

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN SONG FA LIPPO  
PLAZA MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**RAHAYU LUMBAN RAJA**

**18.8600.433**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/5/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)25/5/23

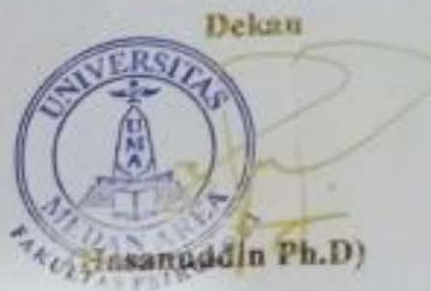
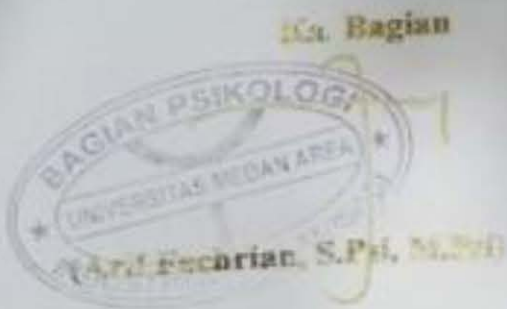
## HALAMAN PERSETUJUAN

**JUDUL SKRIPSI** : HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN LIPPO PLAZA MEDAN SONG FA

**NAMA** : RAHAYU LUMBAN RAJA

**NPM** : 18.8600.433

**BAGIAN** : PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI



Tanggal Sidang : Jumat, 05 Mei 2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/5/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)25/5/23

## HALAMAN PENGESAHAN

DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI  
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA  
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN  
DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH  
DERAJAT SARJANA (S1) PSIKOLOGI



### DEWAN PENGUJI

1. Dr. Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi
2. M. Fadli Nugraha, S.Psi, M.Psi
3. Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Psi
4. Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si

### TANDA TANGAN



## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Rahayu Lumban Raja  
Npm : 18.8600.433  
Tahun Terdaftar : 2018  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Menyatakan bahwa dalam dokumentasi ilmiah skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang lengkap secara dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur pagiasi dan apabila dokumen ilmiah skripsi ini dikemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 18 Januari 2023



Rahayu Lumban raja

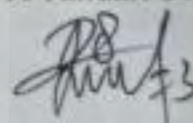
18.8600.433

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi ini saya yang susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana yang merupakan karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 18 Januari 2023



Peneliti

Rahayu Lumban raja

18.8600.433



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahayu Lumban raja  
NPM : 18.8600.433  
Program Studi : S1 Psikologi  
Fakultas : Psikologi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul: **Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi milik saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : 18 Januari 2023

Yang Menyatakan



(Rahayu Lumban raja)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/5/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)25/5/23

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, bimbingan dan kasih karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan judul **“Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan”** tepat pada waktunya.

Dalam menyusun skripsi ini penulis tidak luput dari berbagai kesulitan dan hambatan, namun atas bantuan, dukungan, dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya penulisan karya ilmiah ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, kepada:

1. Kepada Ketua Yayasan Haji Agus Salim Universitas Medan Area, Bapak Drs, M. Erwin Siregar, MBA
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Semoga Fakultas Psikologi Universitas Medan Area selalu menjadi yang terbaik.
4. Ibu Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si sebagai ketua dalam sidang skripsi ini terimakasih atas waktu dan masukannya
5. Bapak Dr. Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing sekaligus penguji satu dalam sidang skripsi ini yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pemikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak M. Fadli Nugraha, S.Psi, M.Psi selaku sekretaris dalam sidang skripsi ini terimakasih atas waktunya dalam sidang skripsi ini.

7. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembanding dalam sidang skripsi ini terimakasih atas kritik dan saran yang telah disampaikan demi kesempurnaan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Papa Mama yang telah banyak memberikan dukungan baik secara moril, materil, spiritual kepada penulis selama kuliah hingga saat ini. Kiranya Tuhan yang membalas semuanya.
9. Terimakasih kepada seluruh dosen pengajar di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, terima kasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada penulis. Tanpa Bapak/Ibu penulis tidak ada apa-apanya, dan seluruh staff administrasi (tata usaha) Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
10. Terimakasih kepada Bapak store supervisor yang telah berkenan memberi ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan.
11. Terimakasih kepada konsumen yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi skala penelitian terimakasih banyak.
12. Terimakasih kepada saudara terkasih Aldi dan Riko yang telah membantu penulis dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
13. Terimakasih kepada Hardiansyah Purba sebagai pacar yang telah memberikan dukungan dan menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi ini.
14. Teruntuk teman-teman seperjuangan, rekan-rekan mahasiswa/i khususnya jurusan psikologi angkatan 2018 selama 4 tahun yang telah kita lewati bersama adalah kenangan yang tidak terlupakan, ini bukan akhir dari perpisahan kita.
15. Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulisan skripsi ini, semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan kalian berikan. Penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin dalam penyusunan skripsi ini untuk mendapatkan hasil yang



sebaik-baiknya. Namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis sangat menghargai segala kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Medan, 18 Januari 2023

Penulis



## MOTTO

***Sukses bukan hanya milik mereka yang punya materi saja  
melainkan milik mereka yang selalu berusaha dan melakukan  
yang terbaik***



# HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN SONG FA LIPPO PLAZA MEDAN

RAHAYU LUMBAN RAJA

18.8600.433

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini dilakukan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan data menggunakan insidental sampling, dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 66 orang pelanggan. Metode pengumpulan data menggunakan model skala likert dengan skala kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Uji analisis data menggunakan teknik kolmogorov-smirnov ( $r_{xy}$ ) diperoleh hasil sebesar 0,609 dengan signifikansi  $p = 0.000 < 0.050$ . Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Dengan demikian, maka hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima. Mean hipotetik (65) lebih rendah dari mean empirik (89,12) sehingga kepuasan pelanggan tergolong tinggi. Mean hipotetik (67,5) lebih rendah dari mean empirik (87,38) sehingga kualitas pelayanan tergolong tinggi. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi atau memberikan sumbangsi terhadap kepuasan pelanggan sebanyak 42.8%.

**Kata kunci:** Pelanggan, Kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan



**THE CORRELATION BETWEEN QUALITY OF SERVICE AND  
CUSTOMER SATISFACTION AT RESTAURANT SONG FA  
LIPPO PLAZA MEDAN**

**RAHAYU LUMBAN RAJA**

**18.8600.433**

**ABSTRACT**

*This study aims to see correlation between service quality and customer satisfaction. Customer satisfaction is the level of one's feelings after comparing perceived performance or results compared to expectations. Service quality is the whole of the features and characteristics of a product or service that support its ability to satisfy needs directly or indirectly. This research was conducted at the Song Fa Lippo Plaza Medan Restaurant. The approach in this study uses quantitative methods. The data collection technique used incidental sampling, with a total sample of 66 customers. Methods of data collection using the Likert scale model with a scale of service quality and customer satisfaction. Data analysis test using the Kolmogorov-Smirnov technique ( $r_{xy}$ ) obtained a result of 0.609 with a significance of  $p = 0.000 < 0.050$ . This means that the higher the service quality, the higher the customer satisfaction, conversely, the lower the service quality, the lower the customer satisfaction. Thus, the proposed hypothesis is declared accepted. Customer satisfaction is low where the hypothetical mean (65) is lower than the empirical mean (89.12) and service quality is low where the hypothetical mean (67.5) is lower than the empirical mean (87.38). This shows that service quality contributes or contributes to customer satisfaction by 42.8%.*

**Keywords:** *Customers, Customer satisfaction, Service quality*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PAGIASI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II</b> .....	<b>11</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
A. Pelanggan .....	11
1. Defenisi Pelanggan.....	11
2. Jenis-jenis Pelanggan .....	12

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan .....	13
B. Kepuasan Pelanggan .....	18
1. Defenisi Kepuasan Pelanggan .....	18
2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	18
3. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	21
4. Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan .....	24
C. Kualitas Pelayanan .....	25
1. Defenisi Kualitas Pelayanan.....	25
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	27
3. Ciri-ciri Kualitas Pelayanan .....	31
4. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan.....	36
D. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan .....	41
E. Kerangka Konseptual .....	43
F. Hipotesis .....	43
<b>BAB III .....</b>	<b>44</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Tipe Penelitian .....	44
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	44
C. Defenisi Operasional Penelitian .....	45
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
1. Populasi Penelitian .....	45
2. Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3. Sampel Penelitian.....	46
E. Metode Pengumpulan Data .....	46
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	47
1. Validitas .....	47
2. Reliabilitas .....	48



G. Metode Analisis Data .....	49
<b>BAB IV.....</b>	<b>51</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Orientasi kancan penelitian .....	51
B. Persiapan Penelitian .....	52
1. Persiapan Administrasi.....	52
2. Persiapan Alat Ukur .....	52
C. Pelaksanaan Penelitian .....	55
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	56
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kualitas Pelayanan.....	56
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kepuasan Pelanggan .....	58
3. Uji Normalitas.....	59
1. Uji Linieritas .....	60
5. Uji Hipotesis .....	61
6. Hasil perhitungan mean empirik dan mean hipotetik .....	63
<b>E. Pembahasan.....</b>	<b>65</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>70</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
A. Simpulan .....	70
B. Saran .....	70
1. Saran bagi subjek penelitian.....	70
2. Saran bagi karyawan restoran.....	71
3. Saran bagi peneliti selanjutnya .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 .....	47
Interpretasi pemberian skor favorable .....	47
Tabel 3.3 .....	47
Interpretasi pemberian skor unfavorable .....	47
Tabel 4.1 Distribusi Butir Skala Kualitas Pelayanan sebelum Uji Coba .....	53
Tabel 4.2 Distribusi Butir Skala Kepuasan Pelanggan Sebelum Uji Coba .....	55
Tabel 4.3 Distribusi Butir Skala Kualitas Pelayanan Setelah Uji Coba .....	57
Tabel 4.4 Uji reliabilitas kualitas pelayanan.....	57
Tabel 4.5 Distribusi Butir Skala Kepuasan Pelanggan Setelah Uji Coba .....	58
Tabel 4.6 Uji reliabilitas kepuasan pelanggan .....	59
Tabel 4.7 .....	59
Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.8 .....	61
Hasil Perhitungan Uji Linieritas Sebaran .....	61
Tabel 4.9 Rangkuman Analisis Kolmogorov Smirnov .....	62
Tabel 4.9.1 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	62
Tabel 4.9.2 Hasil Perhitungan Rata-rata Hipotetik dan Empirik .....	644

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kurva Distribusi Normal Kualitas Pelayanan .....	65
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Normal Kepuasan Pelanggan .....	65





## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN I.....</b>	<b>76</b>
<b>Skala Penelitian.....</b>	<b>76</b>
<b>Skala Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>77</b>
<b>Skala Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN II .....</b>	<b>83</b>
<b>Data Skala Kualitas Pelayanan &amp;.....</b>	<b>83</b>
<b>Kepuasan Pelanggan.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN III.....</b>	<b>90</b>
<b>Uji Validitas &amp; Reliabilitas.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN III.....</b>	<b>96</b>
<b>Uji Normalitas .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN IV .....</b>	<b>98</b>
<b>Uji Linieritas .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN V.....</b>	<b>101</b>
<b>Uji Hipotesis &amp; Uji Korelasi.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN VI.....</b>	<b>103</b>
<b>Surat Ijin Penelitian.....</b>	<b>103</b>

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba dari pemanfaatan potensi yang dimiliki oleh pendiri perusahaan tersebut. Salah satu pemicu keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh usaha yang sesuai dengan tren pasar yang ada. Kuliner menjadi salah satu tren baru yang banyak diminati oleh generasi sekarang. Melihat begitu banyak perusahaan yang bergerak dibidang kuliner tentu membuat pelanggan memiliki banyak pilihan. Oleh sebab itu penting untuk menjaga kepuasan pelanggan untuk menarik pelanggan bisa datang kembali. Selera pelanggan dapat timbul dari penampilan makanan dan minuman yang disajikan seperti citarasa, aroma dan juga cara penyajian makanan tersebut.

