

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI DAPOER JOERAGAN

SKRIPSI

OLEH:

MUHAMMAD RAZAQ THORIQ

218600116



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/2/26

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)16/2/26

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI DAPOER JOERAGAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

OLEH:

MUHAMMAD RAZAQ THORIQ

218600116

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan
Kepuasan Konsumen di Dapoer Joeragan.
Nama : Muhammad Razaq Thoriq
Npm : 218600116
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing


Eryanti Novita, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Pembimbing



Dr. Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Dekan


Faadhil S.Psi., M.Psi., Psikolog
Ka. Prodi

Tanggal Disetujui: 14 Agustus 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya 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 di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 14 Agustus 2025
Peneliti



Muhammad Razaq Thoriq
NPM. 218600116

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Muhammad Razaq Thoriq

NPM : 218600116

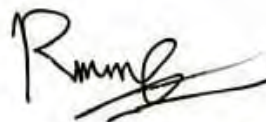
Program Studi : Psikologi

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 saya yang berjudul: Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. 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 peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 14 Agustus 2025
Yang Menyatakan



Muhammad Razaq Thoriq
NPM. 218600116

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI DAPOER JOERAGAN

Oleh:

MUHAMMAD RAZAQ THORIQ
218600116

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Dapoer Joeragan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah keseluruhan dari populasi yang berjumlah 40 orang. Skala kualitas pelayanan disusun berdasarkan aspek-aspek kualitas pelayanan Menurut Kotler dan Keller (2016) Reliabilitas (*Reliability*) Daya Tangkap (*Responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Bukti fisik (*tangibles*). Skala kepuasan konsumen Menurut Supranto (2018) terdapat 5 aspek kepuasan konsumen Ketanggapan Pelayanan (*Responsiveness of Service*), Kecepatan Transaksi (*Speed of Transaction*), Keberadaan Layanan (*Availability of Service*), Profesionalisme Kepuasan Menyeluruh dengan Jasa atau Pelayanan (*Overall Satisfaction with Service*). Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi product moment, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,745$, dengan Signifikan $p < 0.010$. Koefisien determinan (r^2) = 0,555. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayan berdistribusi sebesar 55,5% terhadap Kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tergolong tinggi dengan nilai mean hipotetik sebesar 105 dan mean empiriknya sebesar 130,58. Selanjutnya Kualitas pelayanan dapat disimpulkan memperoleh hasil tinggi dengan nilai hipotetik sebesar 102 dan nilai empiriknya sebesar 128,53

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

CORRELATION BETWEEN SERVICE QUALITY AND CONSUMER SATISFACTION IN DAPOER JOERAGAN

By:

MUHAMMAD RAZAQ THORIQ

218600116

This study aims to determine the Correlation Between Service Quality and Consumer Satisfaction in Dapoer Joeragan. The type of research used in this study is a quantitative approach. The sample taken for this study was the entire population of 40 people. The scale of service quality is arranged based on aspects of service quality According to Kotler and Keller (2016) Reliability (Reliability) Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical evidence (tangibles). Customer satisfaction scale According to Supranto (2018) there are 5 aspects of customer satisfaction Responsiveness of Service, Speed of Transaction, Availability of Service, Professionalism Overall Satisfaction with Service. Based on the results of the product moment correlation analysis calculation, it can be seen that there is a positive correlation between Service Quality and customer satisfaction. This result is evidenced by the correlation coefficient $r_{xy} = 0.745$, with a significant $p < 0.010$. Determinant coefficient (r^2) = 0.555. This shows that Service Quality is distributed by 55.5% to Customer Satisfaction. Customer satisfaction is classified as high with a hypothetical mean value of 105 and an empirical mean of 130.58. Furthermore, service quality can be concluded to obtain high results with a hypothetical value of 102 and an empirical value of 128.53.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction

RIWAYAT HIDUP

Peneliti lahir di Sumatera Utara dari bapak B. Junaidi dan Ibu Musniwati Mustafa S.H, tepatnya di Kota Medan pada tanggal 05 Juni 2003. Peneliti merupakan anak kedua dari 2 bersaudara, peneliti memiliki satu abang laki-laki yang bernama M. Yuhdi Ilhaqh. Adapun riwayat Pendidikan peneliti yaitu pada tahun 2008 peneliti masuk taman kanak kanak (TK) di TK Islamiyah Guppi Medan, kemudian melanjutkan ke sekolah dasar (SD) di SD Muhammadiyah 01 Medan pada tahun 2009, lalu melanjutkan ke sekolah menengah pertama (SMP) di SMP Muhammadiyah 01 Medan pada tahun 2015, selanjutnya masuk sekolah menengah akhir (SMA) di SMA N 6 Medan pada tahun 2018 sampai lulus pada tahun 2021. Pada tahun 2021 peneliti mendaftar di Perguruan Tinggi Swasta Program S1 Program Studi Psikologi di Universitas Medan Area.

Berkat izin dan rahmat dari Allah SWT serta doa orangtua yang tidak pernah putus juga usaha, dukungan, perjuangan dari orang-orang terdekat sehingga peneliti bisa sampai pada tahap menyelesaikan tugas akhir saat ini, semoga nantinya bisa akan memberikan kontribusi dan dampak yang positif untuk Pendidikan Kedepannya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat dan karunia nya dan beserta salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, dengan ini peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Dapoer Joeragan”**.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Eryanti Novita, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan arahan dan masukan dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Ibu Findy Suri, S.Psi., M.Si sebagai pembanding seminar atas dukungan, motivasi, saran juga masukan dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus juga peneliti sampaikan kepada Bapak Zuhdi Budiman, S.Psi., M.Psi sebagai ketua seminar dan Bapak Walyono, S.Psi., M.Psi sebagai sekretaris seminar atas segala bantuan, masukan, dan dukungan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti ucapkan banyak beribu terima kasih yang tulus kepada papa, mama, serta seluruh keluarga atas segala bentuk dukungan, doa dan perhatiannya yang telah membantu dan mendorong peneliti selama penyusunan skripsi dan melaksanakan penelitian sehingga selesainya skripsi ini. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Yasmine Ayundha Ghassani atas dukungan, saran, masukan dan telah menjadi tempat bagi peneliti untuk berdiskusi disaat peneliti merasa stuck dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih juga sudah sabar dengan peneliti dan telah menemani peneliti juga memberikan kontribusi tenaga, waktu, pikiran selama penelitian sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Dapoer Joeragan yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian. Terima kasih juga kepada teman peneliti yang membantu dalam menyusun skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membantu sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan tugas skripsi ini. Peneliti juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Hipotesis Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kepuasan Konsumen	11
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	11
2.1.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	13
2.1.3 Aspek yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	15
2.1.4 Ciri - Ciri Kepuasan Konsumen	17
2.2 Kualitas Pelayanan	19
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	19
2.2.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	20
2.2.3 Aspek yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	22
2.2.4 Ciri – Ciri Kualitas Pelayanan	24
2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen	27
2.4 Kerangka Konseptual	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2 Persiapan dan Alat Penelitian	30

3.2.1 Persiapan Administrasi	30
3.2.2 Persiapan Alat Ukur Penelitian.....	31
3.3 Metodologi Penelitian.....	32
3.3.1 Tipe Penelitian	32
3.3.2 Identifikasi Variabel Penelitian.....	32
3.3.3 Definisi Operasional	33
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel	34
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.5 Metode Pengumpulan data	36
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.7 Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Analisis Data.....	42
4.1.1 Uji Validitas	42
4.1.2 Uji Normalitas.....	44
4.1.3 Uji Linearitas Hubungan.....	45
4.1.4 Uji Hipotesis	46
4.1.5 Uji Mean	46
4.2 Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54

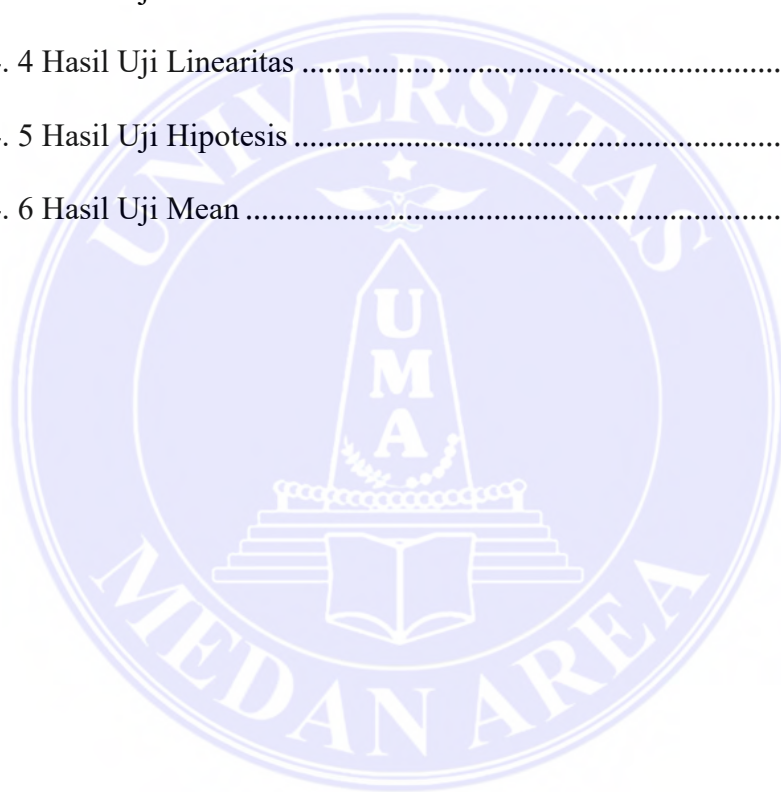
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Kurva Normal Variabel Kualitas Pelayanan.....	48
Gambar 4. 2 Kurva Normal Variabel Kepuasan Konsumen	48



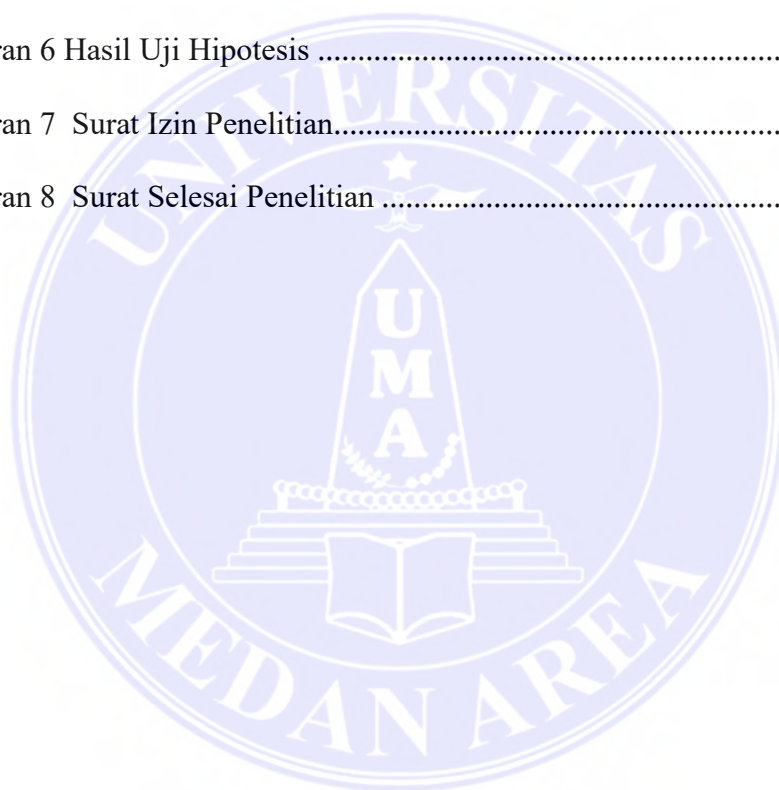
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Distribusi Skala Kualitas Pelayanan Sebelum Uji Coba.....	38
Tabel 3. 2 Distribusi Skala Kepuasan Konsumen Sebelum Uji Coba.....	39
Tabel 4. 1 Distribusi Skala Kualitas Pelayanan Setelah Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 2 Distribusi Skala Kepuasan Konsumen Setelah Uji Validitas	43
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Linearitas	45
Tabel 4. 5 Hasil Uji Hipotesis	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Mean	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Alat Ukur Penelitian	58
Lampiran 2 Skor Data Penelitian	66
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	69
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas	74
Lampiran 5 Hasil Uji Linearitas.....	76
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	79
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	81
Lampiran 8 Surat Selesai Penelitian	83



