

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Aktivitas Pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

a. *Tangible* (Bukti Langsung)

- Lokasi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yang berada di daerah perkotaan.
- Kenyamanan ruangan rumah makan dengan nuansa parahyangan..
- Kelengkapan meja makan, tempat duduk dan lesehan.
- Penampilan dan kerapihan pramusaji.
- Tempat parkir yang cukup luas kapasitas maksimal 50 mobil.

b. *Reliability* (keandalan)

- Berusaha memberikan informasi yang jelas dan dimengerti.
- Berusaha memberikan kepuasa pada Cita rasa makanan dan minuman yang ditawarkan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
- Berusaha agar konsumen mudah dalam menghubungi pramusaji.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

- Perhatian pramusaji terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.
- Pelayanan yang cepat dan tepat dari pramusaji kepada konsumen.

d. Assurance (Jamianan)

- Kemampuan dan pengetahuan pramusaji dalam menjalankan tugas-tugasnya.
- Pihak rumah makan bertanggungjawab atas keamanan dan keselamatan konsumen.
- Pihak rumah makan senantiasa berusaha untuk dapat memenuhi janji dalam pemesanan.

e. Emphaty (Empati)

- Adanya perhatian khusus dari pihak rumah makan kepada konsumen.
- Perilaku pramusaji secara umum.

4.2 Gambaran Umum Responden.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang responden. Peneliti menyebarkan 100 buah kuesioner yang disebarakan kepada para konsumen yang sedang bersantap di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung. Kuesioner yang dibagikan tersebut terdiri dari dua bagian, bagian pertama adalah mengenai harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan yang di diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung, dan yang kedua adalah mengenai kinerja yang dirasakan konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Dari kuesioner yang dibagikan didapat hasilkan data primer berupa data pribadi responden dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung. Data pribadi responden tersebut meliputi : jenis kelamin, usia, pekerjaan, seringnya menjadi konsumen, dan sumber responden mengenai Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Dari hasil koesioenr yang dibagikan kepada 100 orang responden, dapat diketahui gambaran konsumen Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung sebagai berikut :

Tabel 4.1

Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelami.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Pria	37	37
Wanita	63	63
Total	100	100

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah wanita dengan jumlah 63 orang atau sebesar 63 %, sedangkan pria berjumlah 37 orang atau sebesar 37 %.

Tabel 4.2

Kelompok Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
< 25 tahun	15	15
25-35 tahun	19	19
36-45 tahun	51	51
> 45 tahun	15	15
Total	100	100

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa bagian terbesar responden yang mengunjungi Rumah Makan Sari Sunda soekarno Hatta bandung adalah yang

berusia antara 36-45 tahun atau 51 % . hal ini sesuai dengan cilta rasa dan menu makanan yang disajikan dimana menu makanan yang disajikan lebih banyak diminati oleh orang-orang dewasa daripada remaja

Tabel 4.3

Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Pelajar /mahasiswa	9	9
pegawai negeri	29	29
Wiraswasta	25	25
Pegawai swasta	27	27
Lainnya	10	10
Total	100	100

Menurut pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan terlihat pada tabel 4.3 bahwa sebagian besar konsumen Rumah makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung terdiri dari pegawai negeri sebanyak 29 orang atau 29 % wiraswasta sebanyak 25 orang atau 25%, dan pegawai swasta sebanyak 27 orang atau 27 %. Dari hal tersebut dapat kita lihat bahwa selisih antara ketiganya tidak terlalu jauh hal ini sesuai dengan target pasar rumah makan sari sunda yaitu menengah keatas. Selain itu juga letak rumah makan sari sunda Soekarno Hatta Bandung yang dekat dengan kantor kantor BUMN.

Tabel 4.4

Kelompok Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Hampir setiap hari	23	23
1-3 kali dalam satu minggu	33	33
1-3 kali dalam satu bulan	26	26
1 kali dalam dua bulan atau lebih	18	18
Total	100	100

Dari tabel 4.4 didapat bahwa pengelompokan responden berdasarkan frekuensi berkunjung yang paling sering adalah 1-3 kali dalam satu minggu dan yang mengunjungi 1-3 kali dalam satu bulan dengan jumlah 59 orang atau 59 %. Hal ini disebabkan karna harga baik makanan dan minuman yang di tetapkan sesuai dengan citarasa dari makan dan minuman tersebut selain itu juga sari sunda yang memiliki tempat yang sangat nyaman untuk bersantai dengan suasana khas sunda.