Pelanggan adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan (Greenberg , 2010). Apabila seorang pelanggan merasa puas dengan produk yang dijual, akan ada peluang pelanggan menjadi pelanggan yang loyal dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan

bagaimana atau apa hal yang harus dirubah ketika pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada pelanggan lain. Sedangkan aspek-aspek kepuasan pelanggan adalah harapan tentang apa yang akan diterima, kinerja karyawan, kesesuaian dengan harapan, dan penegasan.

Menurut Kotler (2000) kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ciri-ciri yang ditampilkan meliputi loyal terhadap produk dan jasa, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk atau jasa.

PT. Bisa Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang Food and Beverege yang memiliki 14 Brand dan 29 cabang di dalam daerah maupun di luar daerah. Bisa group memiliki cabang seperti; Paradise, Marutama, Sushi Tei, Song Fa Pepper Lunch, Papparich, Xing Fu tang, dan lain sebagainya. Bisa Group adalah salah satu perusahaan makanan dan minuman terbesar di kota Medan Sumatera Utara. Perusahaan ini memulai perjalanan pada tahun 2004 dengan Sushi Tei restoran sebagai outlet pertamanya. Song Fa adalah salah satu cabang dari bisa Group yang dibuka pada tahun 2018 yang didirikan di sebuah Mall di kota Medan tepatnya, di Lippo Plaza Medan lantai ground. Perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman harus mengutamakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Fenomena yang terjadi di restoran Song Fa adalah kurangnya loyalitas pelanggan terhadap pembelian kembali di restoran. Pelanggan yang puas mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari restoran yang sama,



sedangkan pelanggan yang tidak puas kemungkinan tidak akan membeli kembali. Fenomena yang terjadi lainnya adalah tidak adanya promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan. Hal ini tampak dari pelanggan yang datang biasanya sendiri dan yang datang bersama keluarga dan teman bukan karena hasil promosi temannya tetapi keinginan untuk mencoba makan di restoran tersebut. Pelanggan yang puas akan melakukan promosi yaitu penyampaian dari mulut ke mulut tentang kualitas makanan dan pelayanan di suatu restoran sebaliknya pelanggan yang tidak puas tidak akan mempromosikan restoran tersebut kepada orang disekitarnya.

Menurut Lupiyoadi (2001), harapan pelanggan adalah kinerja yang baik dari karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Akan tetapi yang diterima pelanggan sebaliknya yaitu tidak sesuai dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan itu sendiri. Oleh sebab itu faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain kualitas jasa, kualitas produk, harga, faktor situasional, dan faktor personal.

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari karyawan. Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik. Faktor harga yang sesuai dengan makanan dan pelayanan karyawan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja karyawan, yang berada di luar kendali penyedia jasa.

Memperhatikan kepuasan pelanggan sangat penting untuk menjaga hubungan yang baik dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan-pelanggan. Adapun aspek-aspek kepuasan pelanggan menurut Kotler (Harun, 2013) antara lain adalah *expectation* (harapan), *performance* (kinerja), *comparison* (kesesuaian), *confirmation/disconfirmation* (penegasan), dan *discrepancy* (ketidaksesuaian).

Menurut Kasmir (2005) kualitas pelayanan yang baik adalah tersedianya karyawan yang baik, ramah, sopan, dan menarik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, berusaha memahami kebutuhan pelanggan, dan mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Kurangnya semangat karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan terkesan kurang ramah dan tidak memenuhi syarat sebagai suatu kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas pelayanan yang diinginkan perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Menurut kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam berjalannya organisasi pekerjaan. Dalam menjalankan suatu pekerjaan di bidang restoran, keramah-tamahan dan pengetahuan menjadi hal yang penting pelayanan yang diberikan kepada customer akan berdampak pada penjualan produk makanan yang kita tawarkan. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan maka tidak menutup kemungkinan ia akan selalu datang untuk makan dan menikmati pelayanan yang ada.

Fenomena yang terjadi di Restoran Song Fa Lippo Medan adalah adanya komplainan pelanggan tentang kinerja karyawan, dimana pelanggan harus menunggu lama agar dapat menerima pesanan, karyawan kurang tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Disisi lain sikap karyawan yang kurang dalam memberikan senyuman kepada pelanggan yang memasuki restoran. Harapan pelanggan adalah ketika memasuki restoran maka mendapat sambutan hangat dari karyawan restoran tetapi sebaliknya pelanggan merasa tidak mendapat pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Tidak adanya penegasan yang diberikan oleh karyawan mengenai waktu menunggu makanan disajikan setelah pemesanan, sehingga pelanggan tidak dapat memastikan apakah harus menunggu 15 menit atau kurang dari waktu tersebut. Sehingga ketika makanan tiba diatas 15 menit setelah dipesan maka pelanggan merasa kecewa dengan restoran tersebut. Fenomena yang terjadi ini tentu saja mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap subjek penelitian:

*Menurut saya nih ya, kualitas pelayanan restoran ini termasuk biasa saja sama seperti restoran-restoran lainnya. Yaa.. masih standart lah, masih biasa saja, masuk kategori baik. Karena tidak ada yang terlalu istimewa dengan penyambutan yang berbeda dengan restoran lain gitu kan tidak ada. Dan kita juga tidak perlu disambut berlebihan kan hahaa.. Kita hanya perlu makan disambut baik, dilayani dengan baik, makanan enak dan bersih sudah cukup kok. Kita kesini karena lapar bukan karena piknik. (Wawancara dengan S, 28 Juli 2022)*

*Kalau kalian mau penilaian yang jujur, sebenarnya saya kurang puas banget. Kita masuk ke restoran belum tentu dapat senyum dari pelayan. Setelah kita duduk kita harus menunggu lama supaya kita mendapat pelayanan. Kita sudah tulis orderan pesanan tapi pelayannya lama banget baru datang, keburu hilang laparnya. Saya tidak tau apakah ini terjadi karena kebetulan rame, atau memang selalu seperti ini. Untuk rasa makanan masih ok masih recommended. (Wawancara dengan C, 28 Juli 2022)*

Berdasarkan hasil wawancara dengan dua pelanggan sebagai subjek penelitian diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan di restoran termasuk biasa saja sama seperti restoran-restoran lainnya. Pelanggan juga tidak mengharapkan sambutan yang istimewa karena mengunjungi restoran tujuannya adalah makan bukan piknik. Pelanggan hanya mengharapkan makanan yang bersih dan enak. Pelanggan lain merasa kualitas pelayanan restoran kurang baik. Hanya saja, pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan restoran. Pelanggan mengatakan belum tentu mendapat senyuman dari karyawan, dan ketika memesan makanan harus menunggu lama. Hal ini membuat pelanggan merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan di restoran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan dua pelanggan penelitian diperoleh informasi bahwa pelanggan merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan restoran dari segi waktu dan penyambutan karyawan. Pelanggan harus menunggu lama untuk dapat menerima pesanan makanan, selain itu belum tentu mendapat senyuman dari karyawan. Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan.



## B. Identifikasi Masalah

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana atau apa hal yang harus dirubah ketika pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Fenomena yang terjadi di restoran Song Fa adalah kurangnya kepuasan pelanggan terhadap pembelian kembali di restoran. Pelanggan yang puas mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari restoran yang sama, sedangkan pelanggan yang tidak puas kemungkinan tidak akan membeli kembali. Fenomena yang terjadi lainnya adalah tidak adanya promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan. Hal ini tampak dari pelanggan yang datang biasanya sendiri dan yang datang bersama keluarga dan teman bukan karena hasil promosi temannya tetapi keinginan untuk mencoba makan di restoran tersebut. Pelanggan yang puas akan melakukan promosi yaitu penyampaian dari mulut ke mulut tentang kualitas makanan dan pelayanan di suatu restoran sebaliknya pelanggan yang tidak puas tidak akan mempromosikan restoran tersebut kepada orang disekitarnya. Fenomena yang terjadi ini tentu saja mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Memperhatikan kepuasan pelanggan sangat penting untuk menjaga hubungan yang baik dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan-pelanggan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Fenomena yang terjadi di Restoran Song Fa Lippo Medan adalah adanya komplainan pelanggan tentang kinerja karyawan, dimana pelanggan harus menunggu lama agar dapat menerima pesanan, karyawan kurang tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Disisi lain sikap karyawan yang kurang dalam memberikan senyuman kepada pelanggan yang memasuki restoran. Harapan pelanggan adalah ketika memasuki restoran maka mendapat sambutan hangat dari karyawan restoran tetapi sebaliknya pelanggan merasa tidak mendapat pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Tidak adanya penegasan yang diberikan oleh karyawan mengenai waktu menunggu makanan disajikan setelah pemesanan, sehingga pelanggan tidak dapat memastikan apakah harus menunggu 15 menit atau kurang dari waktu tersebut. Sehingga ketika makanan tiba diatas 15 menit setelah dipesan maka pelanggan merasa kecewa dengan restoran tersebut.

Kualitas pelayanan yang baik adalah tersedianya karyawan yang baik, ramah, sopan dan menarik Berdasarkan fenomena yang terjadi peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan.

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam sebuah penelitian sangat penting agar suatu penelitian menjadi lebih fokus dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini hanya tentang “Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang pernah makan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan dengan jumlah 66 subjek penelitian.

### **D. Rumusan Masalah**

Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di restoran Song Fa Lippo Plaza Medan?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk melihat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di restoran Song Fa Lippo Plaza Medan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmiah dalam pelajaran psikologi khususnya bagaimana kualitas pelayanan yang baik dan mencapai kepuasan pelanggan. Memberikan suatu wacana baru tentang hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

#### **2. Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis penelitian ini bagi perusahaan adalah memberikan informasi kepada perusahaan mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada pelanggan di restoran Song

Fa Lippo Plaza Medan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pelayanan. Penelitian ini juga dapat membantu peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian terkait kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.





## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pelanggan

##### 1. Defenisi Pelanggan

Menurut Nasution (2004) pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk suatu perusahaan. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan- perusahaan bisnis.

Menurut Greenberg (2010), pelanggan adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan. Menurut Yoeti (2005) yang dimaksud dengan konsumen adalah seseorang atau organisasi yang membeli produk dan jasa-jasa pada seseorang dan atau produsen. Artinya secara umum pelanggan adalah masyarakat pada umumnya yang memiliki kebutuhan dan berpotensi untuk melakukan pembelian barang maupun jasa.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah individu ataupun sekelompok orang yang berpotensi membeli sebuah produk atau jasa dari suatu perusahaan.

## 2. Jenis-jenis Pelanggan

Ada tiga jenis-jenis pelanggan menurut Gasperz dalam (Laksana,2008) antara lain sebagai berikut:

- a. Pelanggan internal (*Internal Customer*). Merupakan orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi (*Performance*) pekerjaan atau perusahaan kita.
- b. Pelanggan antara (*Intermedieate Customer*). Merupakan mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu.
- c. Pelanggan Eksternal (*Eksternal Customer*). Merupakan pembeli atau pemakai akhir produk itu, yang sering disebut-sebut sebagai pelanggan nyata (*Real Customer*).

Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, Rahmayanty (2010) mengatakan perlu terlebih dahulu untuk mengidentifikasi pelanggan berdasarkan jenisnya. Ada dua jenis-jenis pelanggan antara lain sebagai berikut:

- a. Pelanggan Internal, adalah orang-orang di dalam organisasi yang pelayanannya tergantung pada anda dan hanya memiliki sedikit pilihan atau tidak memiliki pilihan sama sekali untuk menerima pelayanan dari anda.
- b. Pelanggan eksternal, adalah orang-orang di luar organisasi/perusahaan yang pelayanannya tergantung pada anda dan berbisnis dengan anda karena pilihan mereka sendiri.

Suryani (2003) mengelompokan pelanggan menjadi dua yakni pelanggan antara dan pelanggan akhir.

- a. Pelanggan antara adalah distributor, agen dan pengecer. Mereka membeli barang bukan untuk dipakai, melainkan untuk diperdagangkan.
- b. Sedangkan pelanggan akhir adalah konsumen yang memperoleh barang atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan, baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli tersebut peneliti menyimpulkan jenis pelanggan menjadi pelanggan internal yaitu orang yang berada didalam perusahaan, pelanggan antara yaitu orang yang berperan sebagai perantara bukan pemakai, dan pelanggan eksternal yaitu orang yang berada diluar perusahaan yang bertindak sebagai konsumen.

### **3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menurut Engel (2010) terdiri atas 2 bagian, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

#### **1. Faktor Internal**

Faktor internal dalam mempengaruhi pola kegiatan konsumsi merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam individu atau yang melekat pada diri individu, yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu tindakan atau aktifitas yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menggunakan dan menghabiskan barang-barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Faktor-faktor internal tersebut antara lain:

- a. Sumber daya konsumen. Menurut Engel (2010), diidentifikasi menjadi 3 sumber daya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Terdiri dari sumber daya ekonomi, sumber daya temporal, dan sumber daya kognitif.
- b. Motivasi. Motivasi diartikan sebagai proses dimana perilaku diarahkan tujuannya, diberi energi, dan diaktifkan untuk mencapai keadaan seperti yang diinginkan.
- c. Pengetahuan. Dipahami sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan. Pengetahuan konsumen terdiri dari 3 bidang pengetahuan, yaitu: pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*).
- d. Sikap. Sikap didefinisikan sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang melakukan respon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan obyek atau alternatif yang diberikan.
- e. Kepribadian. Kepribadian adalah keseluruhan perilaku dari seorang individu dengan system kecenderungan tertentu yang berinteraksi dengan serangkaian situasi.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal dalam mempengaruhi pola kegiatan konsumsi, merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar individu, yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan tindakan atau aktivitas yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menggunakan dan menghabiskan barang-barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang



mendahului dan menyusuli tindakan ini. Faktor-faktor eksternal tersebut antara lain:

- a. Nilai-nilai Budaya dan Etnis. Merupakan nilai-nilai budaya yang tumbuh dan berkembang pada sejumlah orang yang memiliki persamaan ras, agama, lokasi geografis, dan warisan budaya yang membedakan mereka dengan kelompok lainnya.
- b. Kelompok sosial. Kelompok sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang dikarenakan pengaruh yang signifikan dari kelompok acuan (*reference group*) yang menjadi rujukan dalam berpikir, bertindak, merasa dan berperilaku seseorang dalam melakukan konsumsi.
- c. Pengaruh Situasi. Pengaruh situasi merupakan pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik, yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Karakteristik-karakteristik situasi konsumen tersebut antara lain: Lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, tugas, dan keadaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian adalah terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari: kebutuhan dan motivasi, kepribadian, psikografis, persepsi, pembelajaran, sikap. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari: keluarga, kelas sosial, budaya dan sub budaya, kelompok acuan, dan komunikasi pemasaran.

1. Faktor atau pengaruh internal yang meliputi beberapa item tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:
  - a. Kebutuhan dan motivasi, kebutuhan adalah esensi dari konsep pemasaran modern. Dalam hal ini kebutuhan meliputi; kebutuhan akan rasa aman,

kebutuhan sosialisasi, dan kebutuhan aktualisasi. Sedangkan motivasi daya dorong untuk berperilaku dan perilaku itu mengarah kepada tujuan tertentu.

- b. Kepribadian, merupakan esensi yang mencerminkan perbedaan individu. Kepribadian bersifat konsisten dan bertahan dalam waktu yang lama. Serta kepribadian itu dapat berinteraksi dengan situasi.
  - c. Psikografis, menurut Mowen didalam Ristiyanti dan John Ihalauw, psikografik merupakan kajian tentang apa yang membentuk seorang konsumen secara psikologis. Ada dua konsep dalam psikografik yaitu; memberi gambaran mengenai ciri-ciri psikologis konsumen yang mengarah pada identifikasi kepribadian konsumen, memandang psikografis sebagai kajian tentang activity (aktivitas), Interest (minat), dan opinions (pendapat). Dari sini maka dapat disimpulkan bahwa psikografis dapat menggambarkan gaya hidup seseorang konsumen.
  - d. Persepsi, merupakan proses di mana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan diinterpretasikan.
  - e. Pembelajaran, merupakan perubahan perilaku yang relatif tetap, yang terjadi sebagai akibat dari pengalaman. Pembelajaran dapat disebut pula dari sebuah akibat pengalaman dalam sebuah kejadian.
  - f. Sikap, merupakan langkap yang bersifat permanen yang mempengaruhi perilaku seseorang konsumen dalam bertindak.
2. Sedangkan faktor atau pengaruh eksternal pada konsumen yang menyebabkan konsumen membeli sebuah produk, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Keluarga, sangat mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk. Dalam artian individu-individu yang ada didalamnya adalah sebagai referensi konsumen untuk mengetahui sebuah produk.
- b. Kelas sosial, merupakan pembagian masyarakat berdasarkan kriteria tertentu. Kelas sosial dengan kriteria tertentu dapat dilihat melalui tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat penghasilan. Adapun dalam penerapannya sebuah kelas sosial sangat pembagiannya sangatlah berbeda-beda berdasarkan sudut pandang yang dianut oleh masyarakat tersebut.
- c. Budaya adalah keyakinan, nilai-nilai, perilaku, dan obyek-obyek materi yang dianut dan digunakan oleh komunitas atau masyarakat tertentu (Ristiyanti dan John Ihalauw, 2005). Budaya meliputi; kebiasaan masyarakat, keyakinan, dan nilai-nilai adat.
- d. Kelompok acuan, kelompok acuan dapat diartikan sebagai dua atau lebih orang yang melakukan interaksi untuk mencapai tujuan tertentu baik bersifat pribadi dan tujuan bersama. Kelompok acuan dalam kaitannya konsumen membeli sebuah produk meliputi: keluarga dan sanak keluarga, teman dekat, kelompok sosial formal atau rekan sekumunitas, kelompok kerja atau rekan kerja, kelompok belanja.
- e. Komunikasi pemasaran, pada dasarnya adalah praktik yang dilakukan untuk memberikan atau saling bertukar informasi. Komunikasi pemasaran dapat dilakukan melalui pemasaran langsung, periklanan, promosi penjualan, dan sebagainya

Kesimpulannya adalah ada dua faktor yang mempengaruhi datangnya pelanggan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi

sumber daya konsumen, motivasi, pengetahuan, sikap, dan kepribadian. Sedangkan faktor eksternal meliputi nilai budaya etnis, kelas sosial, dan juga pengaruh situasi.

## **B. Kepuasan Pelanggan**

### **1. Defenisi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tjiptono (2004) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Selanjutnya Yamit (2018) memiliki pendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.

Berdasarkan pendapat dari beberapa tokoh tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah menerima hasil pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan.

### **2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Menurut Rosnaini (2017) ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Kualitas Jasa. Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai mamupun karyawan perusahaan.



- b. Kualitas Produk. Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.
- c. Harga. Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.
- d. Faktor Situasional. Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada di luar kendali penyedia jasa.
- e. Faktor Personal/emotional faktor. Kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

Lupiyoadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

- a. Kualitas Produk. Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang.
- b. Kualitas Pelayanan. Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- c. Emosional. Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
- d. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

- e. Biaya. Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Amir (2012) mengungkapkan beberapa faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan antara lain:

- a. Pelayanan. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Tingkat pelayanan merupakan suatu tingkat yang ditunjukkan oleh perusahaan atau instansi dalam menanggapi orang-orang yang memerlukan pelayanan tersebut. Tjiptono dan Chandra (2016) mengemukakan bahwa konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi, sehingga berdampak pada kepuasan konsumen (dalam Amir, 2012).
- b. Kualitas Produk. Kualitas produk menjadi salah satu yang penting, karena kualitas produk sebagai representasi terhadap kualitas perusahaan penghasil produk tersebut. Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan persepsi konsumen terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Amir, 2012). Gaspersz (2002) mengemukakan bahwa adanya perhatian pada kualitas akan memberikan dampak positif kepada perusahaan melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga kompetitif ( Amir, 2012).
- c. Harga. Harga menjadi suatu hal yang penting, dikarenakan harga yang ditawarkan suatu perusahaan pada konsumen sebagai sebuah

tolak ukur pada kualitas produk yang dibeli. Bila harga tidak sesuai dengan kualitas produk maka konsumen tidak akan membeli dan mempergunakan produk tersebut. Sutojo, (2009) mengemukakan bahwa harga mempunyai pengaruh langsung terhadap permintaan produk di pasar. Hal itu disebabkan karena pada dasarnya harga merupakan sesuatu yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen atau pembelian stitusalional (Amir, 2012).

- d. Promosi. Menurut Lupiyoadi (2006), promosi adalah salah satu variabel pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi dan akan ada dampaknya pada kepuasan konsumen (Amir, 2012).

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain kualitas jasa, kualitas produk, harga, faktor situasional, dan faktor personal. Tokoh lain memiliki pendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain pelayanan, kualitas produk, harga, dan promosi.

### **3. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah mengenai apa yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang diinginkan. Jika

pelayanan yang diberikan di bawah harapan maka hasilnya mereka tidak puas dan apabila pelayanan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Adapun indikatornya kepuasan pelanggan menurut Febriani (2017) antara lain penampilan, minat untuk menggunakan produk, merekomendasikan untuk menggunakan produk, dan keyakinan.

Menurut Tjiptono (2016), ada beberapa indikator dari variabel kepuasan pelanggan diantaranya:

- a. Kesesuaian harapan. Semua konsumen pasti selalu menginginkan harapan yang sesuai dengan produk yang akan dibelinya.
- b. Minat membeli kembali. Kadaan ini biasanya terjadi ketika seorang konsumen sudah merasa puas dengan layanan dan produk dari suatu perusahaan.
- c. Kesiediaan merekomendasikan. Suatu perusahaan biasanya akan mencoba meminta para konsumen tetap mereka untuk merekomendasikan barang atau produk mereka, baik produk baru mereka maupun yang lama.
- d. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama. Jika seorang konsumen sudah merasa puas pada produk suatu perusahaan, maka seorang konsumen pasti akan mencari produk yang lain pada perusahaan tersebut dikarenakan konsumen sudah menilai produk dari perusahaan tersebut bagus dan sesuai dengan apa yang inginkan konsumen.



- e. Menciptakan citra merk. Merk pada suatu perusahaan bisa dikenal oleh khalayak umum apabila produk dari nama merk tersebut sudah bisa membuat kepuasan pada semua konsumennya.

Sedangkan, menurut Kotler (2005), ada tiga indikator kepuasan pelanggan antara lain sebagai berikut:

- a. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen. Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.
- b. Sistem survei reputasi perusahaan. Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung.
- c. Sistem analisis konsumen. Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

Berdasarkan defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator kepuasan pelanggan antara lain kesesuaian harapan, minat membeli kembali, kesediaan merekomendasikan, menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, dan menciptakan citra merk. Selain itu sistem penanganan keluhan dan saran konsumen, sistem survei reputasi perusahaan, dan sistem analisis konsumen.

