sebesar 7.148. nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh. Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan dan kualitas menu memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, kualitas menu, kepuasan pelanggan*

1. PENDAHULUAN

Di tengah maraknya perkembangan usaha perdagangan khususnya di bidang kuliner sering kali dikaitkan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering di hubungkan dengan pekerjaan atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik itu pria maupun wanita yang selalu mencari sesuatu bersifat praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, salah satunya dengan mencari makanan dan minuman. Kini rumah makan dan restoran di gunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialis, bertukar pikiran, sehingga dapat di katakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern saat ini.

Kondisi persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Banyaknya warung makan yang berlomba untuk mendapatkan konsumen menjadikan kondisi kompetisi berlangsung semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam berkompetisi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu bervariasi. Hal tersebut membuat pengusaha warung makan harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Pengusaha

tersebut harus berupaya untuk mendapatkan perhatian serta ketertarikan khalayak ramai (Horax, 2017).

Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis selain memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, Para pelaku bisnis di tantang untuk menciptakan suatu diferensiasi unik sehingga konsumen dapat membedakan dengan pesaing lainnya. Agar suatu perusahaan dapat terus memenangkan persaingan, perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor, salah satu di antaranya adalah faktor kualitas pelayanan (Khoiriah, 2018 :2). Kualitas pelayanan juga sangat berhubungan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Oleh karena itu, pelayanan yang berkualitas harus diberikan secara terus menerus agar usaha terus tumbuh dan berkembang serta menjadi kuat dalam bersaing dengan pengusaha lain.

Kualitas pelayanan ini memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, tanpa adanya kualitas pelayanan yang baik pada suatu bisnis kuliner, maka konsumen tidak akan merasa puas sehingga dampak negatif akan muncul terhadap rumah makan. Kualitas pelayanan ini memiliki banyak dimensi, diantaranya adalah bukti fisik, kehandalan pelayanan, kesiapan pelayanan, kemudahan, komunikasi, kesopansantunan dan pemahaman kebutuhan.

Selain kualitas pelayanan, di dalam bisnis kuliner di perlukan salah satu aspek yang harus menjadi perhatian yaitu kualitas menu. Menurut Kotler & Amstrong (2016: 151), kualitas menu merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing dalam usaha kuliner. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Saat ini konsumen lebih mudah, hanya dengan menunjuk salah satu warung makan yang mereka kehendaki. Sejalan dengan hal itu, tidak mengherankan jika dalam beberapa tahun terakhir usaha rumah makan mulai bermunculan. Menjamurnya rumah makan yang menyediakan berbagai sajian, memanjakan mereka dalam mendapatkan makanan dengan pilihan menu yang bermacam-macam. Dengan dihadapkan pada berbagai macam pilihan, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih warung makan. Hal ini menimbulkan adanya persaingan di antara warung makan. Semakin ketatnya persaingan, maka semakin besar pula peluang terhadap pengaruh perkembangan aktivitas penjualan.

Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut dapat dengan memilih rumah makan yang indah dengan pelayanan yang mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di rumah makan yang cukup mewah itu. Di samping itu, adapula yang cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih rumah makan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka. Rumah makan Wong Solo menawarkan menu ayam bakar dengan bumbu racikan khas tersendiri, ayam sambal ijo, minuman jus “Poligami” dan aneka minuman dingin lainnya.

Dari data BPS (2020) konsumsi daging ayam memiliki jumlah yang besar mencapai 80%. Rumah makan di kota Banda Aceh sedang marak menyajikan produk utama berupa daging ayam. Banyaknya rumah makan di kota Banda Aceh yang menyajikan produk utama berupa olahan daging ayam, salah satu upaya yang harus dilakukan oleh pemilik rumah makan adalah mempertahankan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumennya. Upaya yang dilakukan

untuk mengatasi persaingan dengan rumah makan lain yang sama-sama menyediakan produk utama dengan bahan baku daging ayam adalah meningkatkan variasi menu dan citra rasa yang khas dan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen menuju ke tingkat kepuasan, sehingga kepuasan tersebut akan memberikan dampak positif bagi rumah makan.

Rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh salah satu rumah makan yang sudah bertahan lama, yang mampu bersaing dengan rumah makan yang menyediakan menu ayam bakar dan penyet lainnya. Rumah makan Wong Solo Lampriet memiliki pelanggan yang cukup ramai, letak rumah makan ini sangat strategis karena berada tepat di tepi jalan raya di mana banyak orang lalu lalang melewatinya, sehingga tak jarang yang singgah untuk istirahat sambil menikmati kuliner di rumah makan tersebut. Tatanan yang rapi dan ruangan yang bersih membuat konsumen menjadi pelanggan tetap di rumah makan tersebut. Di rumah makan Wong Solo Lampriet selain menyediakan tempat makan kursi juga menyediakan tempat makan lesehan. Tetapi ruangan yang disediakan di rumah makan Wong Solo Lampriet tidak begitu luas. Tempat parkir yang disediakan juga sangat sempit sehingga apabila pelanggan rumah makan ramai parkir kendaraannya sampai di pinggir jalan raya dan apabila ada pelanggan yang mengendarai mobil harus parkir di pinggir jalan raya.

Selain itu, Rumah makan Wong Solo Lampriet juga menyediakan berbagai menu makanan yang tersaji dalam bentuk daftar menu makanan, mulai dari berbagai minuman hingga bermacam-macam jenis makanan. Dalam daftar menu makanan tersebut juga disertai gambar menu yang dibuat oleh pihak rumah makan. Tetapi gambar pada daftar menu makanan ada yang tidak sesuai dengan menu yang disajikan, terutama dalam hal banyaknya jumlah menu. Dalam hal pelayanan, rumah makan Wong Solo Lampriet memberikannya dengan baik. Hal yang pertama kali dilakukan karyawan saat pelanggan datang adalah membawakan daftar menu makanan atau minuman yang tersedia kepada pelanggan yang sudah memilih tempat duduk, pelanggan juga dapat melihat secara langsung pembuatan menu yang telah dipesannya jika memang menghendaki. Karena, dapur yang letaknya juga berada di depan sendiri, sehingga mempermudah pelanggan/konsumen untuk melihat secara langsung kebersihan ruang dapurnya, suci, dan halalnya bahan yang akan dimasak. Tetapi untuk menyantap makanan yang telah dipesan, pelanggan harus menunggu lama. Hal ini terjadi karena makanan yang disajikan di rumah makan Wong Solo adalah *fresh food*. Selain itu rumah makan Wong Solo Lampriet juga bisa menerima pesanan via telepon/*delivery* bagi pelanggan yang menginginkan untuk diantar ke rumah. Selama masa pandemi Covid 19, rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh sedikit lebih sepi dari biasanya, hal ini terjadi bukan hanya karena pesaing yang sudah mulai ramai di bidang kuliner khususnya penjual hidangan masakan ayam bakar dan penyet. Namun dimasa pandemi ini warga lebih dianjurkan untuk berdiam diri di dalam rumah, mengurangi aktivitas di luar, dan ordaran untuk rumah makan dianjurkan *take away* (bungkus).

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan di atas, peneliti ingin mengungkapkan apakah kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan kualitas menu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh”.

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas menu terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas menu secara simultan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh

2. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:196) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut.

Menurut Hansemark dan Albinsson (2014:37) kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima. Menurut Bitner dan Zeithaml (2012:19) kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan dari produk atau layanan dalam hal apakah produk itu atau layanan itu telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Yamit (2011:7). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2016:59). Sedangkan menurut Lupiyoadi (2016:7) Kualitas layanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).

Dari beberapa definisi diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa Kualitas jasa (kualitas pelayanan) bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Atau kualitas layanan adalah ukuran atau derajat yang dicapai dalam suatu tindakan kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain sebagai upaya pemenuhan keinginan konsumen.

2.3. Manfaat Kualitas Pelayanan

Kualitas harus dimulai dari apa yang konsumen butuhkan dan berakhir pada persepsi konsumen. Citra kualitas tidak berdasarkan sudut pandang penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Konsumen lah yang mengkonsumsi dan menikmati produk jasa sehingga mereka juga lah yang menentukan kualitas jasa. Ada beberapa manfaat dari kualitas pelayanan, yaitu (Malhotra, 2014:11):

- a. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan
- b. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
- c. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen
- d. Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya. Kualitas layanan yang diterima dan dirasakan oleh masyarakat (layanan prima, ramah, cepat, santun) akan mempengaruhi minat masyarakat. Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya) (Malhotra, 2014:221).

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya suatu pelayanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Santoso, 2011:5).