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era yang semakin maju ini banyak sekali ditandai dengan aktivitas kerja ataupun kegiatan yang dilakukan. Aktivitas ini dapat berdampak semakin banyak orang yang menghabiskan waktunya diluar rumah dikarenakan padatnya jadwal mereka dan sedikit waktu yang dimiliki nya untuk bisa memasak seperti terlebih di kalangan pelajar, mahasiswa, juga karyawan sehingga banyak dari mereka yang memilih untuk makan diluar mencari rumah makan minang dengan cita rasa yang cocok di lidah dan pastinya harga yang terjangkau. Hal tersebut menjadi salah satu faktor pendorong semakin banyaknya rumah makan minang yang ada saat ini.

Dalam dunia bisnis kuliner yang semakin kompetitif, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang sangat diperhatikan dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Pelayanan yang baik diberikan dari pihak rumah makan minang tidak hanya menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, tetapi juga bisa menjadi penentu utama dalam membangun loyalitas dan kepuasan konsumen. Dapoer Joeragan sebagai salah satu pelaku usaha di bidang kuliner sangat perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya untuk tetap bisa bersaing dan berkembang di tengah banyaknya pilihan rumah makan minang yang tersedia.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan pemahaman atau persepsi mereka terhadap kinerja suatu produk atau jasa dengan harapan mereka. Berdasarkan

penelitian yang dilakukan oleh Govinaza (2022), kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima, di mana peningkatan kualitas pelayanan menunjukkan korelasi positif dengan tingkat kepuasan pelanggan pada Toserba X. Hal ini sejalan dengan temuan Fortuna (2016), yang mengidentifikasi bahwa kepuasan pelanggan dalam industri ritel seperti Matahari *Group* di DKI Jakarta sangat berpengaruh secara signifikan dalam persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Alia Mumtaza (2023) menegaskan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya berdampak pada loyalitas pelanggan tetapi juga mengembangkan intensi beli yang berkelanjutan ketika kualitas pelayanan diprioritaskan. Dengan demikian, kesimpulan dari berbagai penelitian ini menunjukkan bahwa setiap upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan berpotensi meningkatkan tingkat kepuasan konsumen secara signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tampanguma (2022) pada Rumah Es Miangas Bahu di Manado memperlihatkan bahwa elemen-elemen seperti ketanggapan dan kehandalan staf pelayanan berdampak signifikan terhadap penilaian kepuasan konsumen. Mardhatillah (2024) juga menyebutkan bahwa kualitas layanan memainkan peran krusial dalam membentuk pengalaman positif konsumen yang, pada akhirnya, merefleksikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Keseluruhan temuan ini menegaskan bahwa dalam berbagai sektor industri, peningkatan kualitas pelayanan merupakan kunci utama dalam mencapai kepuasan konsumen yang optimal.

Dalam rangka mendalami hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, peneliti telah memeriksa berbagai studi terdahulu yang

menyelidiki variabel 'kepuasan konsumen' dalam konteks yang berbeda. Govinaza (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toserba X, menyoroti pentingnya interaksi personal dan responsivitas yang memadai sebagai determinan utama kepuasan. Mumtaza (2023) membenarkan temuan tersebut dalam konteks perjalanan pada Urbans Travel, di mana inovasi dalam pelayanan dan konsistensi pelayanan diperlihatkan memiliki korelasi positif dengan tingkat kepuasan pelanggan. Studi terbaru oleh Mardhatillah (2024) memperkuat argumen ini dengan menunjukkan bahwa kualitas layanan di Agradaya memainkan peran kunci dalam pembentukan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Fortuna (2016), melalui penelitiannya di Matahari Group Jakarta, menambah bahwa aspek keefisienan pelayanan turut serta dalam meningkatkan intensi pembelian konsumen. Temuan ini memperlihatkan keragaman elemen dalam kualitas pelayanan yang berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan, terlepas dari berbagai sektor industri yang menjadi latar belakang studi tersebut.

Kualitas pelayanan pada prinsipnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan merupakan suatu perubahan secara menyeluruh dan permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan usaha-usahnya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung terus menerus dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan teori quality yang dikemukakan oleh Marcel bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan.

Pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry adalah ServQual. Menurut Parasuraman kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang sifatnya berwujud ataupun tidak berwujud yang dilakukan untuk melayani konsumen dengan memberikan barang atau jasa disertai atau tanpa disertai pemindahan kepemilikan atas suatu barang atau jasa tertentu.

Kualitas pelayanan dalam setting rumah makan menjadi faktor esensial yang membentuk kepuasan konsumen, terutama dalam konteks kuliner yang sering kali dikelilingi oleh citarasa yang enak dan ekspektasi tinggi. Kualitas pelayanan di sektor ini mencakup kemampuan rumah makan untuk menyajikan hidangan yang akurat dan tepat waktu, kemudahan aksesibilitas dalam pelayanan, serta komunikasi yang jelas dan transparan antara pelayan dan konsumen.

Kemampuan rumah makan dalam mengelola dan meningkatkan kualitas pelayanan sebagaimana disebutkan sebelumnya, merupakan elemen kunci yang dapat sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, terutama dalam konteks kompleksitas layanan kuliner. Dalam banyak studi yang menyoroti dinamika antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Rumah makan adalah suatu tempat usaha yang dimana menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati

hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanan yang ada ditempat itu. Dapoer Joeragan ialah rumah makan yang berlokasi di Medan, Sumatera Utara. Dapoer Joeragan melayani berbagai jenis pesanan mulai dari partai kecil sampai partai besar, serta menyediakan berbagai jenis hidangan untuk bisa dinikmati oleh konsumennya.

Dapoer Joeragan memiliki cita rasa nusantara yang sangat disukai oleh masyarakat karena Dapoer Joeragan sangat menjaga bahan baku yang digunakan. Konsep lingkungan yang diusung oleh Dapoer Joeragan tidak hanya nuansa nusantara tetapi juga menggabungkan sentuhan konsep modern baik dari segi desain interior, maupun dalam penyajian makanan.

Hidangan yang disediakan oleh Dapoer Joeragan banyak sekali mulai dari ayam goreng, ikan goreng, ayam bakar, ikan bakar, ayam asam manis, dendeng sambal merah, telur dadar, juga ada aneka ragam sayur yang disediakan dan lain sebagainya. Namun ada beberapa hidangan yang banyak dicari dan dipesan oleh konsumen yaitu ayam asam manis dan dendeng sambal merah, juga ada berbagai pilihan sambal yang ada di Dapoer Joeragan yang membuat daya tarik konsumen untuk menikmati hidangan di Dapoer Joeragan.

Peneliti sendiri adalah salah satu konsumen yang sering datang makan di Dapoer Joeragan namun peneliti juga merasakan adanya sedikit tidak puas di Dapoer Joeragan dikarenakan pelayanan yang dilakukan oleh pelayan nya yang kurang responsif dan komunikasi yang kurang efektif juga. Peneliti memanggil pelayan sampai 3 kali karena susah nya respon pelayan, tapi peneliti juga merasakan kepuasan di Dapoer Joeragan karena merasakan cita rasa nya

yang enak. Jadi peneliti merasakan bahwa permasalahan yang terjadi disini yaitu dari segi kualitas pelayanan nya sedangkan dari segi rasa itu enak.

Penelitian ini berhipotesis bahwa faktor-faktor seperti keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan aspek-aspek tangibles dari pelayanan dapoeer joeragan memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Potensi dampak positif tersebut diasumsikan berasal dari kemampuan pelayanan berkualitas untuk memenuhi bahkan melebihi ekspektasi konsumen juga bisa meningkatkan loyalitas mereka.

Sebaliknya, jika kualitas pelayanan diabaikan, ada kemungkinan besar bahwa rasa ketidak puasan akan muncul, yang pada akhirnya bisa merusak hubungan profesional dan menurunkan persepsi pelayanan. Memandang ke depan, analisis lebih mendalam tentang seberapa besar variabel kualitas pelayanan bisa memengaruhi variabel kepuasan konsumen merupakan sebuah langkah penting dalam memahami dan mengembangkan strategi perbaikan yang lebih efektif.

Berdasarkan hal tersebut peneliti berkunjung ke Dapoer Joeragan dengan tujuan untuk melakukan survei pra penelitian seperti observasi serta wawancara guna mendapatkan data pendukung sebuah masalah pada penelitian yang akan dilakukan. Observasi dilakukan selama 3 hari berturut-turut pada tanggal 28-30 Mei 2025. Selama masa observasi, ditemukan adanya perbedaan kepuasan diantara konsumen. Beberapa konsumen tampak puas sehingga mereka datang balik membeli lagi, sedangkan yang lainnya ada yang memberikan saran menandakan artinya kurang puas. Mayoritas konsumen yang terlihat puas adalah konsumen yang sudah lama atau sering datang beli kembali di Dapoer

Joeragan. Selain itu, kondisi rumah makan terlihat sejuk dan asri, dengan kondisi lingkungan yang cukup bersih dengan adanya wallpaper yang enak dilihat mata yang ada di Dapoer Joeragan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada 3 orang konsumen pada tanggal 28-30 Mei 2025 didapatkan jawaban yang sejalan dan saling terkait terhadap kepuasan konsumen di rumah makan. Pada Narasumber pertama inisial A menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan pelayan tergolong kurang sedikit efektif. Pada narasumber kedua inisial F menyatakan bahwa terdapat pelayanan yang kurang dilakukan oleh pelayan. Selain itu, pada narasumber ketiga inisial Y menyatakan bahwa merasa kurang nyaman saat berada ditempat dikarenakan kurangnya udara yang ada di rumah makan tersebut.

Narasumber pertama dengan inisial A mengungkapkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pelayan tergolong kurang efektif, sehingga menimbulkan kebingungan dan ketidaknyamanan dalam proses pemesanan. Hal ini menunjukkan adanya kelemahan dalam aspek profesionalisme dan ketanggapan pelayanan yang seharusnya menjadi bagian penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Sementara itu, narasumber kedua berinisial F menyatakan bahwa terdapat pelayanan yang kurang optimal dari pihak pelayan, seperti keterlambatan dalam memberikan menu atau respon yang lambat ketika pelanggan membutuhkan bantuan. Pernyataan ini mengindikasikan rendahnya responsiveness atau ketanggapan pelayanan yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Selanjutnya, narasumber ketiga dengan inisial Y menyampaikan keluhan terkait kenyamanan

tempat makan, khususnya kondisi udara yang dirasa kurang memadai di dalam ruangan. Hal ini berkaitan dengan aspek keberadaan layanan dan kepuasan menyeluruh terhadap pelayanan, di mana kenyamanan fisik juga turut memengaruhi pengalaman konsumen saat berada di rumah makan.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa beberapa konsumen belum merasakan kepuasan penuh terhadap layanan yang diberikan oleh Dapoer Joeragan, yang berpotensi menurunkan loyalitas dan citra usaha. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, agar pihak manajemen dapat mengambil langkah perbaikan yang tepat dalam meningkatkan mutu layanan dan mempertahankan kepuasan konsumenn secara berkelanjutan.