#### 4. Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan

Kotler (Harun, 2012) mengemukakan pendapat tentang aspek-aspek kepuasan pelanggan, antara lain adalah sebagai berikut :

- a. *Expectation* (harapan). Sesuatu yang mempengaruhi kepuasan konsumen dimulai dari tahap sebelum membeli produk, yaitu: ketika pelanggan/konsumen mengembangkan harapan tentang apa yang akan diterima dari produk setelah membeli.
- b. *Performance* (kinerja). Selama melakukan kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.
- c. *Comparison* (kesesuaian). Setelah mengkonsumsi produk, terjadi adanya harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja dibandingkan oleh pelanggan.
- d. *Confirmation/disconfirmation*(penegasan). Penegasan dari keinginan konsumen, apakah keinginan sebelum membeli dengan persepsi pembelian sama atau tidak.
- e. *Discrepancy* (ketidak-sesuaian). Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidaksamaan menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besar ketidakpuasan pelanggan.

Kotler (2000) menyampaikan bahwa terdapat tiga aspek kepuasan konsumen antara lain :

- a. Loyal terhadap produk. Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Pelanggan yang puas terhadap produk yang

dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Kepuasan adalah faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen/pelanggan yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain. Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, aspek-aspek kepuasan pelanggan adalah *expectation* (harapan), *performance* (kinerja), *comparison* (kesesuaian), *confirmation/ disconfirmation* (penegasan), *discrepancy* (ketidak-sesuaian). Selain itu loyal terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut-ke mulut bersifat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain.

### **C. Kualitas Pelayanan**

#### **1. Defenisi Kualitas Pelayanan**

Menurut Davis dkk (Nasution, 2004) kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dan pelayanan

menurut Kotler dkk (2007) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Husein umar yang dikutip dari bukunya Studi kelayakan bisnis (2009) mengatakan bahwa "kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli tersebut peneliti menyimpulkan kualitas pelayanan sebagai suatu upaya pemenuhan kebutuhan sesuai keinginan pelanggan dan ketepatan cara penyampaian sehingga harapan dan kepuasan pelanggan terpenuhi.



## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Ariani (2003), kualitas dapat dicapai apabila delapan faktor telah terpenuhi, yaitu :

- a. Fokus pada pelanggan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan harapan.
- b. Komitmen jangka panjang, agar seluruh karyawan mau melaksanakan hal yang sama dengan terlibat secara penuh dalam proses yang ada.
- c. Kepemimpinan dan dukungan manajemen puncak, dengan memberikan dukungan tenaga, pikiran, perencanaan strategik, gaya serta perbaikan secara berkesinambungan.
- d. Pemberdayaan seluruh personil dan kerja tim dengan mendorong partisipasi seluruh karyawan untuk mencapai sasaran kualitas, termasuk perbaikan dan penyelesaian masalah.
- e. Gaya komunikasi efektif pimpinan terhadap karyawan dan sebaliknya dengan mengadakan hubungan komunikasi baik secara formal maupun informal dan komunikasi vertikal maupun horizontal.

Menurut Lupiyoadi (2001) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, dan harga.

- a. Kualitas Produk. Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas Pelayanan. Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

- c. Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerk dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merk tertentu.
- d. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

Menurut Nangoi (2004) ada empat faktor yang mempengaruhi kualitas suatu pelayanan, yaitu:

- a. Kepemimpinan Karyawan

Membangun Kepemimpinan pada dirinya agar memiliki motivasi kerja yang tinggi sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Atasan atau pimpinan diharapkan memiliki kepemimpinan pelayanan, yaitu memiliki visi untuk melayani, standar kerja yang tinggi, gaya kepemimpinan lapangan, dan mempunyai integritas.

- b. Semangat Kerja Tim

Tanpa Semangat Kerja Tim, akan sulit untuk menciptakan sikap yang berorientasi kepada pelanggan. Semangat kerja tim dapat melibatkan partisipasi karyawan melalui pembagian informasi dan pengambilan keputusan sehingga dapat memperkuat komitmen untuk menampilkan yang terbaik.

c. Teknologi

Pemanfaatan Teknologi dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Teknologi lunak seperti sistem dan metode kerja yang inovatif sebagai efisiensi arus kerja untuk menunjang keberhasilan pelayanan kepada pelanggan.

d. Kepuasan kerja karyawan. Pelayanan dapat optimal jika para karyawan merasakan kepuasan kerja. Saat karyawan merasakan kepuasan kerja, aktualisasi potensi kerja karyawan dapat terwujud, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Menurut Lovelock (2010) terdapat berbagai faktor penentu kualitas pelayanan antara lain *information, consultation, order taking, hospitality, caretaking, exceptions, billing, dan payment*.

- a. *Information*: bagaimana informasi produk dan informasi lain misalnya: jasa memenuhi atau sesuai dengan keinginan konsumen. Apabila konsumen menerima informasi dari pihak perusahaan atau karyawan dengan jelas maka akan semakin meningkatkan kualitas pelayanan di mata konsumen tersebut.
- b. *Consultation*: konsultasi melalui nasehat, kolaborasi, konseling. Apabila perusahaan memberikan konseling dan adanya kolaborasi yang baik maka ini berarti kualitas pelayanan yang semakin baik.
- c. *Order taking*: cara pemesanan misal menjadi member, melalui telepon dan fasilitas yang tersedia. Jika tersedia adanya member, kemudian adanya fasilitas yang memadai dari sebuah perusahaan maka menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai tambah di mata konsumennya.

- d. *Hospitality*: keramahan dan kesopanan karyawan misal dalam memberi salam. Apabila karyawan ramah dan sopan berarti sebuah perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik dimata konsumennya.
- e. *Caretaking*: peduli pada kebutuhan konsumen seperti perhatian, memberikan empati. Apabila karyawan memiliki perhatian dan memberikan empati kepada pihak perusahaan berarti memiliki kualitas pelayanan yang baik.
- f. *Exceptions*: cara memecahkan masalah atau memberikan solusi kepada konsumen. Jika perusahaan memberikan solusi atau pemecahan masalah kepada konsumennya, berarti memenuhi harapan konsumen.
- g. *Billing*: cara penagihan, sistem aktivitas akuntansi perusahaan. Apabila perusahaan memiliki cara penagihan dan aktivitas akuntansi perusahaan yang baik berarti menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik.
- h. *Payment*: cara pembayaran seperti membayar sendiri, autodebet, dll. Semakin lengkap cara pembayaran dan semakin praktis berarti menjadi nilai tambah di mata konsumen.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat tercapai apabila delapan hal ini tercapai antara lain fokus pada pelanggan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan, komitmen jangka panjang, kepemimpinan dan dukungan manajemen puncak, pemberdayaan seluruh personil dan kerja tim, dan gaya komunikasi efektif pimpinan terhadap karyawan. Faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional karena nilai sosial yang membuat

pelanggan menjadi puas dengan merk tertentu., dan harga yang murah dengan kualitas yang sama.

### 3. Ciri-ciri Kualitas Pelayanan

Dalam praktiknya, kualitas pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri kualitas pelayanan yang baik. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan, menurut Kasmir (2005):

- a. Tersedianya karyawan yang baik. Kenyamanan pelanggan sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, oleh sebab itu karyawan harus ramah, sopan, dan menarik.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Pada dasarnya pelanggan ingin dilayani secara prima maka untuk melayani pelanggan, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan.
- c. 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.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Mampu melayani secara tepat dan tepat artinya dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur.
- e. Mampu berkomunikasi. Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap pelanggan yang hadir.



- f. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan. Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan.
- g. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Kepercayaan pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga pelanggan mau berlangganan atau hadir kembali dilain waktu.

Menurut Moenir (2010) terdapat 17 ciri-ciri kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas antara lain :

a. Ramah dan komunikatif

Dalam memberikan pelayanan yang baik, maka diwajibkan untuk memiliki sifat ramah dan juga komunikatif guna memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan membuat mereka betah dengan apa yang sudah diberikan.

b. Menyediakan sarana dan prasarana yang baik

Hal ini tentu saja menjadi salah satu tolak ukur dalam pelayanan yang baik dimana, pelanggan diberikan sarana maupun prasarana pada saat proses pelayanan yang diantaranya seperti tersedianya tempat duduk, tempat beribadah, pendingin udara, televisi, toilet dan lain sebagainya agar mereka merasa nyaman.

c. Responsif

Responsif atau dikenal juga dengan sebutan cepat tanggap terhadap keperluan atau kebutuhan pelanggan juga wajib diperhatikan, sehingga pelanggan tidak akan merasa sulit dalam memberikan penjelasan terhadap apa yang mereka butuhkan.

d. Keamanan

Memberikan keamanan dalam proses pengurusan sesuatu seperti menyediakan pos satpam atau menyediakan kamera cctv dan satpam didepan pintu ruangan sehingga pelanggan atau masyarakat akan merasa aman dan nyaman.

e. Penjelasan yang memadai

Dalam hal ini yang dimaksudkan adalah mampu memberikan pelayanan berupa petunjuk, tata cara ataupun syarat-syarat guna mempermudah pelanggan dalam melengkapi berkas-berkas administrasi yang diperlukan.

f. Kepercayaan

Memberikan kepercayaan kepada pelanggan atau masyarakat merupakan suatu hal yang perlu juga untuk diperhatikan, karena tujuan utama pelayanan adalah memberikan apa yang mereka inginkan sesuai dengan prosedur standar operasional.

g. Sederhana

Prosedur yang sederhana dengan tata cara yang tidak berbelit-belit atau bertele-tele juga menjadi tolak ukur pelayanan yang baik, karena pelayanan yang baik harus memberikan prosedur yang tidak rumit kepada pelanggan guna tercapainya tujuan mereka.

h. Transparan

Agar cepat tercapainya proses pelayanan, maka perlu adanya kejelasan dan kepastian mengenai prosedur, persyaratan dan pejabat yang bertanggung jawab terhadap pelayanan publik tersebut.

i. Tepat waktu

Tepat waktu merupakan suatu hal terpenting yang harus diperhatikan, hal tersebut karena saat ini masih banyak jasa pelayanan publik yang karyawan atau pegawainya tidak tepat waktu dalam menjalankan tugasnya, sehingga membuat pelanggan tidak ingin berlama-lama berurusan dengan jasa pelayanan publik.

j. Akses yang mudah

Dengan memberikan akses yang mudah kepada pelanggan, maka hal tersebut dapat menjadi nilai lebih dalam proses pelayanan publik, misalkan memberikan kontak yang dapat dihubungi sewaktu-waktu sehingga apabila ada masalah dalam pembuatan dokumen maka dapat segera menghubungi kontak personal tersebut.

k. Menyediakan kotak saran

Biasanya jasa pelayanan publik menyediakan kotak saran atau kotak pengaduan, akan tetapi tidak pernah dibaca atau direspon oleh kantor. Oleh karena itu, hal ini sangat perlu sekali diperhatikan agar masyarakat atau pelanggan mendapatkan tujuan utamanya seperti apa yang mereka harapkan kepada jasa pelayanan publik.

l. Memberikan sanksi kepada karyawan atau pegawai

Memberikan sanksi kepada karyawan atau pegawai dalam artian mereka melakukan kesalahan atau tidak sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan atau kantor. Dan hal ini harus diperhatikan karena kebanyakan jasa pelayanan publik membiarkan karyawan bersantai-santai

atau bahkan dalam memberikan pelayanan justru berbincang-bincang dengan teman kerjanya.

m. Tidak pilih kasih

Dalam pelayanan publik tidak membeda-bedakan antara satu dengan yang lainnya, sehingga ada asas keadilan untuk setiap masyarakat dalam proses pelayanan publik dan itu berlaku pada semua lapisan masyarakat tanpa terkecuali.