3. METODELOGI PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019: 224). Populasi pada penelitian ini adalah Pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh yang beralamat di jalan Tengku Daud Beureueh, Bandar Baru, Banda Aceh, dengan jumlah pelanggan yang berkunjung ke Rumah Makan Wong Solo di tahun 2019-2020 kurang lebih berjumlah 128.700 pelanggan. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasinya (Arikunto, 2013). Penarikan sampel penelitian ini menggunakan metode Slovin dan Sevilla, (Sekaran, 2017) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N = Besar populasi

n = Besar sampel

e = Tingkat kepercayaan / ketepatan yang diinginkan (90% = 0,10)

Hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel yang dipilih adalah sebanyak 100 pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh yang terletak di jalan Tengku Daud Beureueh, Bandar Baru, Banda Aceh.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini bersumber dari pengumpulan data primer dilakukan dengan cara membagikan kuesioner yang telah dipersiapkan kepada seluruh responden yaitu 56 Pelanggan. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto, 2013:134). Pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup yaitu pertanyaan yang dibuat berbentuk pilihan yang telah disediakan. Kuesioner tersebut selanjutnya disebarikan kepada seluruh responden. Pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Interval yaitu skala yang tidak hanya mengelompokkan individu menurut kategori tertentu dan menentukan urutan kelompok, namun juga mengukur besaran (*magnitude*) perbedaan preferensi antar individu. Dimana jawaban masing-masing responden akan diberi skor dengan menggunakan 5 (lima) poin (Sekaran, 2017:129). Skala pengukuran dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1 Skala Pengukuran

| No | Pilihan Jawaban | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju | 1 |
| 2 | Tidak Setuju | 2 |
| 3 | Kurang Setuju | 3 |
| 4 | Setuju | 4 |
| 5 | Sangat Setuju | 5 |

3.3. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh Kompensasi dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada kantor Bupati Simeulue, digunakan analisis regresi linear berganda seperti persamaan berikut menurut (Sugiyono, 2019): $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$
Dimana:

- Y = Variabel Y
- α = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X1 = Variabel X₁
- X2 = Variabel X₂
- ε = Error

3.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan pengukuran variabel dalam penelitian ini maka dilakukan pengujian untuk setiap hipotesis. Untuk menentukan menerima atau menolak hipotesis yang diajukan, maka dilakukan uji-F dan uji-t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan 5%.

a. Uji-t (Parsial)

Ho₁: Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima, kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh

Ha₁: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ha diterima, kualitas pelayanan parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh

Ho₂: Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima, kualitas menu secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh

Ha₂: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ha diterima, kualitas menu secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh

b. Uji-F (uji secara bersama-sama)

Ho₃: Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima, kualitas pelayanan dan kualitas menu secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh

Ha₃: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ha diterima, kualitas pelayanan dan kualitas menu secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam pengujian hipotesis penelitian ini adanya faktor-faktor kualitas pelayanan (X₁) dan Kualitas menu (X₂) berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh. Model yang digunakan untuk pengaruh tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2
Nilai Koefesien Regresi Linier Berganda Masing-Masing Variabel Independen

| Nama Variabel | B | Std. Error | T _{hitung} | T _{tabel} | Sig. |
|--------------------------------------|-------|------------|---------------------|--------------------|------|
| (Constant) | 4.852 | 1,644 | 2,951 | 1.984 | .000 |
| Kualitas pelayanan (X ₁) | .366 | .103 | 3.553 | 1.984 | .003 |
| Kualitas menu (X ₂) | .290 | .112 | 2.589 | 1.984 | .014 |

Sumber: Data Primer (Diolah), 2021

Berdasarkan hasil output komputer melalui program SPSS seperti terlihat Tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 4,852 + 0,366X_1 + 0,290X_2$
 Dari persamaan regresi diatas, dapat diketahui hasil penelitian dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 4,852 artinya bila mana Kualitas pelayanan (X_1) dan Kualitas menu (X_2), dianggap konstan, maka Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh adalah sebesar 4,852 pada satuan skala likert kepuasan pelanggan dapat dikatakan tinggi.
- 2) Koefisien regresi Kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,366 artinya setiap 100% perubahan dalam variabel Kualitas pelayanan secara relatif akan meningkatkan Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh sebesar 36,6%.
- 3) Koefisien regresi Kualitas menu (X_2) sebesar 0,290 artinya setiap 100% perubahan dalam variabel Kualitas menu akan meningkatkan Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh sebesar 29,0%.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa dari kedua variabel independen yang diteliti, variabel Kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan dalam meningkatkan Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh.

b. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kenaikan suatu linier dapat dijelaskan melalui hubungan antara variabel-variabel (korelasi). Jika seluruh nilai dari variabel-variabel tersebut dapat memenuhi suatu persamaan dengan benar, maka dapat dikatakan terdapat korelasi yang sempurna dalam model analisis ini. Dari output SPSS dapat diketahui tingkat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat pada Tabel berikut:

Tabel 3
 Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,747 ^a | ,558 | ,442 | 1.37082 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas menu (X_2), Kualitas pelayanan (X_1)

Sumber: Data Primer (Diolah), 2021

Dari Tabel diatas maka diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,747 dimana dengan nilai tersebut terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 74,7%. Artinya faktor Kualitas pelayanan (X_1) dan Kualitas menu (X_2) mempunyai hubungan yang kuat terhadap Kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh. Sementara itu koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dengan nilai sebesar 0,558 artinya bahwa sebesar 55,8% perubahan-perubahan dalam variabel terikat (Kepuasan pelanggan) dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan dalam faktor Kualitas pelayanan (X_1) dan Kualitas menu (X_2). Sedangkan selebihnya sebesar 44,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dua variabel seperti harga, lokasi dan iklan.

c. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh Kualitas pelayanan dan Kualitas menu terhadap Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh secara parsial digunakan uji statistik t (uji t). Apabila nilai $T_{hitung} > \text{nilai } T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $T_{hitung} < \text{nilai } T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel diatas dapat diketahui besarnya nilai T_{hitung} dari setiap variabel independen dalam penelitian ini. Nilai T_{hitung} dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$. Seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 4
Uji Parsial (UJI-T)

| Model | Unstandardized Coefficients | | T_{hitung} | T_{tabel} | Sig. | Tolerance | |
|--------------|-----------------------------|------------|--------------|-------------|------|-----------|-------|
| | B | Std. Error | | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 4.852 | 1,644 | 2.951 | 1.984 | .000 | | |
| X1 | .366 | .103 | 3.553 | 1.984 | .003 | .913 | 1.095 |
| X2 | .290 | .112 | 2.589 | 1.984 | .014 | .913 | 1.095 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (Diolah), 2021

1) Variabel Kualitas pelayanan (X_1)

Pengaruh Kualitas pelayanan (X_1) terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) secara parsial dapat dilihat pada tabel IV.8. nilai T_{hitung} sebesar 3,553 > lebih besar dari T_{tabel} 1,984, maka keputusannya H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Dari hasil uji signifikansi secara parsial bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh.

2) Pengaruh kualitas menu (X_2)

Pengaruh kualitas menu (X_2) terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) secara parsial dapat dilihat pada tabel IV.8 nilai T_{hitung} sebesar 2,589 > lebih besar dari T_{tabel} 1,984, maka keputusannya H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas menu berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh.

d. Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji pengaruh Kualitas pelayanan dan Kualitas menu secara serempak terhadap Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh digunakan uji statistik F (uji F). Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak. Hasil uji secara bersama-sama dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Annova

| Model | | Sum of Squares | Df | F_{hitung} | F_{tabel} | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|--------------|-------------|-------------------|
| 1 | Regression | 11.831 | 2 | 7.148 | 3,09 | .007 ^b |
| | Residual | 182.279 | 97 | | | |
| | Total | 194.110 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Primer (Diolah), 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 7,148 dengan signifikan 0,007, sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 3,09. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka F_{hitung} 7,148 > F_{tabel} 3,09. Keputusannya adalah H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima artinya secara serempak variabel Kualitas pelayanan (X_1) dan Kualitas menu (X_2) berpengaruh sangat nyata (*high significant*) terhadap Kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil uji t (parsial) pada kualitas pelayanan (X_1) menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 3,553, nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh.
- b. Hasil uji t (parsial) pada kualitas menu (X_2) menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 2,589, nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh.
- c. Hasil uji F (simultan) pada kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas menu (X_2), menunjukkan nilai F hitung sebesar 7.148. nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Wong Solo Lampriet Banda Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hansemark, O. C., & Albinsson, M. (2014), Customer Satisfaction and Retention: the experience of individual employees, *Managing Service Quality Journal*
- Horax, M. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Restoran X) dengan Metode Service Quality (Servqual). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.IX.181-190.
- Khoiriah. (2018). Pengaruh Aspek Sense dan Feel Experiential Marketing pada Kasus Soto Gebrak". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. IX.9-15.
- Kotler. Phillip, dan Amstrong. Gary. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit. Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, N. K. (2014). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Santoso. A. (2011). *Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sekaran, U. (2017). *Research Methods for Business*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.
- Yamit, Z. (2011). *Manajemen Produksi & Operasi (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M. J. (2012) *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek (Service Marketing Management: Theory and Practice)*. Jakarta: Salemba empat.