Terdapat adanya ciri ciri ketidak puasan pelayanan adalah keandalan yang buruk, kurangnya daya tanggap, jaminan yang kurang, kurangnya empati, bukti fisik yang buruk. Beberapa dari ciri ciri ketidak puasan pelayanan diatas membuat konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang ada.

Pengukuran hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen merupakan langkah penting dalam meningkatkan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari berbagai faktor, seperti keramahan penjual, ketepatan waktu pelayanan, kenyamanan tempat, cita rasa yang berkualitas, harga yang terjangkau. Kepuasan konsumen, di sisi lain, berkaitan dengan persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diterima. Tingkat kepuasan ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk datang kembali membeli makanan dan juga merekomendasikan kepada konsumen lain

Signifikansi penelitian ini terletak pada upayanya untuk menyediakan pemahaman empiris yang memperkuat kualitas dan reputasi rumah makan, dengan harapan hasilnya dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik. Menghadapi tantangan dalam dunia kuliner yang semakin kompetitif, urgensi penelitian ini mendesak agar diperoleh data yang akurat untuk memperkuat daya saing dan keberlangsungan operasional rumah makan di tengah persaingan yang ketat.

Berdasarkan pengamatan dan permasalahan yang terjadi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh dengan judul: “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Dapoer Joeragan.”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dan ingin mengetahui apakah ada Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen yang membeli makanan di Dapoer Joeragan.

1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang ada pada dalam penelitian ini adalah terdapat Hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, dengan asumsi jika kualitas pelayanan tinggi maka kepuasan konsumen akan semakin baik, namun jika sebaliknya kualitas pelayanan rendah maka kepuasan konsumen akan semakin rendah.

1.5 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu Psikologi khususnya Psikologi Industri dan Organisasi serta bisa memberikan manfaat di masa yang akan datang dan bisa dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2) Manfaat Praktis

Dari segi praktis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi dasar atau landasan terkait hal hal dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, bagi pihak Dapoer Joeragan dan rumah makan lainnya sehingga digunakan sebagai masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, dan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti judul ini diharapkan bisa untuk dijadikan referensi dan bahan informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan, dkk (2013), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Produk/jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan konsumen. Semakin berkualitas produk yang diberikan, maka kepuasan konsumen semakin tinggi akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam usaha untuk memberikan kepuasan bagi konsumen maka dengan sendirinya jaminan atas kepuasan konsumen menjadi hal wajib yang harus dipenuhi oleh perusahaan.

Menurut Kotler dalam Muhammad Fahmi Alfaridzi dan Meita Santi Budiani (2021) kepuasan konsumen adalah bentuk dari tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil dan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Konsumen dapat merasakan salah satu dari tiga tingkat kepuasan secara umum yaitu, jika kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa akan tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen maka seseorang tersebut merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi dari harapan konsumen maka akan merasa sangat puas bahkan gembira dan kembali untuk membeli.

Kotler dalam (Tjiptono & Chandra, 2011) berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkatan apa yang dirasakan konsumen

sesudah melakukan perbandingan performa yang di persepsikan dengan apa yang diinginkan dan diharapkan. Apabila kinerjanya tidak berhasil memenuhi keinginan yang diharapkan, maka konsumen akan merasakan ketidak puasan. Sebaliknya jika kinerja selaras dengan yang diinginkan, maka konsumen tersebut akan merasakan kepuasan. Apabila kinerja memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan sangat puas ataupun senang.

Menurut Sasongko (2021) bahwa kepuasan konsumen didapatkan dari hasil evaluasi atau penilaian dari produk maupun jasa yang pernah mereka gunakan. Apabila seorang pelanggan sudah merasakan performa produk yang melebihi dari ekspektasi mereka berarti mereka puas, begitu pun sebaliknya apabila performa produk yang dirasakan kurang atau tidak sesuai dengan ekspektasinya berarti mereka kurang puas (Gultom et al., 2020).

Menurut Indrasari (2019) memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi emosional yang muncul sebagai hasil

dari proses evaluasi konsumen terhadap pengalaman penggunaan produk atau jasa, dengan membandingkan antara harapan awal dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan konsumen juga memiliki peran penting dalam keberlangsungan suatu bisnis karena menjadi indikator utama dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan dan konsumen merasa puas atau tidak.

2.1.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kotler & Keller (2016) Menurut Kotler dan Keller, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh 5 faktor utama, yaitu:

- a. Kualitas Produk: Produk harus sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.
- b. Kualitas Pelayanan: Cara perusahaan memberikan layanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- c. Harga: Harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan akan meningkatkan kepuasan.
- d. Faktor Emosional: Hubungan emosional antara pelanggan dengan produk atau merek dapat mempengaruhi kepuasan.
- e. Kemudahan dan Kenyamanan: Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Zeithaml et al. (2003), faktor yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen adalah:

- a. *Product and service features*, Kepuasan konsumen atas suatu produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas fitur produk atau jasa. Konsumen akan membandingkan berbagai fitur dari

jasa (contohnya harga dengan kualitas pelayanan dan keramahan dari personel pemberi jasa), tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi.

- b. *Consumer emotions*, Perasaan pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi atas kepuasan atas produk dan jasa. Perasaan seseorang atas produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.
- c. *Attributes for service success or failure*, Atribut dari jasa dapat mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika pelanggan dikejutkan oleh hasil yang mereka dapat, mereka akan mencoba mencari alasan di balik hal itu, penilaian mereka dapat mempengaruhi kepuasan mereka.
- d. *Perceptions of equity or fairness*, Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi persepsi dari keadilan dan kewajaran. Pelanggan akan membandingkan apakah mereka diperlakukan secara adil dibandingkan pelanggan lain, apakah pelanggan lain mendapat perlakuan, harga dan kualitas pelayanan yang lebih baik. Pikiran tentang keadilan adalah pusat persepsi konsumen atas kepuasan terhadap produk dan jasa.
- e. *other consumers, family members and coworkers*. Selain dipengaruhi oleh perasaan dan persepsi seseorang, kepuasan pelanggan kadang dipengaruhi oleh orang lain, seperti anggota keluarga dan pelanggan lain. Hal-hal seperti pengalaman, perilaku dan pandangan pihak lain dapat mempengaruhi kepuasan.

Menurut Tjiptono (2014) terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Kinerja Produk atau Jasa: Kualitas produk atau jasa harus sesuai atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Pelayanan Pelanggan: Kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- c. Harga: Harga harus sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan.
- d. Emosional Konsumen: Pengalaman positif dapat menciptakan loyalitas dan kepuasan jangka panjang.
- e. Faktor Situasional: Pengaruh lingkungan, seperti suasana toko atau kemudahan akses layanan.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Faktor Situasional.

2.1.3 Aspek yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2016) menyebutkan bahwa ada 5 aspek kepuasan konsumen sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk: Sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.
- b. Kualitas Layanan: Tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.
- c. Harga: Keselarasan antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diterima.

- d. Faktor Emosional: Perasaan yang muncul setelah mengonsumsi produk atau layanan.
- e. Kemudahan dan Kenyamanan: Sejauh mana pelanggan merasa mudah dan nyaman dalam mendapatkan produk atau layanan.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Muhammad Fahmi Alfaridzi dan Meita Santi Budiani (2018) menjelaskan terdapat 4 macam aspek kepuasan konsumen:

- a. Aspek jumlah atribut/fasilitas: aspek ini meliputi sarana dalam meluncurkan dan juga memudahkan konsumen dalam membeli dan merasakan produk yang disediakan pihak penyedia jasa.
- b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan: yakni aspek yang berhubungan dengan keramahan dari karyawan, informasi yang dilakukan serta diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan juga kecekatan karyawan dalam melayani konsumen.
- c. Aspek kompetensi teknis dari karyawan: yakni meliputi keberanian bertindak dari karyawan dan pengalaman yang dimiliki oleh karyawan.
- d. Aspek biaya (harga), yakni meliputi mahalnnya produk, dan terjangkau atau tidaknya produk oleh konsumen.

Menurut Supranto (2018) terdapat 5 aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen:

- a. Ketanggapan Pelayanan (*Responsiveness of Service*): Kemampuan penyedia layanan dalam merespon kebutuhan dan permintaan konsumen.

- b. Kecepatan Transaksi (*Speed of Transaction*): Kecepatan dan efisiensi dalam proses transaksi.
- c. Keberadaan Layanan (*Availability of Service*): Ketersediaan layanan yang mudah diakses oleh konsumen.
- d. Profesionalisme: Tingkat keahlian dan profesionalitas penyedia layanan.
- e. Kepuasan Menyeluruh dengan Jasa atau Pelayanan (*Overall Satisfaction with Service*): Penilaian keseluruhan konsumen terhadap layanan yang diterima.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Ketanggapan Pelayanan (*Responsiveness of Services*), Kecepatan Transaksi (*Speed of Transaction*), Keberadaan Layanan (*Availability of Service*), Profesionalisme, Kepuasan Menyeluruh dengan Jasa atau Pelayanan (*Overall Satisfaction with Service*).

2.1.4 Ciri - Ciri Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2016) kepuasan konsumen dapat dikenali dari 5 ciri berikut:

- a. Kesetiaan pelanggan terhadap produk atau jasa.
- b. Keinginan untuk melakukan pembelian ulang.
- c. Rekomendasi positif kepada orang lain.
- d. Tidak adanya keluhan signifikan terkait produk atau layanan.
- e. Kepuasan emosional, di mana pelanggan merasa senang atau gembira setelah menggunakan produk/jasa.

Menurut Tjiptono (2014), konsumen yang puas menunjukkan beberapa ciri, yaitu:

- a. Evaluasi positif terhadap produk/jasa setelah digunakan
- b. Kecenderungan untuk tetap menggunakan produk atau jasa tersebut di masa mendatang
- c. Berpartisipasi dalam promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) secara sukarela
- d. Pengurangan niat berpindah ke merek lain kecuali ada faktor yang sangat mendesak.

Menurut Zeithaml & Bitner (2003), ciri-ciri konsumen yang puas adalah:

- a. Penilaian keseluruhan terhadap pengalaman konsumsi, bukan hanya satu aspek.
- b. Persepsi bahwa pelayanan yang diterima adil dan layak (equity/fairness).
- c. Minimnya keluhan atau pengaduan, karena pelanggan merasa puas.
- d. Keterlibatan emosional positif terhadap merek atau Perusahaan.
- e. sedikit daripada biaya konsumen baru.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kepuasan konsumen yang baik adalah kesetiaan pelanggan terhadap produk atau jasa, keinginan untuk melakukan pembelian ulang, rekomendasi positif kepada orang lain, tidak adanya keluhan signifikan terkait produk atau layanan, kepuasan emosional.