n. Tidak menerima gratifikasi

Gratifikasi adalah pemberian uang tambahan atau fee dan hal ini sangat banyak terjadi, sehingga masyarakat yang memiliki uang yang berlebih rela untuk membayar agar diutamakan prosesnya dari pada masyarakat yang tidak membayar.

o. Tidak mengutamakan hubungan keluarga

Perlu diperhatikan bahwa mendahulukan hubungan keluarga dan mengabaikan masyarakat atau pelanggan yang sudah lama mengantri merupakan hal yang tidak diperbolehkan dan pastinya hal tersebut melanggar standar operasional prosedur kantor maupun perusahaan.

p. Kesadaran pegawai sebagai aktor pelayanan publik

Menyadari bahwa ia adalah seorang aktor pelayanan publik pada sebuah kantor ataupun perusahaan yang digaji untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan pelanggan atau masyarakat.

q. Memanfaatkan waktu semaksimal mungkin

Memanfaatkan waktu kerja dengan sebaik-baiknya merupakan kesadaran masing-masing individu, bukan justru menghabiskan waktu kerja untuk kepentingan pribadi.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kualitas pelayanan yang baik adalah tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab terhadap setiap pelanggan dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, berusaha memahami kebutuhan pelanggan, dan mampu memberikan kepercayaan terhadap pelanggan. Ciri-ciri kualitas pelayanan yang baik juga dapat dilihat dari sikap ramah dan komunikatif, menyediakan sarana dan prasarana yang baik, responsif, keamanan, penjelasan yang memadai, kepercayaan, sederhana, transparan, tepat waktu, akses yang mudah, menyediakan kontak saran, memberikan sanksi kepada karyawan, tidak pilih kasih, tidak menerima gratifikasi, tidak mengutamakan hubungan keluarga, kesadaran pegawai sebagai aktor pelayanan publik, dan memanfaatkan waktu semaksimal mungkin.

#### 4. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan

Aspek kualitas pelayanan adalah konsep yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis di seluruh dunia yang berkecimpung dalam hal pelayanan pelanggan. Menurut Parasuraman, dkk (dalam Irawan 2002), aspek-aspek kualitas pelayanan terbagi menjadi lima aspek antara lain sebagai berikut:

- a. Bukti Fisik (*Tangible*). Dimensi pertama dari kualitas pelayanan adalah *tangible*. Karena suatu jasa tidak bisa dilihat, dicium, dan juga tidak bisa



diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan, karena yang baik, maka harapan pelanggan menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi.

- b. Keandalan (*Reliability*). Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan juga ditentukan oleh dimensi *reliability*, yaitu dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya, dibandingkan dengan dimensi yang lain, dimensi ini sering dianggap paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa. Ada 2 (dua) aspek dalam dimensi ini. Pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada error (kesalahan).
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*). *Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan

naik dari waktu ke waktu. *Responsiveness* adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Pelayanan yang cepat atau tanggap juga sangat dipengaruhi oleh sikap front-line staff. Salah satunya adalah kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam hal ini juga sering ditentukan melalui pelayanan melalui telepon.

- d. Jaminan (*Assurance*). Dimensi *assurance* yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku front-line staff dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Ada 4 (empat) aspek dalam dimensi ini. Aspek pertama adalah keramahan, merupakan salah satu aspek kualitas pelayanan yang paling mudah diukur dan juga relatif mudah. Aspek kedua yaitu kompetensi, pelanggan sulit percaya bahwa kualitas pelayanan akan dapat tercipta dari front-line staff yang tidak kompeten. Oleh karena itu sangatlah penting untuk memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai pengetahuan produk dan hal-hal lain yang sering menjadi pertanyaan pelanggan. Aspek ketiga yaitu kredibilitas, keyakinan pelanggan terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan banyak dipengaruhi oleh kredibilitas atau reputasi dari perusahaan tersebut. Aspek keempat yaitu keamanan, pelanggan mempunyai rasa aman dalam melakukan transaksi. Aman karena perusahaan jujur dalam bertransaksi.
- e. Empati (*Empathy*). Dimensi *empathy* adalah dimensi yang memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan

kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimensi *empathy* adalah dimensi yang memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat “*surprise*”. Sesuatu yang tidak diharapkan pelanggan, ternyata diberikan oleh penyedia jasa. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk menyenangkan pelanggan. Hal ini misalnya, dapat dilakukan dengan memberikan hadiah saat anak atau orang tua pelanggan ulang tahun. Pelayanan yang berempati, akan mudah diciptakan kalau setiap karyawan perusahaan mengerti kebutuhan spesifik pelanggannya dan menyimpan hal ini dalam hatinya.

Aspek-aspek kualitas pelayanan menurut Parasuraman dkk (dalam Tjiptono, 2014) antara lain:

- a. Keandalan (*Reability*). Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
- b. Kesadaran (*Awareness*). Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.
- c. Perhatian (*Attention*). Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.
- d. Ketepatan (*Acuracy*). Ketepatan dalam memberi pelayanan kepada konsumen dengan baik.

Menurut Kotler (2012) ada lima aspek kualitas pelayanan yang harus dipenuhi antara lain sebagai berikut:

- a. Bukti Fisik, penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.
- b. Empati, kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- c. Keandalan, kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- d. Cepat tanggap, daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
- e. Jaminan, kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Dimensi kualitas pelayanan antara lain kualitas fisik seperti memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan, keandalan yaitu memberi pelayanan sesuai dengan janji, daya tanggap yaitu memberikan pelayanan dengan cepat dan informasi yang tepat, jaminan berupa keramahan, kompetensi, kredibilitas, dan keamanan, serta empati yaitu perhatian yang tulus kepada pelanggan. Pendapat lain tentang dimensi kualitas pelayanan antara lain keandalan ataupun kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan, kesadaran membantu konsumen yang membutuhkan, perhatian berupa informasi dan tindakan, dan ketepatan dalam memberi pelayanan kepada konsumen dengan baik.

#### D. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Aspek-aspek kepuasan pelanggan adalah *expectation* (harapan), *performance* (kinerja), *comparison* (kesesuaian), *confirmation/disconfirmation* (penegasan), *discrepancy* (ketidak-sesuaian).

Pelanggan adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan (Greenberg, 2010). Secara internal faktor yang mempengaruhi pelanggan atau customer melakukan suatu pembelian adalah sumber daya konsumen, motivasi, pengetahuan, sikap dan kepribadian sedangkan faktor eksternalnya adalah nilai-nilai budaya etnis, kelompok sosial, dan pengaruh situasi. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk melakukan suatu transaksi atau pembelian tersebut maka penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

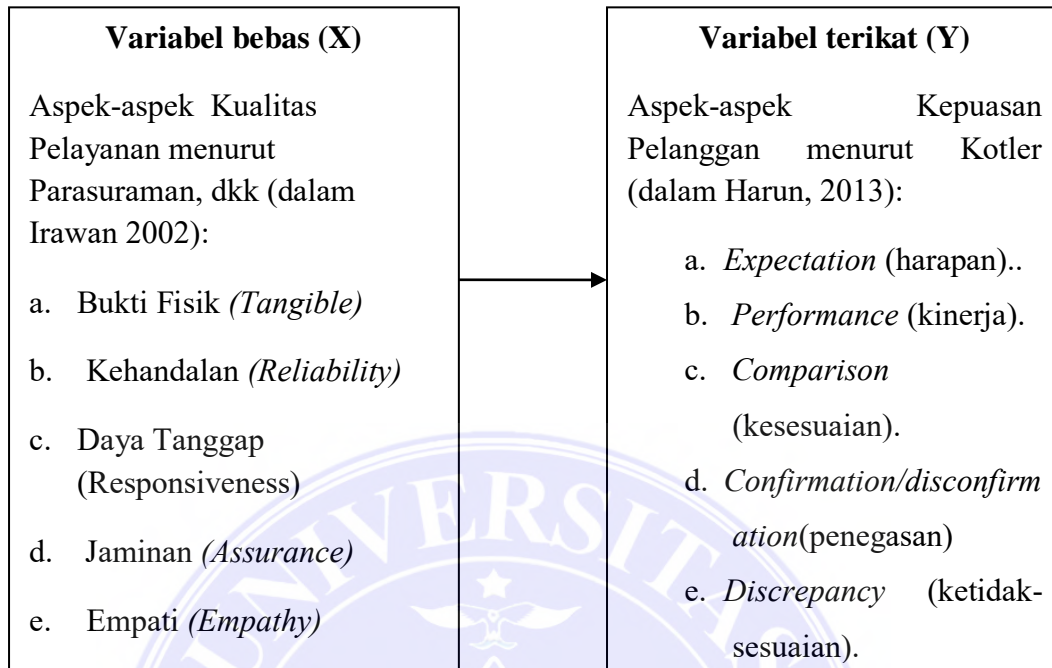
Kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman, dkk (dalam Irawan 2002) bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sulistyawati dan Seminari (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap



Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud dan juga dapat diketahui bahwa variabel perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Alfaridzi, MF dan Budiani, MS (2021) dengan judul penelitian Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan X. Populasi yang digunakan adalah konsumen dari rumah makan x cabang jombang, sedangkan teknik sampling menggunakan sampling total, sehingga didapatkan jumlah sebanyak 202 sampel yang akan dibagi sebanyak 45 untuk mengikuti *try out* dan 157 sisanya akan dijadikan sebagai subjek penelitian. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,927 ( $r_{hitung} > 0,157$ ) dengan nilai sig. 0,000 (Sig<0,05). Berdasarkan hasil tersebut bahwa hipotesis terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada rumah makan “x” dapat diterima secara valid. Hubungan antara kedua variabel tersebut terbukti searah dengan hasil yang diperoleh bahwa semakin tingginya kualitas pelayanan yang diberikan pihak rumah makan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen rumah makan tersebut.

### E. Kerangka Konseptual



### F. Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan di restoran Song Fa Lippo Plaza Medan, dengan asumsi bahwa semakin baik kualitas pelayanan karyawan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, tempat dan waktu penelitian, identifikasi dan defenisi operasional variabel penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, prosedur penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### A. Tipe Penelitian

Desain penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kuantitatif non-eksperimen dengan pendekatan survey . Maksud korelasi dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

#### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Sugiyono (2007) merumuskan variabel penelitian sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dua variabel:

1. Variabel terikat atau dependent variable (Y) : Kepuasan Pelanggan
2. Variabel bebas atau independent variable (X): Kualitas Pelayanan

### **C. Defenisi Operasional Penelitian**

Untuk memperjelas masing-masing variabel yang diinginkan dalam suatu penelitian, maka perlu dikemukakan batasan atau defenisi secara operasional untuk tiap variabel yang digunakan. Defenisi operasional yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut.

#### **1. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah menerima hasil pelayanan yang diberikan oleh karyawan dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap suatu tempat yang dituju.

#### **2. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan sesuai keinginan pelanggan dan ketepatan cara penyampaian sehingga harapan dan kepuasan pelanggan terpenuhi.

### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **1. Populasi Penelitian**

Populasi penelitian adalah individu yang menjadi sumber data dalam penelitian. Sugiyono (2017) mengemukakan populasi sebagai sekelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah keseluruhan subjek yang mempunyai karakteristik yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah 200 orang pelanggan tetap yang didata dalam waktu lima bulan yang makan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan.

#### **2. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Convenience Sampling*. Metode *Convenience Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kumpulan-kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut.

Peneliti menggunakan sampel berdasarkan kebetulan ditemui di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan. Selain itu peneliti juga memanfaatkan ingatan karyawan restoran untuk mengingat pelanggan yang sudah sering melakukan transaksi di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan. Dalam penelitian ini sampel yang diambil 66 pelanggan yang makan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan. Alasan menggunakan teknik ini adalah sulitnya mengumpulkan setiap pelangga yang pernah makan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan di waktu yang bersamaan dan penyebaran skala hanya dapat dilakukan ketika ada pelanggan yang bersedia mengisi skala.