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Musqari dan dan Huda (2016) definisi kualitas pelayanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Menurut Sembiring dkk (2014) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Menurut Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Kotler & Keller (dalam Indrasari, 2019) bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan,

Menurut Kotler (2003), bahwa hubungan antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumen adalah terdapat hubungan yang erat antara kualitas produk dengan pelayanan, kepuasan konsumen dan profitabilitas

perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan konsumen, dan juga mendukung harga yang lebih tinggi. Jika suatu perusahaan yang dapat menghasilkan kualitas pelayanan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah dapat memuaskan konsumennya, dan dapat juga disebut perusahaan berkualitas.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan ukuran sejauh mana suatu pelayanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, dengan mempertimbangkan kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan konsumen. Kualitas pelayanan tidak hanya mencakup aspek fisik dari layanan, tetapi juga melibatkan persepsi pelanggan terhadap kesenjangan antara harapan dan kenyataan atas pelayanan yang diterima.

2.2.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir (2017) ada 5 faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. Jumlah Tenaga Kerja: Ketersediaan sumber daya manusia dalam perusahaan.
- b. Kualitas Tenaga Kerja: Kompetensi dan keterampilan karyawan.
- c. Sarana dan Prasarana: Fasilitas fisik yang mendukung pelayanan.
- d. Teknologi: Penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi pelayanan.
- e. Sistem dan Prosedur: Tata cara dan alur kerja yang diterapkan dalam pelayanan.

Menurut Tjiptono (2014) terdapat 4 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan:

- a. Kualitas Produk atau Layanan: Sejauh mana layanan sesuai dengan harapan pelanggan.
- b. Proses Pelayanan: Efisiensi dalam penyampaian layanan.
- c. Lingkungan Fisik: Fasilitas dan kenyamanan tempat layanan.
- d. Interaksi Pelanggan: Hubungan antara pelanggan dan pemberi layanan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) Kotler dan Keller menekankan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh 5 faktor utama:

- a. *Reliability* (Keandalan): Layanan yang dapat dipercaya dan dilakukan secara konsisten.
- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kesiapan dan kecepatan dalam merespons permintaan pelanggan.
- c. *Assurance* (Jaminan): Keamanan dan kepercayaan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan.
- d. *Empathy* (Empati): Kemampuan memberikan perhatian individu kepada pelanggan.
- e. *Tangibles* (Bukti Fisik): Aspek fisik dari layanan, seperti kebersihan tempat, pakaian karyawan, dan fasilitas.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah Jumlah Tenaga Kerja, Kualitas Tenaga Kerja, Sarana dan Prasarana, Teknologi, Sistem dan Prosedur.

2.2.3 Aspek yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014) terdapat 4 Aspek Kualitas Pelayanan:

- a. Kualitas Produk atau Layanan: Sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Proses Pelayanan: Efektivitas dan efisiensi dalam proses pemberian layanan.
- c. Lingkungan Fisik: Fasilitas dan kenyamanan tempat layanan diberikan.
- d. Interaksi Pelanggan: Hubungan antara pelanggan dan pemberi layanan dalam proses pelayanan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat lima aspek-aspek kualitas pelayanan terdiri dari:

- a. Reliabilitas (*Reliability*), aspek ini menerangkan bahwa perusahaan harus bisa memberikan pelayanan yang akurat dan handal.
- b. Daya tangkap (*responsiveness*), yakni sebuah kesediaan yang ditunjukkan perusahaan untuk membantu konsumen juga memberi perhatian yang tepat saat dibutuhkan.
- c. Jaminan (*assurance*), aspek ini berkaitan terhadap wawasan dan kesopanan karyawan, serta keahlian untuk meyakinkan konsumen yang membeli produknya.
- d. Empati (*emphaty*), aspek ini berhubungan dengan kepedulian dan perhatian karyawan dalam menghadapi konsumen yang datang.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), aspek ini mencakup tentang perlengkapan, fasilitas fisik, dan juga tampilan dari karyawan.

Menurut Gaspersz (dalam Ardane dkk., 2017) terdapat 5 aspek kualitas pelayanan:

- a. Ketepatan Waktu dan Akurasi: menekankan bahwa ketepatan waktu dalam pelayanan, yang mencakup waktu tunggu dan proses, serta akurasi yang bebas dari kesalahan, merupakan dimensi penting dalam kualitas pelayanan.
- b. Kesopanan dan Keramah tamahan: mengidentifikasi bahwa kesopanan dan keramah tamahan, terutama dari petugas yang berinteraksi langsung dengan konsumen seperti operator telepon dan kasir, merupakan dimensi penting dalam menunjang kualitas pelayanan.
- c. Citra dan Tanggung Jawab: juga menyebutkan bahwa citra perusahaan dan tanggung jawab dalam menerima pesan serta menangani keluhan konsumen adalah aspek yang berkontribusi pada penilaian kualitas pelayanan.
- d. Kelengkapan dan Kemudahan Akses: Kelengkapan layanan, yang mencakup lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung, serta kemudahan akses bagi konsumen, seperti jumlah outlet dan fasilitas pendukung lainnya.
- e. Variasi Model Pelayanan dan Kenyamanan: Inovasi dalam memberikan pola pelayanan baru dan kenyamanan yang dirasakan konsumen, seperti lokasi yang strategis dan fasilitas yang memadai.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa aspek kualitas pelayanan adalah Reliabilitas (*Reliability*), Daya tangkap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Bukti fisik (*tangibles*).

2.2.4 Ciri – Ciri Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas pelayanan memiliki 5 ciri-ciri sebagai berikut:

- a. *Consistency* (Konsistensi): Layanan harus diberikan secara konsisten kepada semua pelanggan tanpa adanya perbedaan.
- b. *Accessibility* (Aksesibilitas): Pelanggan harus mudah dalam mengakses layanan yang diberikan.
- c. *Communication* (Komunikasi): Perusahaan harus mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan transparan kepada pelanggan.
- d. *Competence* (Kompetensi): Staf harus memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup dalam memberikan layanan.
- e. *Courtesy* (Kesopanan): Pelayanan harus diberikan dengan sikap ramah, sopan, dan penuh penghormatan kepada pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014) menyebutkan 4 karakteristik yang menandai kualitas pelayanan yang baik, yaitu:

- a. Cepat dan Tepat: Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam waktu yang efisien.
- b. Ramah dan Bersahabat: Sikap pegawai dalam memberikan layanan harus bersahabat dan menghargai pelanggan.

- c. Adil dan Tidak Diskriminatif: Pelayanan harus diberikan secara merata tanpa membedakan pelanggan berdasarkan status atau latar belakang.
- d. Memberikan Solusi: Layanan harus dapat memberikan solusi terhadap masalah atau kebutuhan pelanggan.

Menurut Kasmir (2004) beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah antara lain:

- a. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.

Pelanggan ingin dilayani secara prima, oleh karena itu untuk melayani pelanggan salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.

- b. Tersedianya karyawan yang baik.

Kenyamanan konsumen juga tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar dan dalam bekerja dalam bidangnya.

- c. Bertanggungjawab kepada konsumen.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Konsumen akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikannya.

d. Mampu berkomunikasi dengan baik.

Para karyawan harus mampu berbicara dengan baik dan cepat memahami keinginan konsumennya. Artinya para karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

e. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Menjaga rahasia perusahaan sama artinya dengan menjaga rahasia pelanggan. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia konsumen terhadap siapa pun. Rahasia perusahaan merupakan ukuran kepercayaan konsumen kepada perusahaan.

f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

Setiap karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena karyawan selalu berhubungan dengan konsumen, maka para karyawan tersebut dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi konsumen atau kemampuan dalam bekerja.

g. Berusaha memahami kebutuhan konsumen.

Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh konsumennya. Para karyawan yang lamban akan membuat konsumen lari, usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

h. Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen.

Kepercayaan calon konsumen kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon konsumen mau menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kualitas pelayanan yang baik adalah Tersedianya sarana dan prasarana yang baik, Tersedianya karyawan yang baik, Bertanggungjawab kepada konsumen, Mampu berkomunikasi dengan baik, Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, Berusaha memahami kebutuhan konsumen, Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen

2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kemajuan suatu usaha salah satunya dipengaruhi oleh kualitas usaha dalam melayani konsumennya. Pelayanan yang diberikan suatu usaha harus memperhatikan kualitas standar yang diberikan kepada konsumen bahkan harus bisa melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan mudah oleh suatu usaha, karena itu dapat membuat konsumen akan datang kembali untuk membeli makanan di tempat itu.

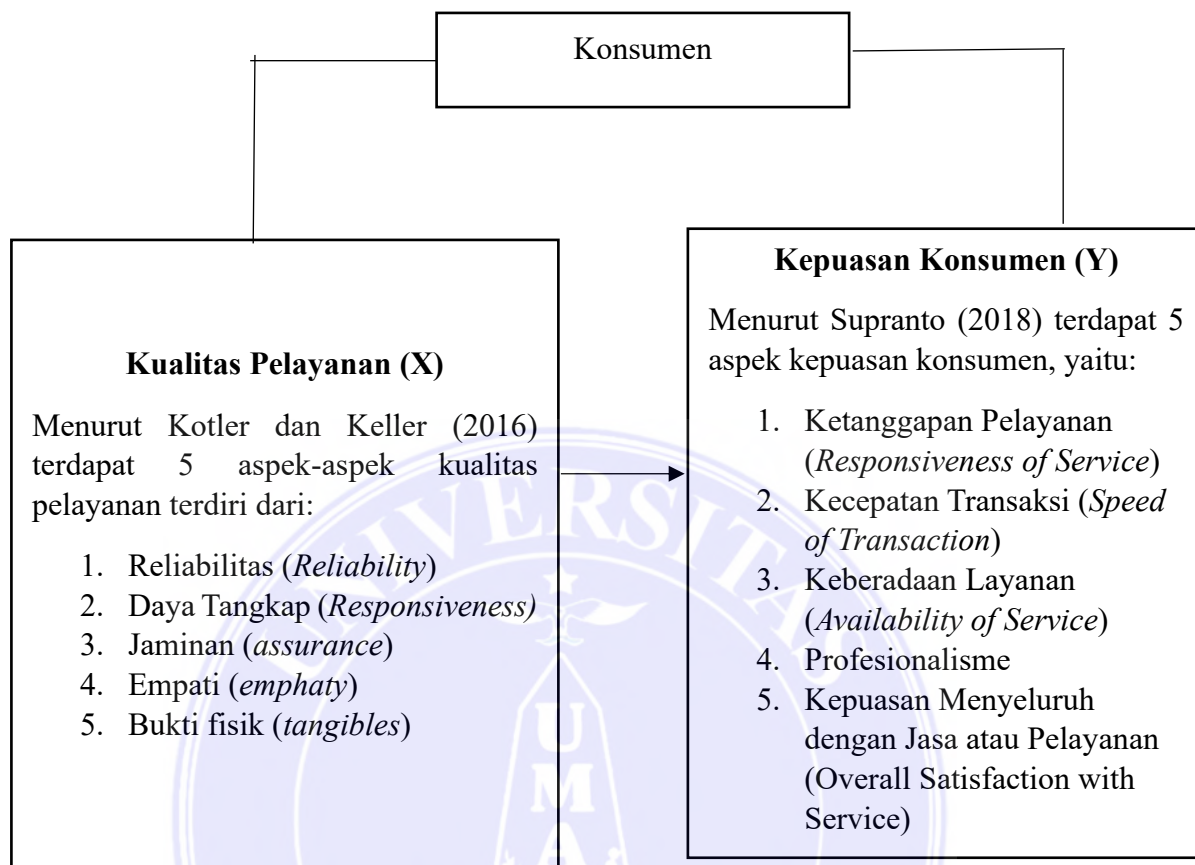
Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan pengalaman positif kepada konsumen sehingga menimbulkan rasa puas atas layanan yang diterima. Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sementara itu, Kotler dan Keller (dalam Setiawan, dkk., 2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk atau jasa dengan harapan yang dimilikinya.

Menurut Suiayin Mahfirah Agsa (2016) pada penelitiannya dengan judul “Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan” yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan. Menurut Lestari (2020) pada penelitian yang meneliti kualitas pelayanan di bidang restoran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan, khususnya pada indikator empati (empathy) dan bukti fisik (tangible).

Kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan yang bersifat dinamis dan saling memengaruhi. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi setelah konsumen membandingkan antara kinerja pelayanan yang diterima dengan harapan awalnya. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang tinggi akan cenderung menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih baik, sebaliknya pelayanan yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan.

Dengan demikian, dinamika hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat dipahami sebagai proses interaksi berkelanjutan di mana kualitas pelayanan menjadi determinan utama terbentuknya kepuasan. Kepuasan konsumen sendiri akan menjadi feedback yang mendorong penyedia layanan untuk terus meningkatkan mutu pelayanan agar tetap kompetitif.

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari 3 Juni sampai dengan 17 Juni 2025. Penelitian dilakukan di Dapoer Joeragan, Kota Medan, Sumatera Utara. Dapoer Joeragan ialah Rumah Makan Masakan Padang Pariaman yang berlokasi di Jl. Amaliun No 90, Kota Matsum IV, Kec. Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara.

Dalam merealisasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan juga kepuasan konsumen yang dimana itu berhubungan dengan konsumen, juga bisa sebagai strategi baru bagi Dapoer Joeragan agar bisa lebih maju dan bisa memiliki konsumen yang loyal karena puas dengan cita rasa dan pelayanan yang ada di Dapoer Joeragan. Sehingga tujuan ini bisa diharapkan untuk meningkatkan kualitas lebih baik dan konsumen merasa lebih puas di Dapoer Joeragan.

Dapoer Joeragan adalah rumah makan yang sudah berdiri sejak akhir tahun 2020 di wilayah Kota Medan. Dapoer Joeragan melayani mulai dari pesanan partai kecil ataupun besar dengan berbagai banyak jenis pilihan lauk.

3.2 Persiapan dan Alat Penelitian

3.2.1 Persiapan Administrasi

Penelitian ini dilaksanakan pada konsumen yang membeli makanan di Dapoer Joeragan, dalam pelaksanaannya peneliti menyiapkan surat izin permohonan penelitian kepada pihak Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Adapun guna surat izin ini untuk meminta persetujuan dari rumah

makan agar bisa melaksanakan penelitian di Dapoer Joeragan. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak rumah makan, peneliti bisa melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli makanan di Dapoer Joeragan. Setelah selesai melakukan penelitian, pihak rumah makan akan memberikan balasan surat yang menyatakan bahwa penelitian sudah dilakukan.

3.2.2 Persiapan Alat Ukur Penelitian

Persiapan disini adalah untuk mempersiapkan alat ukur yang digunakan untuk penelitian, dimulai pada penyusunan skala. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode skala, yang berfokus pada pengukuran kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert dengan empat pilihan jawaban: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Pernyataan disusun dalam dua bentuk aitem yaitu, *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung). Untuk jawaban aitem yang *favorable*, akan diberikan nilai adalah: Sangat Setuju (SS) mendapatkan nilai 4, Setuju (S) mendapatkan nilai 3, Tidak Setuju (TS) mendapatkan nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mendapatkan nilai 1. Sementara itu, untuk jawaban aitem yang *unfavorable*, penilaian dilakukan dengan terbalik, dimana Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 1, Setuju (S) mendapat nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai 4.

3.3 Metodologi Penelitian

3.3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam mengolah dan menganalisis data, yaitu penelitian yang menyajikan data dalam bentuk angka dan melibatkan analisis secara statistik (Sugiyono, 2016). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari pada asumsi, kemudian ditentukan variabel, dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode-metode penelitian yang valid, terutama dalam penelitian kuantitatif (Ibrahim, 2001). Bryman (2005) Proses penelitian kuantitatif dimulai dari teori, hipotesis, desain penelitian, memilih subjek, mengumpulkan data, memproses data, menganalisa data, dan menuliskan kesimpulan.

3.3.2 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu penelitian. Secara umum, variabel adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam penelitian. Ada yang menganggap variabel sebagai gejala yang bervariasi. Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Menurut Ratna Wijayanti dkk (2021) Variabel Independent adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik secara positif maupun negatif. Variabel ini juga dikenal sebagai variabel prediktor, eksogen, atau bebas. Variabel Independent dilambangkan dengan huruf kapital Latin X. Sedangkan Variabel

dependent, juga dikenal sebagai variabel terikat, endogen, atau konsekuen, adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Variabel Dependent dilambangkan dengan huruf kapital Latin Y.

Adapun identifikasi variabel-variabel tersebut sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independent/X) : Kualitas Pelayanan
- b. Variabel terikat (dependent/Y) : Kepuasan Konsumen

3.3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional variable menurut Salmaa (2022) dalam Sugiyono (2016) adalah seperangkat lengkap petunjuk tentang apa yang harus diamati dalam mengukur atau menguji suatu variable dalam pengujian kesempurnaan. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana suatu pelayanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, dengan mempertimbangkan kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan konsumen. Adapun dalam penelitian ini kualitas pelayanan dapat diukur melalui aspek-aspek kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016), yaitu: Reliabilitas (*Reliability*), Daya tangkap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Bukti fisik (*tangibles*).

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi emosional yang muncul sebagai hasil dari proses evaluasi konsumen terhadap pengalaman penggunaan produk atau jasa, dengan membandingkan antara harapan awal

dan kinerja yang dirasakan. Adapun dalam penelitian ini kepuasan konsumen dapat diukur melalui aspek-aspek kepuasan konsumen menurut Supranto (2018) terdapat 5 aspek kepuasan konsumen, yaitu: Ketanggapan Pelayanan (*Responsiveness of Services*), Kecepatan Transaksi (*Speed of Transaction*), Keberadaan Layanan (*Availability of Service*), Profesionalisme, Kepuasan Menyeluruh dengan Jasa atau Pelayanan (*Overall Satisfaction with Service*).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Creswell (dalam Subhaktiyasa. 2024) Dalam penelitian kuantitatif, populasi merupakan sekelompok individu yang memiliki karakteristik yang sama, yang menjadi dasar dalam pengumpulan data penelitian. Definisi ini menekankan pentingnya memperhatikan tiga komponen utama dalam penelitian: subjek, objek, dan lokasi penelitian. Menurut Nanang Martono (dalam Suriani, dkk. 2023) populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli makanan di Dapoer Joeragan. Konsumen yang dimaksud ialah siapa saja yang membeli minimal sekali di Dapoer Joeragan lalu bertemu dengan peneliti maka akan menjadi populasi dalam penelitian ini.

3.4.2 Sampel

Menurut Creswell (dalam Subhaktiyasa. 2024) menjelaskan bahwa sampel adalah subset dari populasi yang dipilih menggunakan teknik

tertentu untuk memastikan representativitasnya. Pemilihan sampel dalam penelitian kuantitatif dilakukan dengan cermat agar data yang diperoleh dapat diandalkan untuk menggambarkan kondisi atau fenomena yang berlaku dalam populasi secara umum. Penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran objektif dan generalisasi hasil, sehingga sampel diperlakukan sebagai representasi statistik dari populasi yang lebih besar. Individu yang termasuk dalam sampel biasanya disebut sebagai "responden," yang memberikan tanggapan atau respon terkait tujuan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli makanan di Dapoer Joeragan yang berjumlah 40 orang.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *Non Probability* sampling yang digunakan yaitu *Sampling Incidental*. *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Menurut (Azwar, 2013), sampling insidental atau accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kebetulan, di mana peneliti memilih individu yang secara kebetulan ditemui dan dianggap memenuhi kriteria sebagai sumber data yang relevan untuk penelitian.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *incidental sampling* yaitu teknik yang dilakukan berdasarkan secara kebetulan saat

peneliti dan individu ketemu lalu memenuhi kriteria yang relevan untuk penelitian. Kriteria dalam penelitian ini yaitu:

1. Konsumen yang membeli makanan di Dapoer Joeragan

Konsumen yang datang dan membeli makanan di Dapoer Joeragan.

Menurut Sugiyono (2020:133) “incidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”. Menurut Riduwan (2010), Incidental sampling adalah teknik penentuan sampel secara tidak sengaja, artinya siapa pun yang kebetulan dijumpai oleh peneliti dan dianggap sesuai dengan karakteristik yang diinginkan dapat dijadikan sampel. Teknik ini termasuk dalam kategori sampling non-probabilitas, di mana tidak semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Karakteristik yang dipakai dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli makanan di Dapoer Joeragan lalu ketemu dengan peneliti.

3.5 Metode Pengumpulan data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan instrument berupa skala psikologi yang mengacu pada skala likert. Skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Skala disusun dengan 4 pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S). Tidak Setuju (TS). Dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pada pernyataan *Favorable* diberi rentang nilai 4-1 dan pernyataan yang

Unfavorable diberi rentang nilai 1-4. Penjelasan skala-skala yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Skala Kualitas Pelayanan

Skala kualitas pelayanan disusun menggunakan aspek-aspek kualitas pelayanan Menurut Kotler dan Keller (2016), yaitu: Reliabilitas (*Reliability*), Daya tangkap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Bukti fisik (*tangibles*). Skala dibuat dengan 4 pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pernyataan *Favorable* diberi rentang nilai 4-1 dan pernyataan *Unfavorable* diberi rentang nilai 1-4.

Data yang diperoleh nantinya akan dianalisis melalui uji SPSS dengan menguji hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti. Metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis product moment dari karl pearson yaitu untuk melihat hubungan antara suatu variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 3. 1 Distribusi Skala Kualitas Pelayanan Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
			Favorabel	Unfavorabel	
1	Reliabilitas (<i>Reability</i>)	Memberikan Pelayanan yang Akurat	1,11	6,16	4
		Memberikan Pelayanan dengan Cepat	21,31	26,36	4
2	Daya tangkap (<i>responsiveness</i>)	Kecepatan	2,12	7,17	4
		Kesigapan	22,32	27,37	4
3	Jaminan (<i>assurance</i>)	Pengetahuan	3,13	8,18	4
		Kesopanan	23,33	28,38	4
		Kemampuan	41,43	42,44	4
4	Empati (<i>emphaty</i>)	Keramahan	4,14	9,19	4
		Perhatian Pribadi	24,34	29,39	4
5	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Kelengkapan Fisik	5,15	10,20	4
		Tampilan Karyawan	25,35	30,40	4
Total			22	22	44

2. Skala Kepuasan Konsumen

Skala kepuasan konsumen disusun menggunakan aspek-aspek kepuasan konsumen Menurut Supranto (2018) terdapat 5 aspek kepuasan konsumen, yaitu: Ketanggapan Pelayanan (*Responsiveness of Services*), Kecepatan Transaksi (*Speed of Transaction*), Keberadaan Layanan (*Availability of Service*), Profesionalisme, Kepuasan Menyeluruh dengan Jasa atau Pelayanan (*Overall Satisfaction with Service*). Skala dibuat dengan 4 pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pernyataan *Favorable* diberi rentang nilai 4-1 dan pernyataan *Unfavorable* diberi rentang nilai 1-4.