### **3. Sampel Penelitian**

Sampel dalam suatu peneltian adalah sebagian dari populasi (Azwar, 2009). Sampel dalam penelitian ini adalah 66 orang pelanggan yang pernah makan di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Bagian penelitian yang terpenting adalah pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2017) teknik pengumpulan data adalah langkah utama penelitian, karena tujuan utama penelitian untuk memperoleh data. Alat ukur yang akan



digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala yaitu skala Likert. Menurut Sugiyono (2009) model skala Likert disusun dari dua kategori item, yaitu item yang mendukung (*favourable*) dan item yang tidak mendukung (*unfavourable*) serta menyediakan empat alternatif jawaban yang terdiri dari selalu, sering, kadang dan tidak pernah. Pemberian skor dalam skala ini, dimulai dengan empat hingga satu untuk item yang mendukung (*favourable*), dan pemberian skor satu hingga empat untuk item yang tidak mendukung (*unfavourable*).

**Tabel 3.1**  
**Interpretasi pemberian skor favorable**

No	Pilihan	Skor
1	Sangat Sesuai(SS)	4
2	Sesuai (S)	3
3	Tidak Sesuai (TS)	2
4	Sangat Tidak Sesuai (STS)	1

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi pemberian skor unfavorable**

No	Pilihan	Skor
1	Sangat Sesuai (SS)	1
2	Sesuai (S)	2
3	Tidak Sesuai (TS)	3
4	Sangat Tidak Sesuai (STS)	4

## F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

### 1. Validitas

Menurut Arikunto (2013), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Dalam

menjalankan fungsi pengukurannya, validitas didefinisikan sebagai ketetapan dan kecermatan alat ukur. Suatu alat ukur atau pengumpulan data dikatakan valid apabila alat ukur tersebut dapat memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran, Azwar (dalam Hadi, 2004).

Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur dalam penelitian ini adalah teknik *Kolmogorov-Smirnov Test*, yakni dengan mendeklamasikan antar skor item dengan skor total harus signifikan berdasarkan ukuran statistik, maka derajat korelasi dapat dicari dengan menggunakan koefisiensi.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran tersebut dapat diandalkan, artinya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama pengertian relatif menunjukkan adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantaranya hasil pengukuran. Azwar (2013) mengemukakan bahwa secara teoritik besarnya koefisien reliabilitas yang angkanya berkisar antara 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya semakin rendah mendekati angka 0, berarti semakin rendah reliabilitasnya. Pengukuran yang mempunyai reliabilitas tinggi mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya. Azwar (2006) menyatakan bahwa pengukuran yang menggunakan instrument penelitian dikatakan mempunyai nilai realibilitas

yang tinggi, apabila alat ukur yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukurapa yang hendak diukur.

Reliabilitas *Alpha Cronbach* dapat dipergunakan baik untuk instrumen yang jawabannya berskala maupun jika dikehendaki yang bersifat dikhotomis.(Burhan, 2005). Oleh karena itu, untuk menguji reliabilitas instrumen pertanyaan yang jawabannya berskala, maka digunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan spss 20.0. Perhitungan reliabilitas skala kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's*.

Oleh karena itu, untuk menguji reliabilitas instrumen pertanyaan yang jawabannya berskala, maka digunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan spss 20.0.

#### **G. Metode Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah kegiatan setelah mengumpulkan data dari semua sumber data. Penelitian ini menggunakan analisis data statistik, dan akan menggunakan analisis data statistik sesuai dengan hipotesis yang diajukan, tujuan penelitian dan variabel penelitian, serta sesuai dengan struktur penelitian. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah product moment karena akan menguji hubungan antara dua variabel. Variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan dan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan.

Sebelum menggunakan teknik pearson product moment untuk menganalisis data, terlebih dahulu dilakukan uji hipotesis terhadap data penelitian yaitu:

1. Uji normalitas sebaran untuk menentukan apakah data penelitian terdistribusi atau terdistribusi sesuai prinsip kurva normal.
2. Uji linieritas digunakan untuk memeriksa apakah data variabel bebas berkaitan dengan variabel terikat.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada pelanggan di restoran Song Fa Lippo Plaza Medan. Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi  $r_{xy} = 0.609$  dengan signifikan  $p = 0.000 < 0,05$ , yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan dan sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka akan semakin rendah kepuasan pelanggan. Dengan demikian, maka hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Kepuasan pelanggan tergolong tinggi dimana mean hipotetik (65) lebih rendah dari mean empirik (89,12) dan kualitas pelayanan tergolong tinggi dimana mean hipotetik (67,5) lebih rendah dari mean empirik (87,38).

Koefisien determinan ( $r^2$ ) dari hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y adalah sebesar  $r^2 = 0,428$ . Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi atau memberikan sumbangsi terhadap kepuasan pelanggan sebanyak 42.8%. Jika dilihat dari tabel interpretasi terhadap koefisien korelasi, berdasarkan nilai  $r^2 = 42.8$ . Angka ini ada pada interval koefisien 0.41 – 0.60 pada tabel interpretasi sehingga dapat dinyatakan tingkat hubungan tergolong sedang.

#### B. Saran

##### 1. Saran bagi subjek penelitian

Pelanggan dapat menuliskan kritik dan saran di kotak yang telah disediakan perihal pengalaman yang dirasakan ketika makan di restoran.



Adapun kritik dan saran tersebut dapat menjadi masukan bagi pihak restoran dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

2. Saran bagi karyawan restoran

Bagi karyawan dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan terutama dari sikap dalam melayani pelanggan, karyawan memberikan senyuman. Karyawan dapat meningkatkan waktu pelayanan sehingga pelanggan tidak menunggu terlalu lama.

3. Saran bagi peneliti selanjutnya

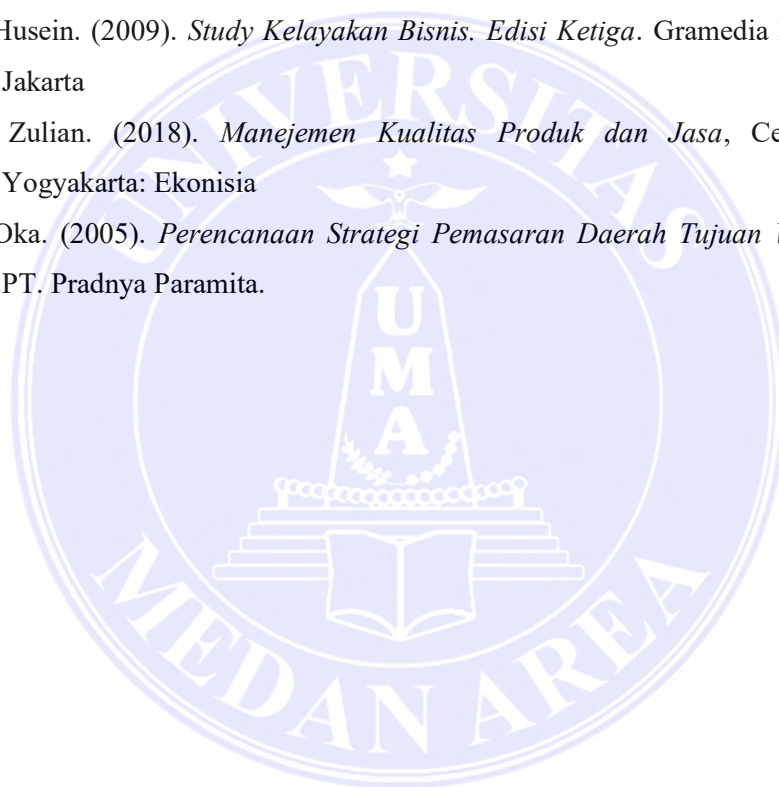
Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian ini dapat meneliti 52,7% lagi faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Adapun kelemahan dalam penelitian ini adalah terbatasnya waktu yang dapat digunakan dalam melakukan observasi dan wawancara dengan subjek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2010). *Komunikasi Organisasi dalam perspektif teori dan praktek*, Malang: UPT Penerbitan Muhammadiyah Malang
- Alfaridzi, M. F, dan Budiani, M.S. (2021). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan X*. Kabupaten Jombang. Volume 8 Nomor 8 Tahun 2021. Character: Jurnal Penelitian Psikologi
- Ahmad, Tohardi. (2002). *Pemahaman Praktis Manajemen Sumber Daya Manusia*, Universitas Tanjung Pura, Mandar Maju, Bandung.
- Alfaridzi, MF., dan Budiani, MS. (2021). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan X*. Vol 8 No 8. Jurnal Penelitian Psikologi
- Amir, M. (2005). *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ariani, D. (2003). *Manajemen Kualitas: Pendekatan sisi kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arman, Y. Chaniago. (2002). *Kamus lengkap Bahasa Indonesia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Azwar, S. (2006). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Burhan, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Daryanto, dan Setyobudi. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Engel. (2010). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam, jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Greenberg, P. (2010). *Customer Relationship Management as the Speed of Light*: Fourth Edition McGraw-Hil
- Hadi, S. (2004). *Statistika II*. Yokyakarta : Andi offset.
- Handi, Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Harun, H. (2012). *Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada mahasiswa pengguna game pointblank*. EMPHATY Jurnal Fakultas Psikologi.

- Husein, U. (2009). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Febriani, Rezki. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)*. Makassar: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Kotler, Plilip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- \_\_\_\_\_ (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Indeks Jakarta
- \_\_\_\_\_ (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Gramedia
- \_\_\_\_\_ (2012). *Priciples of Marketing Global* 14th edition. New Jersey: Prentice
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia* : Jilid 2. Alih bahasa : Dian Wulandari, Devri Barnadi Putera. Jakarta : Erlangga. (Edisi ketujuh).
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta
- Moenir, HAS. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nangoi. (2004). *Pemberdayaan di Era Ekonomi Pengetahuan*. Jakarta: PT. Gramedia
- Nasution, M. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Ningrum. N.S,dan Budiani, M.S. (2022). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen*. Surabaya.
- Rahmayanty, Nina. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rosnaini, Daga. (2017). *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute
- Rusady, Ruslan. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Scoot M Cultip (2005). *Komunikasi Organisasi* . Bandung: Remaja Rosda Karya
- Sugiyono. (2007). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_.(2017) *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sulistiyawati dan Seminari. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2318-2332
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Strategi Pemasaran, Edisi ke -2*. Yogyakarta: Andi Offset
- \_\_\_\_\_. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan,dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_ (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Thoha Miftah, (2011), *Perilaku Organisasi (Konsep dasar dan aplikasinya)*, Jakarta: Rajawali Pers
- Umar, Husein. (2009). *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Yamit, Zulian. (2018). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Cetakan keenam. Yogyakarta: Ekonisia
- Yoeti, Oka. (2005). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.







**LAMPIRAN I**  
**Skala Penelitian**



## Skala Kualitas Pelayanan

Nama (Inisial) :
Kunjungan ke : ... kali

## PETUNJUK PENGISIAN SKALA

- Bacalah pernyataan di bawah ini dengan baik dan teliti.
- Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara/i yang sesungguhnya.
- Berilah tanda (X) pada salah satu lternative jawaban:  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju
- Apabila saudara/i keliru dan sudah terlanjur memberi tanda silang (X), maka lingkari jawaban yang keliru tersebut, dan kemudian beri tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai.
- Saudara/i hanya diperbolehkan memilih satu lternative jawaban pada setiap pernyataan.
- Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban yang saudara/i berikan adalah benar. Jadi saudara/i tidak perlu takut dalam memberi jawaban. Selamat mengerjakan.

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Cara karyawan menyajikan makanan kurang ramah.				
2	Fasilitas yang digunakan di restoran sangat baik				
3	Lamanya karyawan menyediakan makanan sangat mengganggu kenyamanan pelanggan.				
4	Citarasa makanan yang disajikan sangat memuaskan pelanggan.				
5	Karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan urutan pemesanan.				
6	Karyawan menyajikan makanan kepada pelanggan yang terlebih dahulu memesan.				

7	Karyawan melayani pelanggan tidak sesuai dengan nomor antrian.				
8	Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan standar prosedur restoran pada umumnya.				
9	Karyawan meminta transaksi pembayaran terlebih dahulu sebelum menyajikan makanan kepada pelanggan.				
10	Karyawan bersikap tanggap dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.				
11	Karyawan tidak bersedia menerima keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.				
12	Karyawan tidak bersedia menerima keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.				
13	Karyawan memberikan respon yang baik terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.				
14	Karyawan tidak membantu pelanggan mencari meja kosong sebagai tempat untuk makan.				
15	Pelanggan merasa aman ketika bertransaksi di kasir restoran.				
16	Karyawan membaca ulang menu yang dipesan pelanggan dan nominal harganya sebelum dilakukan transaksi pembayaran.				
17	Pelanggan merasa kurang nyaman ketika bertransaksi di kasir restoran.				
18	Karyawan membantu pelanggan yang ingin melakukan transaksi pembayaran sesuai dengan ketersediaan dana pelanggan.				
19	Karyawan tidak membacakan kembali menu yang dipesan pelanggan dan nominal harga sebelum transaksi pembayaran.				
20	Karyawan sigap membersihkan meja yang hendak ditempati pelanggan.				

21	Karyawan membantu pelanggan yang mengalami kesulitan dengan barang-barang bawaannya.				
22	Karyawan tidak bersedia membantu pelanggan yang mengalami kesulitan dalam bertransaksi.				
23	Karyawan mengabaikan pelanggan apabila sudah menerima pelayanan tetapi masih merasa kesulitan.				
24	Karyawan bersikap tidak ramah kepada pelanggan yang tidak jadi berbelanja.				
25	Makanan yang disajikan karyawan selalu higienis.				
26	Pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan tidak sesuai prosedur restoran pada umumnya.				
27	Karyawan membantu pelanggan mencari meja kosong sebagai tempat untuk makan.				
28	Pelanggan merasa kurang aman dalam bertransaksi di kasir restoran.				
29	Makanan yang disajikan kepada pelanggan kurang higienis.				
30	Karyawan tetap memperlakukan pelanggan dengan ramah meskipun pelanggan tidak jadi memesan makanan.				

## Skala Kepuasan Pelanggan

Nama (Inisial) :
Kunjungan ke : ... kali

## PETUNJUK PENGISIAN SKALA

- Bacalah pernyataan di bawah ini dengan baik dan teliti.
- Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara/i yang sesungguhnya.
- Berilah tanda (X) pada salah satu alternatif jawaban:  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju
- Apabila saudara/i keliru dan sudah terlanjur memberi tanda silang (X), maka lingkari jawaban yang keliru tersebut, dan kemudian beri tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai.
- Saudara/i hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban pada setiap pernyataan.
- Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban yang saudara/i berikan adalah benar. Jadi saudara/i tidak perlu takut dalam memberi jawaban. Selamat mengerjakan.

No	Pernyataan	Pilihan Jawabana			
		SS	S	TS	STS
1	Pelayanan yang saya terima selalu sesuai dengan harapan.				
2	Saya senang makan di restoran ini karena sesuai dengan keinginan saya.				
3	Makanan yang saya pesan di restoran ini sesuai dengan citarasa yang saya harapkan.				
4	Durasi waktu untuk menunggu penyiapan makanan yang dipesan pelanggan sangat sesuai.				
5	Proses pemesanan makanan di restoran sangat mudah.				
6	Pelayan restoran sangat memperhatikan				



	kenyamanan pelanggan.				
7	Pelayanan yang diberikan oleh restoran lebih baik dari yang saya pikirkan.				
8	Kualitas makanan yang saya terima tidak sesuai dengan harapan.				
9	Saya tidak akan makan di restoran ini lagi.				
10	Pelayanan yang saya terima sangat tidak memuaskan.				
11	Pelayan tidak selalu meresponi panggilan pelanggan dengan alasan sibuk.				
12	Saya merasa kesulitan dalam melakukan transaksi pembayaran makanan.				
13	Pihak restoran tidak memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pelanggan.				
14	Kebersihan makanan sangat sesuai dengan harapan saya.				
15	Kematangan makanan yang saya pesan sesuai dengan maksud hati saya.				
16	Saya merasa pelayan restoran memperlakukan pelanggan dari kalangan-kalangan tertentu lebih spesial dibandingkan dengan pelanggan lainnya.				
17	Saya puas karena harga dan kualitas makanan sesuai.				
18	Saya senang dengan kenyamanan lingkungan restoran.				
19	Saya selalu berniat untuk kembali makan di restoran ini.				
20	Saya selalu menuliskan best comment untuk pelayanan pihak restoran.				
21	Sulit menyampaikan keinginan tingkat kematangan makanan kepada pelayan karena tidak pernah sesuai				

	harapan saya.				
22	Saya kurang puas dengan perlakuan pelayan restoran.				
23	Saya menuliskan kritik terhadap pelayanan yang saya terima.				
24	Sikap pelayan jauh dari harapan pelanggan.				
25	Pelanggan harus menunggu lama agar mendapat pelayanan dari restoran.				
26	Pelayan kurang memperhatikan kebersihan lingkungan restoran.				
27	Pelayan melayani pelanggan dengan ramah.				
28	Pelayan memberikan pelayanan yang adil tanpa pilih kasih kepada pelanggan.				
29	Pelayanan yang tidak sama kepada semua pelanggan.				
30	Pelayan tidak selalu ramah kepada pelanggan.				



## LAMPIRAN II

### Data Skala Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan

DATA MENTAH SKALA KEPUASAN PELANGGAN																																
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
1	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	90	
2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	1	1	2	4	4	4	3	4	3	3	3	1	1	4	2	3	4	1	4	2	3	85	
3	3	4	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	92	
4	4	3	3	3	1	3	3	2	2	4	4	2	1	3	3	2	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	1	4	4	3	86	
5	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	3	1	2	2	1	3	1	3	65	
6	2	2	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	3	3	2	1	4	3	2	2	2	2	4	2	3	3	1	2	2	2	74	
7	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	89	
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	110
9	1	3	3	4	4	4	3	3	3	1	1	3	4	2	3	3	3	4	3	3	1	1	3	1	3	3	4	4	1	3	82	
10	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	88	
11	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	2	3	87	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	94	
13	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	92	
14	3	4	4	4	1	4	3	4	4	3	3	3	1	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	100
15	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	97	
16	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	84	
17	2	3	3	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	67	
18	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	1	4	4	3	97	
19	1	3	3	2	1	2	3	3	3	1	1	2	1	2	3	1	3	4	3	3	1	1	3	1	3	2	1	3	1	3	64	
20	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	82	
21	2	3	3	1	3	1	2	3	3	2	2	2	3	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	68	
22	2	4	4	4	2	4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	2	2	3	1	3	2	4	89	
23	1	4	4	3	2	3	2	2	2	1	1	4	2	4	3	1	2	3	2	2	1	1	2	1	3	3	3	3	1	4	70	

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

24	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	107	
25	1	4	4	3	2	3	1	3	3	1	1	1	2	3	2	2	3	3	1	1	1	1	3	1	2	3	3	3	1	4	66	
26	2	4	4	3	4	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	4	87	
27	2	3	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	82	
28	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	88	
29	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	79	
30	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	90	
31	2	3	3	3	4	3	3	4	3	1	1	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	1	1	4	2	3	4	2	4	2	3	86
32	3	4	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	92
33	4	3	3	3	1	3	3	2	2	4	4	2	1	3	3	2	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	88	
34	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	3	1	3	67	
35	2	2	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	3	3	2	1	4	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3	2	2	2	76	
36	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	91
37	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	110
38	1	3	3	4	4	4	3	3	3	1	1	3	4	2	3	3	3	4	3	3	1	1	3	1	3	3	4	4	1	3	82	
39	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	104	
40	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	92	
41	2	3	3	2	1	2	4	3	3	2	2	2	1	3	3	2	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	76	
42	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	75
43	2	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	2	4	3	4	3	2	4	90		
44	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	105	
45	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	103	
46	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	104	
47	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	93	
48	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	97	
49	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	100	
50	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	88	



51	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	2	3	87
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	94
53	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	105
54	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	103
55	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	104
56	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
57	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	104
58	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	103
59	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	1	4	4	4	4	102
60	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	93
61	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	97
62	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	99
63	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	74
64	2	2	3	4	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	90
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	88
66	3	3	1	2	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	4	1	4	3	3	3	84

DATA MENTAH SKALA KUALITAS PELAYANAN																																
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	85	
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	2	82	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	87	
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	1	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	88	
5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	1	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	96		
6	3	2	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	2	3	1	1	4	2	4	4	2	4	3	3	3	3	4	86	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	93	
8	4	2	2	2	1	2	3	4	4	3	3	3	2	2	4	2	3	4	1	4	2	3	3	2	1	3	3	3	4	3	82	
9	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	10	
10	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	1	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	99	
11	4	3	3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	90	
12	3	2	2	2	1	3	3	2	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	1	3	2	3	3	2	1	2	4	3	2	3	75	
13	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	75	
14	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	2	4	3	2	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	4	88	
15	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	10	
16	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	10	
17	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	10	
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	92	
19	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	98

20	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	98	
21	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	73
22	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	2	90	
23	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	87	
24	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	4	1	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	85	
25	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	82	
26	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	10	
27	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	10	
28	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	2	3	3	4	90	
29	3	2	2	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	1	4	3	3	2	3	81	
30	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	4	2	3	3	4	3	91	
31	3	1	1	2	4	4	4	3	4	3	3	3	1	1	4	2	3	4	1	4	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	85	
32	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	4	3	2	3	4	90	
33	2	4	4	2	1	3	3	2	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	1	4	4	3	3	2	1	3	3	3	2	3	84	
34	3	1	1	1	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	3	1	2	2	1	3	1	3	3	1	3	3	2	2	2	3	63	
35	4	2	2	2	3	3	2	1	4	3	2	2	2	2	4	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	70
36	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	87	
37	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	11	
38	3	1	1	3	4	2	3	3	3	4	3	3	1	1	3	1	3	3	4	4	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	83	
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	89	
40	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	87	
41	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	96	
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	93	
43	4	3	3	3	1	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	1	4	3	3	4	4	99	
44	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	96	

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

45	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	84	
46	3	2	2	2	1	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	3	2	3	67	
47	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	1	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	94	
48	3	1	1	2	1	2	3	1	3	4	3	3	1	1	3	1	3	2	1	3	1	3	3	2	1	2	3	3	1	3	64	
49	3	3	3	2	1	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	3	2	1	3	3	3	1	3	79
50	3	2	2	2	3	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	3	69	
51	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	2	2	3	1	3	2	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	89
52	2	1	1	4	2	4	3	1	2	3	2	2	1	1	2	1	3	3	3	3	1	4	4	4	2	3	2	3	1	4	72	
53	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	2	4	4	3	3	3	10	
54	3	1	1	1	2	3	2	2	3	3	1	1	1	1	3	1	2	3	3	3	1	4	4	1	2	3	1	2	2	4	64	
55	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	4	4	3	4	3	2	3	4	4	89	
56	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	84
57	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	2	2	3	4	3	4	90	
58	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	80
59	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	4	2	3	3	4	3	91	
60	3	1	1	2	4	4	4	3	4	3	3	3	1	1	4	2	3	4	2	4	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	86	
61	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	4	3	2	3	4	90	
62	2	4	4	2	1	3	3	2	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	2	1	3	3	3	2	3	86	
63	3	1	1	1	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	3	1	3	3	1	3	3	2	2	2	3	65	
64	4	2	2	2	3	3	2	1	4	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	72	
65	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	89	
66	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	11	
																															0	