Data yang diperoleh nantinya akan dianalisis melalui uji SPSS dengan menguji hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti. Metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis product moment dari karl pearson

yaitu untuk melihat hubungan antara suatu variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 3. 2 Distribusi Skala Kepuasan Konsumen Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
			Favorabel	Unfavorabel	
1	Ketanggapan Pelayanan (<i>Responsiveness of Service</i>)	Kecepatan dalam merespons permintaan konsumen	1,11	6,16	4
		Sikap tanggap terhadap kebutuhan konsumen	21,31	26,36	4
2	Kecepatan Transaksi (<i>Speed of Transaction</i>)	Waktu tunggu konsumen untuk mendapatkan tagihan tidak lama	2,12	7,17	4
		Pelayan cepat menanggapi permintaan pembayaran dari konsumen	22,32	27,37	4
3	Keberadaan Layanan (<i>Availability of Service</i>)	Pelayan selalu tersedia saat dibutuhkan oleh konsumen	3,13	8,18	4
		Menu yang tersedia sesuai dengan yang tercantum di daftar menu	23,33	28,38	4
4	Profesionalisme	Pelayan memahami tugas dan tanggung jawabnya dengan baik	4,14	9,19	4
		Pelayan memberikan layanan dengan sopan dan santun	24,34	29,39	4
5	Kepuasan Menyeluruh dengan Jasa atau Pelayanan (Overall Satisfaction with Service)	Konsistensi Pelayanan	5,15	10,20	4
		Puas secara keseluruhan	25,35	30,40	4
		Kenyamanan Konsumen	41,42	43,44	4
Total			22	22	44

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sahir (2022) validitas adalah uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan pertanyaan yang diajukan peneliti. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Corrected Total Item Correlation* dengan menggunakan laptop berprogram SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*) versi 25 for windows.

Menurut Soesana dkk., (2023) reliabilitas adalah nilai kepercayaan suatu hasil pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan untuk bisa mendapatkan alat ukur data penelitian yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga bisa menghasilkan data yang tepat dengan tujuan penelitian. Analisis reliabilitas alat ukur yang digunakan adalah Teknik *Alpha Cronbach's*, dengan menggunakan SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*) versi 25 for windows. Instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah product moment dari Karl Pearson. Alasan digunakannya teknik korelasi ini karena pada penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat hubungan antara suatu variabel bebas dengan variabel terikat. Sebelum melakukan analisis data, semua data yang diperoleh dari subjek penelitian terlebih dahulu dilakukan uji asumsi, yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu dilakukan untuk mengetahui adakah hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian ini bersifat normal atau tidak.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas yaitu untuk mengetahui apakah data dari variabel terikat memiliki hubungan yang linear dengan variabel bebas



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi product moment, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara Kualitas pelayanan dengan Kepuasan konsumen. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,745$, dengan Signifikan $p < 0.010$.
2. Koefisien determinan (r^2) dari hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah $r^2 = 0,555$. Ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berdistribusi sebesar 55,5% terhadap Kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan ada 45,5% aspek lain yang mempengaruhi Kepuasan konsumen seperti: Kualitas produk/layanan, Harga, Pengalaman pelanggan, Faktor emosional.
3. Berdasarkan hasil uji mean dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan tergolong tinggi dengan nilai mean hipotetik sebesar 105 dan mean empiriknya sebesar 130,58. selanjutnya Kepuasan konsumen dapat disimpulkan memperoleh hasil tinggi dengan nilai hipotetik sebesar 102 dan nilai empiriknya sebesar 128,53.

5.2 Saran

1. Saran kepada Dapoer Joeragan

Pihak rumah makan diharapkan lebih memperhatikan aspek fisik lingkungan rumah makan seperti sirkulasi udara dan kenyamanan tempat duduk, karena hal ini terbukti memengaruhi persepsi kepuasan konsumen. Disarankan juga agar para pelayan dapat meningkatkan kemampuan

komunikasi interpersonal dalam berinteraksi dengan konsumen. Hal ini penting untuk menciptakan kesan profesional dan memperjelas informasi yang diberikan selama pelayanan. Pegawai juga diharapkan lebih tanggap dan responsif terhadap permintaan konsumen, serta meningkatkan kesopanan dan keramahan sebagai bagian dari etika pelayanan yang berkualitas.

2. Saran kepada Konsumen Dapoer Joeragan

Bagi konsumen Dapoer Joeragan diharapkan bisa memberikan saran atau keluhan positifnya kepada Dapoer Joeragan atas kekurangan pelayanan yang ada di Dapoer Joeragan, agar bisa menciptakan dan memperbarui kualitas pelayanan di Dapoer Joeragan serta bisa meningkatkan kepuasan konsumen antara konsumen dengan Dapoer Joeragan

3. Saran kepada peneliti berikutnya

Dengan berbagai keterbatasan dalam penelitian ini. Diharapkan bagi peneliti yang akan melakukan studi selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, kualitas produk, citra merek, dan faktor emosional konsumen. Penelitian juga dapat dilakukan dengan metode kualitatif atau metode campuran agar bisa menggali lebih dalam pengalaman subjektif konsumen. Selain itu, memperluas jumlah responden dan lokasi penelitian yang lebih prefer akan membantu menghasilkan data yang lebih representatif. Peneliti selanjutnya juga diharapkan bisa memperhatikan jumlah aitem jangan kebanyakan agar responden tidak bosan pada saat mengisi skala.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fatqur Hady, E. A. (2023, Oktober). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan PDAM Tirta Musi Kantor Unit Seberang Ulu II Kota Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(3), 433-449.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.
- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(2), 498-504.
- Chinvia D. Pitoi, J. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. *Productivity*, 2(1), 1-5.
- Djunaid, A. (2023, Juni). The Effect Of Service Quality In Enchancing Consumer Satisfaction. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 8(2), 238-250.
- Fortuna, Y. (2016, Februari). Hubungan Kulaitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari Group di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi*, 18(1), 93-103.
- Fustha Athul Aulia Rizky, N. S. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Btm Amman Magelang. *Prosiding Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 593-600.
- Govinaza, A., & Budiani, M. S. (2022). Hubungan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba X. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(5), 143-152.
- Hadi, S., & Pamardiningsih, Y.(2000). Panduan Manual Seri Program Statistik (SPS 2000). Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Hasnaini Mardhatillah, N. F. (2024, Januari). Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada Produk Agradaya. *Jurnal Intensi: Integrasi Riset Psikologi*, 2(1), 1-13.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif.

- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Lestari, N. E. (2020, September). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Waroeng Steak And Shake Cabang Margonda. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina SaranaInformatika*, 18(2), 107-115. doi:<https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Maknunah, L. L. U., & Astuningtyas, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. *Publiciana*, 14(02), 339-361.
- Marnovita. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan. *Psikoborneo*, 8(1), 100-106.
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Media Bina Ilmiah*, 17(5), 795-802.
- Mokoginta, C., Dua, I. L., & Rumerung, J. (2023). Peningkatan kualitas pelayanan untuk kepuasan publik pada Pengadilan Tata Usaha Negara Manado. *Jurnal MABP*, 5(1), 81.
- Muhammad Akbar Ariga, N. (2023, Juli). Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen dsi Drop Coffee Medan. *Jurnal Social Library*, 3(2), 37-44.
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1645-1661.
- Nidia Suriani, R. M. (2023, Juli). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Nurdewi, N. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297-303.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- Oni Marlina Susianti, S. (2024, Maret). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9(1), 18-30. doi:[10.37728/jpr.v9i1.1066](https://doi.org/10.37728/jpr.v9i1.1066)

- Reynaldi Ksanjaya, E. T. (2022). Motivasi Siswa Dalam Kegiatan Ekstrakurikuler Futsal Di SMA Negeri 1 Blanakan. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(5), 6094-6099.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Medan: PENERBIT KBM INDONESIA.
- Setiani, T., & Andini, R. A. Q. (2023). Pengaruh rasio solvabilitas dan rasio aktivitas perusahaan terhadap rasio profitabilitas perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023. *Jurnal Akuntansi*, 18(02), 68-81.
- Siti Asmaul Husna, I. W. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan X di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 23-27.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., . . . Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024, November). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111-118.
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261-270.
- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada pt astra internasional tbk honda cabang maros. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 132-146.
- Tommy Setiawan Ruslim, M. R. (2016, Maret). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Segi Harga dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 51-65.
- Widyastuti, S. R. (2022). *Bahan Ajar Statistika Inferensial*. Cirebon: UNU Cirebon Press.



LAMPIRAN



LAMPIRAN 1

ALAT UKUR PENELITIAN

Skala Penelitian

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.
Selamat Pagi/Siang/Malam

Perkenalkan, saya Muhammad Razaq Thoriq, mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Saat ini sedang melaksanakan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir skripsi saya.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya meminta izin atas kesediaan Bapak/Ibu sekalian untuk bisa meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner penelitian yang telah saya susun guna untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi saya.

Adapun skala ini terdiri dari beberapa pernyataan. Untuk cara pengisian Skala Bapak/Ibu dapat memilih salah satu opsi yang tertera dibawah ini.

Keterangan:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Saya sungguh sangat menghargai waktu dan kejujuran Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini.
Partisipasi Bapak/Ibu sangat berharga untuk keberhasilan penelitian ini.
? Saya ucapkan Terimakasih kepada Bapak/Ibu.

Petunjuk Pengisian

Pada setiap butir pernyataan dibawah ini, anda diminta untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri anda. Bacalah dan pahami setiap pernyataan dengan teliti. Dalam hal ini tidak ada jawaban yang benar atau salah, maka untuk setiap pernyataan dibawah ini pilihlah salah satu opsi yang paling sesuai dengan keadaan diri anda.

Adapun kategori pilihan jawabannya sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Pesanan makanan saya selalu disajikan sesuai dengan yang saya minta *

☐ SS
☐ S
☐ TS
☐ STS

Saya merasa pelayan cepat mengerti apa yang saya butuhkan *

? ☐ SS

Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pesanan makanan saya selalu disajikan sesuai dengan yang saya minta.				
2	Saya merasa pelayan cepat mengerti apa yang saya butuhkan.				
3	Pelayan terlihat menguasai informasi tentang makanan dan layanan yang tersedia.				
4	Pelayan menyambut saya dengan senyuman saat saya datang ke rumah makan.				
5	Rumah makan ini menyediakan perlengkapan makan yang lengkap dan bersih.				
6	Saya sering menerima makanan yang tidak sesuai dengan pesanan saya.				
7	Saya merasa pelayan lambat dalam memahami keinginan saya.				
8	Pelayan terlihat tidak paham terhadap makanan dan layanan yang disediakan rumah makan ini.				
9	Pelayan menyambut saya dengan wajah datar tanpa ekspresi ramah.				
10	Saya kesulitan menemukan perlengkapan makan seperti sendok atau tisu.				
11	Informasi yang diberikan pelayan tentang menu tepat dan jelas.				
12	Pelayan langsung memahami pesanan saya tanpa perlu saya ulangi.				
13	Pelayan mampu menjelaskan isi dan bahan dalam setiap menu dengan baik.				
14	Saya merasa nyaman karena pelayan berbicara dengan ramah dan sopan.				
15	Fasilitas seperti meja, kursi, dan peralatan makan tersedia dalam kondisi baik.				
16	Pelayan sering memberikan informasi yang membingungkan tentang menu.				
17	Pelayan sering meminta saya mengulangi pesanan karena tidak langsung mengerti.				
18	Pelayan sering kebingungan saat saya menanyakan isi dari suatu menu.				
19	Saya merasa pelayan kurang bersahabat saat berbicara dengan saya.				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
20	Beberapa fasilitas di rumah makan ini tampak tidak lengkap atau rusak.				
21	Proses pelayanan di rumah makan ini berlangsung secara cepat dan efisien.				
22	Pelayan di rumah makan ini selalu sigap saat saya membutuhkan bantuan.				
23	Pelayan memperlakukan setiap pelanggan dengan sikap yang hormat.				
24	Pelayan terlihat memperhatikan kenyamanan saya selama berada di rumah makan.				
25	Pelayan di rumah makan ini selalu tampil rapi dan bersih.				
26	Proses pelayanan di sini berjalan lambat dan membuat saya tidak nyaman.				
27	Pelayan sering tidak menyadari ketika pelanggan membutuhkan bantuan.				
28	Pelayan tampak tidak menghargai pelanggan saat berinteraksi.				
29	Pelayan tampak kurang memperhatikan saya saat saya memerlukan bantuan.				
30	Penampilan pelayan tampak kurang rapi dan tidak mencerminkan profesionalisme.				
31	Makanan yang saya pesan disajikan dalam waktu yang singkat.				
32	Pelayan segera menghampiri saya begitu saya menunjukkan tanda ingin memesan.				
33	Pelayan selalu mengucapkan terima kasih setelah melayani saya.				
34	Pelayan secara aktif menanyakan apakah saya membutuhkan sesuatu.				
35	Pelayan tampak terawat dan memperhatikan penampilan saat melayani pelanggan.				
36	Makanan yang saya pesan sering disajikan dalam waktu yang terlalu lama.				
37	Pelayan tampak lambat merespons saat saya ingin memesan.				
38	Saya jarang mendengar pelayan mengucapkan salam atau terima kasih.				
39	Pelayan tidak menunjukkan kepedulian terhadap kenyamanan saya.				
40	Saya merasa kurang nyaman karena tampilan pelayan tampak tidak terawat.				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
41	Pelayan memiliki kemampuan yang baik dalam menangani pesanan dengan tepat.				
42	Pelayan sering terlihat bingung saat melayani pesanan saya.				
43	Setiap proses pelayanan dilakukan dengan terampil dan profesional.				
44	Saya merasa pelayanan yang diberikan kurang profesional.				



Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pelayan segera merespons ketika saya meminta sesuatu.				
2	Saya tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan tagihan.				
3	Pelayan selalu berada di sekitar ketika saya membutuhkan bantuan.				
4	Pelayan mengetahui dengan jelas apa yang harus dilakukan saat melayani konsumen.				
5	Pelayanan yang saya terima konsisten baik setiap kali berkunjung.				
6	Pelayan lambat dalam merespons permintaan saya.				
7	Saya harus menunggu terlalu lama untuk menerima tagihan.				
8	Saya kesulitan menemukan pelayan saat membutuhkan bantuan.				
9	Pelayan tidak tahu harus berbuat apa saat terjadi masalah dalam pelayanan.				
10	Pelayanan di rumah makan ini tidak konsisten: kadang baik, kadang mengecewakan.				
11	Pelayan langsung menghampiri saat saya memberi isyarat atau memanggil.				
12	Pelayan langsung memproses tagihan setelah saya selesai makan.				
13	Ketersediaan pelayan membuat saya merasa dilayani dengan baik.				
14	Pelayan dapat menjelaskan menu dan menjawab pertanyaan saya dengan baik.				
15	Mutu pelayanan tetap baik meskipun saya datang di jam sibuk.				
16	Saya merasa pelayanan di rumah makan ini terlalu lambat.				
17	Pelayan terlambat memberikan tagihan meskipun saya sudah memintanya.				
18	Saya harus menunggu lama karena pelayan tidak langsung tersedia.				
19	Pelayan tampak bingung saat saya menanyakan sesuatu tentang menu.				
20	Saya merasa pelayanan menurun ketika rumah makan sedang ramai.				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
21	Pelayan cepat tanggap saat saya terlihat membutuhkan sesuatu.				
22	Pelayan segera datang saat saya meminta tagihan.				
23	Menu yang saya pesan selalu tersedia sesuai dengan daftar menu.				
24	Pelayan menggunakan bahasa yang sopan saat berbicara dengan saya.				
25	Saya merasa puas dengan keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan ini.				
26	Saya merasa pelayan tidak peka terhadap kebutuhan saya sebagai konsumen.				
27	Saya harus menunggu lama sebelum pelayan memberikan tagihan.				
28	Banyak menu di daftar yang ternyata tidak tersedia saat saya memesan.				
29	Pelayan berbicara dengan nada tinggi atau kasar saat melayani saya.				
30	Saya merasa pelayanan di rumah makan ini mengecewakan secara keseluruhan.				
31	Saya merasa kebutuhan saya diperhatikan dengan baik oleh pelayan.				
32	Saya tidak mengalami kendala saat ingin membayar pesanan.				
33	Pelayan dapat menyajikan menu sesuai pesanan tanpa perlu mengganti pilihan.				
34	Pelayan menyapa saya dengan ramah saat datang ke rumah makan.				
35	Pelayanan di rumah makan ini sesuai dengan harapan saya.				
36	Pelayan hanya melayani saat saya sudah berulang kali meminta.				
37	Pelayan kurang tanggap saat saya ingin melakukan pembayaran.				
38	Saya sering harus mengganti pesanan karena menu yang saya pilih tidak tersedia.				
39	Pelayan melayani saya tanpa senyum dan terlihat tidak ramah.				
40	Pelayanan yang saya terima tidak sesuai dengan ekspektasi saya.				
41	Saya merasa nyaman berada di rumah makan ini dalam waktu yang lama.				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
42	Pelayanan yang ramah membuat saya merasa nyaman berada di rumah makan ini.				
43	Saya merasa tidak nyaman berada di rumah makan ini untuk waktu yang lama.				
44	Pelayanan yang diberikan membuat saya ingin segera meninggalkan rumah makan ini.				





LAMPIRAN 2
SKOR DATA PENELITIAN

Skor Data Penelitian Skala Kualitas Pelayanan

Nama	Usia	Jenis Kelamin	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	A33	A34	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	
YS	25	Laki-Laki	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3		
AP	24	Laki-Laki	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	1	4	1
F	26	Perempuan	3	4	2	2	3	4	3	2	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	
DA	28	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
RPP	27	Laki-Laki	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3		
SF	21	Laki-Laki	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
S	23	Perempuan	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	1	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4
YA	20	Perempuan	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	
RT	22	Laki-Laki	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
MRF	33	Laki-Laki	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
FR	31	Laki-Laki	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	
AF	25	Laki-Laki	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	
RIJ	24	Laki-Laki	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3		
GR	21	Perempuan	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	3	4	4	1	4	1	1	4	2	4	4	3
FAF	25	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
DA	22	Perempuan	4	4	4	4	3	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	
VNF	21	Perempuan	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	
S	21	Perempuan	4	4	4	4	2	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3
D	20	Perempuan	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2
AZ	30	Laki-Laki	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3
SNA	20	Perempuan	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
AI	21	Perempuan	3	3	4	3	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	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
SAN	21	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1
GZ	22	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
RP	22	Laki-Laki	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
AF	32	Laki-Laki	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
MRE	25	Laki-Laki	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	1	4	1	
SAY	23	Laki-Laki	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
DSY	27	Laki-Laki	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	
D	22	Laki-Laki	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
AS	28	Laki-Laki	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	1	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4
AA	26	Laki-Laki	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	
MRI	33	Laki-Laki	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
FW	25	Laki-Laki	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
MIR	21	Laki-Laki	4	4	4	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
FP	24	Laki-Laki	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
HZA	22	Laki-Laki	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3																											

Skor Data Penelitian Skala Kepuasan Konsumen

Nama	Usia	Jenis Kelamin	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	A33	A34	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	
YS	25	Laki-Laki	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	
AP	24	Laki-Laki	3	3	4	3	4	1	1	1	1	1	3	2	4	4	4	1	1	1	2	2	2	3	2	3	3	1	3	3	2	2	4	2	3	3	3	1	3	2	2	2	2	4	4	4	
F	26	Perempuan	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	4	3	
DA	28	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
RRP	27	Laki-Laki	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3		
SF	21	Laki-Laki	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
S	23	Perempuan	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	
YA	20	Perempuan	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	
RT	22	Laki-Laki	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	
MRF	33	Laki-Laki	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
FR	31	Laki-Laki	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	
AF	25	Laki-Laki	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	1	3	3	1	4	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	3	3	4	4	4	4	4	
RIJ	24	Laki-Laki	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4		
GR	21	Perempuan	3	3	3	2	2	3	1	1	1	4	2	3	4	4	2	3	2	2	1	3	4	2	4	4	3	2	3	1	1	3	3	2	4	1	4	2	2	2	3	2	4	1	2	3	
FAF	25	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
DA	22	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4		
VNF	21	Perempuan	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4
S	21	Perempuan	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	2	4	4	2	2	2	1	2	4	2	3	3	4	1	2	3	4	4	3	3	4	2	4	2	2	1	1	2	2	3	4	2	
D	20	Perempuan	2	2	2	2	3	2	3	1	1	1	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	3	1	2	1	3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	4	1	
AZ	30	Laki-Laki	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	4	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	
SNA	20	Perempuan	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4		
AI	21	Perempuan	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
SAN	21	Perempuan	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
GZ	22	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	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	3	3	3	3	3	3		
RP	22	Laki-Laki	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	
AF	32	Laki-Laki	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
MRE	25	Laki-Laki	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	
SAY	23	Laki-Laki	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	
DSD	27	Laki-Laki	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
D	22	Laki-Laki	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	1	3	3	1	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	3	3	4	4	4	4	
AS	28	Laki-Laki	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	
AA	26	Laki-Laki	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	
MRI	23	Laki-Laki	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	
FW	25	Laki-Laki	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
MR	21	Laki-Laki	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	
FP	24	Laki-Laki	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3		
HZA	22	Laki-Laki	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3		
RA	27	Laki-Laki	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3																																



LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Reliability

Scale: Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.942	44

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

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KP1	3.60	.496	40
KP2	3.60	.545	40
KP3	3.53	.599	40
KP4	3.23	.530	40
KP5	3.15	.580	40
KP6	3.38	.667	40
KP7	3.20	.687	40
KP8	3.23	.698	40
KP9	3.08	.474	40
KP10	3.23	.577	40
KP11	3.35	.580	40
KP12	3.35	.580	40
KP13	3.33	.694	40
KP14	3.43	.549	40
KP15	3.55	.504	40
KP16	3.28	.554	40
KP17	3.20	.687	40
KP18	3.15	.580	40
KP19	3.30	.608	40
KP20	3.18	.594	40
KP21	3.25	.543	40
KP22	3.50	.555	40
KP23	3.30	.564	40
KP24	3.45	.639	40
KP25	3.43	.636	40
KP26	3.23	.832	40
KP27	3.08	.526	40
KP28	3.13	.791	40
KP29	3.23	.577	40
KP30	3.28	.640	40
KP31	3.38	.540	40
KP32	3.33	.616	40
KP33	3.48	.599	40
KP34	3.28	.679	40
KP35	3.43	.594	40
KP36	3.23	.620	40
KP37	3.35	.533	40
KP38	3.15	.700	40
KP39	3.13	.648	40
KP40	3.33	.764	40
KP41	3.23	.660	40
KP42	3.03	.733	40
KP43	3.23	.577	40
KP44	3.10	.778	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	141.17	206.302	.456	.941
KP2	141.17	207.533	.332	.941
KP3	141.25	206.346	.369	.941
KP4	141.55	205.433	.482	.940
KP5	141.62	202.138	.642	.939
KP6	141.40	205.990	.345	.941
KP7	141.58	204.969	.387	.941
KP8	141.55	204.254	.417	.941
KP9	141.70	204.369	.624	.940
KP10	141.55	203.382	.567	.940
KP11	141.42	202.199	.638	.939
KP12	141.42	203.328	.568	.940
KP13	141.45	200.305	.624	.939
KP14	141.35	204.490	.526	.940
KP15	141.22	204.179	.599	.940
KP16	141.50	204.667	.509	.940
KP17	141.58	199.943	.650	.939
KP18	141.62	201.010	.712	.939
KP19	141.47	203.794	.512	.940
KP20	141.60	202.297	.615	.940
KP21	141.52	200.922	.769	.939
KP22	141.27	201.948	.685	.939
KP23	141.47	201.025	.732	.939
KP24	141.33	203.610	.496	.940
KP25	141.35	199.464	.734	.939
KP26	141.55	201.946	.441	.941
KP27	141.70	203.856	.594	.940
KP28	141.65	202.182	.456	.941
KP29	141.55	201.433	.689	.939
KP30	141.50	201.590	.608	.939
KP31	141.40	206.144	.427	.941
KP32	141.45	202.408	.586	.940
KP33	141.30	204.010	.508	.940
KP34	141.50	203.897	.448	.941
KP35	141.35	205.669	.412	.941
KP36	141.55	201.792	.618	.939
KP37	141.42	205.584	.469	.941
KP38	141.62	201.779	.542	.940
KP39	141.65	201.618	.598	.940
KP40	141.45	203.279	.422	.941
KP41	141.55	203.690	.474	.940
KP42	141.75	214.962	-.114	.945
KP43	141.55	203.382	.567	.940
KP44	141.67	212.020	.019	.945

$$44 - 2 = 42 \times 4 + 42 \times 1 / 2 = 105$$

Scale: Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	44

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KK1	3.43	.549	40
KK2	3.13	.723	40
KK3	3.18	.675	40
KK4	3.10	.591	40
KK5	3.23	.660	40
KK6	3.08	.572	40
KK7	3.00	.961	40
KK8	2.98	.832	40
KK9	2.90	.810	40
KK10	2.98	.800	40
KK11	3.35	.622	40
KK12	2.98	.768	40
KK13	3.25	.742	40
KK14	3.40	.672	40
KK15	3.08	.730	40
KK16	3.15	.736	40
KK17	3.03	.920	40
KK18	2.95	.639	40
KK19	2.85	.770	40
KK20	2.78	.891	40
KK21	3.33	.656	40
KK22	3.15	.700	40
KK23	3.05	.815	40
KK24	3.33	.616	40
KK25	3.20	.687	40
KK26	2.93	.694	40
KK27	2.98	.733	40
KK28	2.88	.757	40
KK29	3.43	.844	40
KK30	3.35	.864	40
KK31	3.25	.494	40
KK32	3.15	.736	40
KK33	3.15	.622	40
KK34	3.05	.783	40
KK35	3.18	.675	40
KK36	3.15	.864	40
KK37	3.00	.751	40
KK38	3.00	.987	40
KK39	3.35	.700	40
KK40	3.20	.687	40
KK41	3.25	.776	40
KK42	3.38	.667	40
KK43	3.45	.597	40
KK44	3.33	.656	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KK1	134.83	360.404	.428	.957
KK2	135.13	349.702	.718	.956
KK3	135.08	354.533	.576	.956
KK4	135.15	355.823	.604	.956
KK5	135.03	359.256	.397	.957
KK6	135.18	359.994	.429	.957
KK7	135.25	348.295	.569	.957
KK8	135.28	344.256	.800	.955
KK9	135.35	345.721	.772	.955
KK10	135.28	349.384	.655	.956
KK11	134.90	357.118	.515	.957
KK12	135.28	356.871	.420	.957
KK13	135.00	351.897	.617	.956
KK14	134.85	359.362	.385	.957
KK15	135.18	350.661	.674	.956
KK16	135.10	351.477	.639	.956
KK17	135.23	343.461	.743	.955
KK18	135.30	351.190	.753	.956
KK19	135.40	346.503	.786	.955
KK20	135.48	349.999	.565	.957
KK21	134.93	359.353	.396	.957
KK22	135.10	349.682	.743	.956
KK23	135.20	346.882	.727	.956
KK24	134.93	357.969	.484	.957
KK25	135.05	352.049	.664	.956
KK26	135.33	353.969	.581	.956
KK27	135.28	348.256	.761	.955
KK28	135.38	347.779	.753	.955
KK29	134.83	350.661	.578	.956
KK30	134.90	343.733	.785	.955
KK31	135.00	360.974	.448	.957
KK32	135.10	349.477	.713	.956
KK33	135.10	358.297	.465	.957
KK34	135.20	349.600	.663	.956
KK35	135.08	352.225	.669	.956
KK36	135.10	357.015	.364	.958
KK37	135.25	361.064	.280	.958
KK38	135.25	348.244	.554	.957
KK39	134.90	356.708	.470	.957
KK40	135.05	352.869	.631	.956
KK41	135.00	360.923	.275	.958
KK42	134.88	357.651	.457	.957
KK43	134.80	368.728	.024	.959
KK44	134.93	358.174	.444	.957

$$44- 3 = 41 \times 4 + 41 \times 1 / 2 = 102,5$$



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kepuasaan konsumen	kualitas pelayanan
N		40	40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	128.53	130.58
	Std. Deviation	18.068	14.176
Most Extreme Differences	Absolute	.126	.143
	Positive	.092	.104
	Negative	-.126	-.143
Test Statistic		.126	.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.108	.139

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



LAMPIRAN 5
HASIL UJI LINEARITAS

Means

Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kualitas pelayanan * kepuasaan konsumen	40	100.0%	0	0.0%	40	100.0%

Report

kualitas pelayanan

kepuasaan konsumen	Mean	N	Std. Deviation
69	92.00	1	.
86	162.00	1	.
99	152.00	1	.
102	106.00	1	.
108	132.00	1	.
113	114.00	1	.
115	121.00	1	.
118	127.00	1	.
120	147.00	2	.000
121	126.00	1	.
122	129.00	1	.
123	133.00	4	5.228
124	129.00	1	.
129	129.00	1	.
132	142.00	1	.
133	121.00	1	.
134	144.00	2	.000
135	124.00	1	.
137	143.60	5	4.930
139	140.00	2	.000
143	145.00	4	5.033
145	149.00	2	1.414
146	151.00	1	.
152	146.00	1	.
155	158.00	1	.
157	152.00	1	.
Total	130.58	40	14.176

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kualitas pelayanan * kepuasaan konsumen	Between Groups	(Combined)	7580.575	25	303.223	16.505	.000
		Linearity	2324.289	1	2324.289	126.516	.000
		Deviation from Linearity	5256.286	24	219.012	11.921	.412
	Within Groups		257.200	14	18.371		
	Total		7837.775	39			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
kualitas pelayanan * kepuasaan konsumen	.745	.555	.983	.967

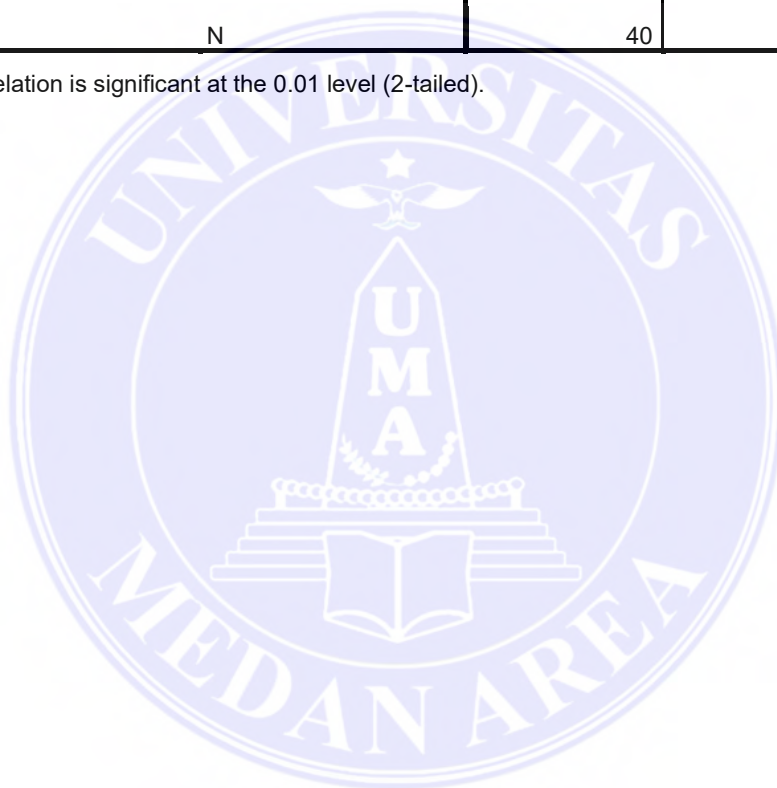


LAMPIRAN 6
HASIL UJI HIPOTESIS

Correlations

Correlations			
		kualitas pelayanan	kepuasaan konsumen
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	1	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
kepuasaan konsumen	Pearson Correlation	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).





LAMPIRAN 7

SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1900/FPSI/01.10/VI/2025

3 Juni 2025

Lampiran : -

Hal : **Penelitian**

Yth. Bapak/Ibu
Owner
Rumah Makan Dapoer Joeragan
di -
Tempat

Dengan hormat,
Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **Rumah Makan Dapoer Joeragan** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Muhammad Razaq Thoriq

Nomor Pokok Mahasiswa : 218600116

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul "**Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Dapoer Joeragan.**" Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **Rumah Makan Dapoer Joeragan**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Penelitian mahasiswa tersebut dibimbing oleh Ibu Eryanti Novita, S.Psi., M.Psi, Psikolog.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di Rumah Makan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

A.n Dekan,
Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik
& Gugus Jaminan Mutu


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

Tembusan

- Mahasiswa Ybs
- Arsip



82

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

Document Accepted 16/2/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/2/26



LAMPIRAN 8

SURAT SELESAI PENELITIAN

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayondri

Jabatan : Pemilik/Owner Dapoer Joeragan

Dengan ini menerangkan bahwa dibawah ini:

Nama : Muhammad Razaq Thoriq

NPM : 218600116

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Universitas : Universitas Medan Area

Telah selesai melakukan penelitian di Dapoer Joeragan untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi yang berjudul "HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI DAPOER JOERAGAN"

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 17 Juni 2025
DAPOER JOERAGAN
Masakan Rumahan Khas Padang Pariaman
Jl. Amoitun No. 96 A | 0853 61810830

Ayondri