### LAMPIRAN III

### Uji Validitas & Reliabilitas



## Reliability

[DataSet0]

### Scale: Skala Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	66	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3,1667	,48305	66
VAR00002	2,6364	,87066	66
VAR00003	2,6364	,85280	66
VAR00004	2,6212	,71823	66
VAR00005	2,7576	1,03865	66
VAR00006	3,0606	,65348	66
VAR00007	3,0455	,50935	66
VAR00008	2,7879	,79450	66
VAR00009	3,1818	,52357	66
VAR00010	3,2576	,50568	66
VAR00011	2,9242	,70842	66
VAR00012	2,9394	,69898	66
VAR00013	2,6212	,85512	66
VAR00014	2,6364	,87066	66
VAR00015	3,1818	,49331	66
VAR00016	2,6515	,81321	66
VAR00017	2,9394	,57856	66
VAR00018	3,0000	,67937	66
VAR00019	2,2727	1,17074	66
VAR00020	3,4545	,66058	66

VAR00021	2,6515	,81321	66
VAR00022	3,2273	,57634	66
VAR00023	3,2424	,58337	66
VAR00024	2,6212	,71823	66
VAR00025	2,7576	1,03865	66
VAR00026	3,0758	,77083	66
VAR00027	2,9545	,71105	66
VAR00028	3,0455	,50935	66
VAR00029	2,7879	,79450	66
VAR00030	3,2424	,58337	66

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	84,2121	126,785	,347	,904
VAR00002	84,7424	117,610	,658	,898
VAR00003	84,7424	117,733	,666	,898
VAR00004	84,7576	121,017	,586	,900
VAR00005	84,6212	121,931	,339	,906
VAR00006	84,3182	125,359	,342	,904
VAR00007	84,3333	125,241	,464	,902
VAR00008	84,5909	118,461	,677	,898
<b>VAR00009</b>	<b>84,1970</b>	<b>127,330</b>	<b>,270</b>	<b>,904</b>
VAR00010	84,1212	126,570	,349	,904
VAR00011	84,4545	121,913	,536	,901
VAR00012	84,4394	121,912	,544	,900
VAR00013	84,7576	118,063	,646	,898
VAR00014	84,7424	117,610	,658	,898
<b>VAR00015</b>	<b>84,1970</b>	<b>127,238</b>	<b>,298</b>	<b>,904</b>
VAR00016	84,7273	117,894	,693	,897
VAR00017	84,4394	125,173	,408	,903
VAR00018	84,3788	125,254	,334	,904
<b>VAR00019</b>	<b>85,1061</b>	<b>124,527</b>	<b>,187</b>	<b>,911</b>
VAR00020	83,9242	123,363	,477	,902
VAR00021	84,7273	117,894	,693	,897
VAR00022	84,1515	125,823	,359	,903
VAR00023	84,1364	125,750	,359	,903
VAR00024	84,7576	121,017	,586	,900
VAR00025	84,6212	121,931	,339	,906
VAR00026	84,3030	123,661	,381	,903
VAR00027	84,4242	122,094	,521	,901

VAR00028	84,3333	125,241	,464	,902
VAR00029	84,5909	118,461	,677	,898
VAR00030	84,1364	125,750	,359	,903

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
87,3788	130,793	11,43647	30

## Reliability

[DataSet0]

### Scale: Skala Kepuasan Pelanggan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	66	100,0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.
- b.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,907	30

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2,7121	,89038	66
VAR00002	3,2727	,54195	66
VAR00003	3,2576	,58993	66
VAR00004	3,1515	,78920	66
VAR00005	2,8788	1,00023	66
VAR00006	3,1061	,78699	66
VAR00007	2,8788	,64486	66
VAR00008	3,1818	,49331	66
VAR00009	3,1667	,54302	66
VAR00010	2,6818	,93082	66
VAR00011	2,6212	,92429	66

VAR00012	2,8182	,80210	66
VAR00013	2,8939	,99427	66
VAR00014	3,1364	,67679	66
VAR00015	3,0606	,55133	66
VAR00016	2,8485	,78920	66
VAR00017	3,1970	,53262	66
VAR00018	3,1818	,55217	66
VAR00019	2,8636	,67679	66
VAR00020	2,8939	,65934	66
VAR00021	2,6515	,91974	66
VAR00022	2,6818	,89716	66
VAR00023	3,1818	,52357	66
VAR00024	2,7121	,87293	66
VAR00025	2,9697	,58097	66
VAR00026	2,8788	,73412	66
VAR00027	2,8333	1,06096	66
VAR00028	3,4091	,67885	66
VAR00029	2,7273	,88657	66
VAR00030	3,2727	,54195	66

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	86,4091	123,076	,735	,899
VAR00002	85,8485	132,931	,413	,905
VAR00003	85,8636	133,104	,362	,906
VAR00004	85,9697	129,261	,474	,904
VAR00005	86,2424	130,771	,289	,908
VAR00006	86,0152	131,215	,363	,906
VAR00007	86,2424	131,233	,456	,904
VAR00008	85,9394	134,766	,395	,906
VAR00009	85,9545	133,213	,389	,905
VAR00010	86,4394	122,558	,726	,899
VAR00011	86,5000	122,685	,725	,899
VAR00012	86,3030	126,491	,624	,901
VAR00013	86,2273	130,209	,317	,908
VAR00014	85,9848	132,600	,342	,906
VAR00015	86,0606	132,427	,446	,905
VAR00016	86,2727	126,971	,607	,901
VAR00017	85,9242	134,471	,294	,906

VAR00018	85,9394	135,473	,203	,907
VAR00019	86,2576	132,317	,360	,906
VAR00020	86,2273	130,917	,466	,904
VAR00021	86,4697	123,268	,699	,899
VAR00022	86,4394	123,819	,689	,900
VAR00023	85,9394	133,842	,352	,906
VAR00024	86,4091	123,445	,731	,899
VAR00025	86,1515	132,623	,405	,905
VAR00026	86,2424	135,048	,164	,909
VAR00027	86,2879	127,008	,429	,906
VAR00028	85,7121	129,993	,512	,903
VAR00029	86,3939	123,196	,732	,899
VAR00030	85,8485	132,931	,413	,905

## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
89,1212	138,385	11,76372	30





### **LAMPIRAN III**

#### **Uji Normalitas**

NPARTESTS  
 /K-S(NORMAL)=X Y  
 /STATISTICS DESCRIPTIVES  
 /MISSING ANALYSIS.

## NPar Tests

[DataSet0]

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Kepuasan Pelanggan	66	89,12	11,764	64	110
Kualitas Pelayanan	66	87,38	11,436	63	110

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan
N		66	66
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	89,12	87,38
	Std. Deviation	11,764	11,436
	Absolute	,080	,096
Most Extreme Differences	Positive	,055	,076
	Negative	-,080	-,096
Kolmogorov-Smirnov Z		,650	,780
Asymp. Sig. (2-tailed)		,793	,578

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**LAMPIRAN IV**  
**Uji Linieritas**



MEANS TABLES=Y BY X  
/CELLS MEAN COUNT STDDEV  
/STATISTICS LINEARITY.

## Means

[DataSet0]

### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kualitas Pelayanan *						
Kepuasan Pelanggan	66	100,0%	0	0,0%	66	100,0%

### Report

Kepuasan Pelanggan	Mean	N	Std. Deviation
64	98,00	1	.
65	96,00	1	.
66	82,00	1	.
67	82,00	2	26,870
68	73,00	1	.
70	87,00	1	.
74	75,50	2	14,849
75	93,00	1	.
76	83,00	2	18,385
79	81,00	1	.
82	96,75	4	9,777
84	106,00	2	5,657
85	83,00	2	1,414
86	86,50	2	2,121
87	96,00	3	11,269
88	86,20	5	11,032
89	91,50	2	2,121
90	86,75	4	11,383
91	87,00	1	.
92	84,75	4	6,652
93	90,00	2	5,657
94	73,50	2	2,121
97	87,75	4	17,173

99	86,00	1	.
100	83,50	2	6,364
102	91,00	1	.
103	76,00	3	10,583
104	83,75	4	11,177
105	100,50	2	6,364
107	85,00	1	.
110	96,00	2	19,799
Total	87,38	66	11,436

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas Pelayanan * Kepuasan Pelanggan	Between Groups	3635,980	30	121,199	,872	,647
	(Combined)					
	Linearity	,267	1	,267	,002	,965
	Deviation from Linearity	3635,714	29	125,369	,902	,609
	Within Groups	4865,550	35	139,016		
Total		8501,530	65			





**LAMPIRAN V**  
**Uji Hipotesis & Uji Korelasi**

CORRELATIONS  
 /VARIABLES=X Y  
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG  
 /MISSING=PAIRWISE.

## Correlations

[DataSet0]

		Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1	,006
	Sig. (2-tailed)		,964
	N	66	66
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,006	1
	Sig. (2-tailed)	,964	
	N	66	66

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas Pelayanan * Kepuasan Pelanggan	(Combined)	3635,980	30	121,199	,872	,647
	Between Groups					
	Linearity	,267	1	,267	,002	,965
	Deviation from Linearity	3635,714	29	125,369	,902	,609
	Within Groups	4865,550	35	139,016		
	Total	8501,530	65			

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kualitas Pelayanan * Kepuasan Pelanggan	,006	,000	,654	,428





**PT Boga Inti Sinar Agung**  
Jln. Tengku Daud No. 6A/10  
Medan 20152 Indonesia  
Tel: (061) 62006202

**SURAT KETERANGAN**  
No : SFLP/S.Ket/04/XI/2022

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rio Nirwandj Purba  
Jabatan : Store Supervisor  
Alamat : Jl. Kapten Maulana Lubis, gg. Asal, Kec. Medan Petisah, Kota Medan

Menrangkan bahwa:

Nama : Rahayu Lumban Raja  
NIM : 188600433  
Judul : Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Customer di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan

Benar telah melakukann Penelitian di Song Fa Lippo Plaza pada tanggal 02 November 2022 s/d 10 November 2022

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

SFLP, 12 November 2022  
PT. BOGA INTI SINAR AGUNG



**RIO NIRWANDI PURBA**  
STORE SUPERVISOR

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS PSIKOLOGI**

Kampus I : Jalan Negeri Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7362148, 7366678, 7364348 ☎ (061) 7366912 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Sialabakki Nomor 79 / Jalan Sei Berayu Nomor 70 A ☎ (061) 8228802 ☎ (061) 8228334 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: umk\_medanarea@uma.ac.id

31 Oktober 2022

Nomor : 1527/FPSI/01.10/X/2022  
Lampiran :  
Hal : Riset dan Pengambilan Data

Yth. Bapak/Ibu Pimpinan  
SPV Song Fa  
di  
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : **Rahayu Lumban Raja**  
NPM : **188600433**  
Program Studi : **Ilmu Psikologi**  
Fakultas : **Psikologi**


untuk melaksanakan pengambilan data di **Song Fa Bak Kut The Lippo Plaza Medan, Jl. Imam Bonjol Kec. Medan Polonia Kota Medan** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Customer Di Restoran Song Fa Lippo Plaza Medan"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan  
Pengabdian Kepada Masyarakat

  
**Laili Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog**

Tembusan  
- Mahasiswa Ybs  
- Arsip