Tabel 4.5

Kelompok Responden Berdasarkan Sumber Informasi Perusahaan

Keterangan	Frekuensi	Persentasi (%)
Teman / Kerabat	59	59
Media Cetak	41	41
Lainnya	0	0
Total	100	100

Dari tabel 4.5 didapatkan pengelompokan responden berdasarkan sumber informasi perusahaan, sebagian besar didapat dari teman / kerabat dengan jumlah 59 orang atau 59 %, dan sumber dari media cetak seperti pamflet, leaflet, spanduk dll, dengan jumlah 41 orang atau 41 %.

4.3 Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka dapat diketahui mengenai harapan responden terhadap kualitas pelayanan Rumah makan yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung. Untuk memudahkan dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

Sangat Penting. (SP) = 5

Penting. (P) = 4

Cukup Penting. (CP) = 3

Kurang Penting. (KP) = 2

Tidak Penting. (TP) = 1

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval. Untuk menentukan panjang kelas interval, maka digunakan rumus menurut **Prof. Dr. Sudjana, MA., M.Sc.** dalam bukunya “ Statistika untuk Ekonomi dan Niaga “ (200;79) sebagai berikut :

1,00 – 1,79 = Tidak Prnting.

1,80 – 2,59 = Kurang Penting.

2,60 – 3,39 = Cukup Penting.

3,40 – 4,19 = Penting,

4,20 – 5,00 = Sangat Penting.

Harapan responden terhadapk kualitas pelayanan rumah makan yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Harapan Responde Mengenai Loksi Rumah Makan Sari Sunda
Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	53	53
Penting	47	47
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan responden mengenai lokasi Rumah makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung dimana responden sebanyak 53 orang atau 53 % menyatakan bahwa lokasi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung adalah sangat penting dengan kata lain strategis. Sedangkan 47 orang atau 47 % responden menyatakan hal tersebut penting. Jadi lokasi yang strategis merupakan hal yang sangat penting bagi para konsumen, mungkin para konsumen menginginkan suasana yang berbeda yang kental dengan nuansa parahyangan.

Tabel 4.7
Harapan konsumen mengenai kenyamanan Ruang Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	50	50
Penting	50	50
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan responden mengenai kenyamanan ruangan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung sebesar 50 orang atau 50 % menyatakan sangat penting dan 50 orang atau 50 % menyatakan penting.

Tabel 4.8
Harapan Responden Mengenai kebersihan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	43	43
Penting	57	57
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan responden mengenai kebersihan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu berjumlah 43 orang atau 43 % menyatakan sangat penting dan 57 orang atau 57 % menyatakan penting dari informasi tersebut dapat dilihat bahwa konsumen menganggap kebersihan rumah makan adalah suatu hal yang penting.

Tabel 4.9
Harapan Responden Mengenai Penampilan dan Kerapihan
Pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	53	53
Penting	47	47
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai penampilan dan kerapihan pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu berjumlah 53 orang atau 53 % menyatakan sangat penting dan 47 orang atau 47 % menyatakan penting. Konsumen menganggap bahwa penampilan pramusaji dan kerapihan pramusaji dinilai sangat penting.

Tabel 4.10
Harapan Responden Mengenai Fasilitas Tempat Parkir Rumah Makan
Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	60	60
Penting	40	40
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai fasilitas tempat parkir Rumah Makan Soekarno Hatta Bandung yaitu 60 orang atau 60 % menyatakan sangat penting dan 40 orang atau 40 % menyatakan penting. Konsumen menganggap bahwa fasilitas parkir dinilai sangat penting.

Tabel 4.11
Harapan Responden Mengenai Pelayanan dan Informasi yang Jelas dan Dimengerti Pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	43	43
Penting	57	57
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai informasi dan pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu 43 orang atau 43 % menyatakan sangat penting, dan 57 orang atau 57 %. Dengan demikian konsumen menganggap penting pelayanan dan informasi.

Tabel 4.12
Harapan Responden Mengenai Cita Rasa Makanan dan Minuman Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	69	69
Penting	31	31
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai cita rasa makanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu 69 orang atau 69 % menyatakan sangat penting, dan 31 orang atau 31 % menyatakan penting.

Dengan demikian konsumen menganggap bahwa cita rasa makanan dan minuman dianggap sangat penting.

Tabel 4.13
Harapan Responden Mengenai Kemudahan dalam Menghubungi Pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	60	60
Penting	40	40
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai kemudahan dalam menghubungi pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu 60 orang atau 60 % menyatakan sangat penting, dan 40 orang atau 40 % menyatakan penting. Dari hal tersebut konsumen menganggap bahwa komunikasi dengan pramusaji dinilai sangat penting karena hal tersebut dapat memudahkan konsumen untuk dapat menghubungi pramusaji pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Tabel 4.14
Harapan Responden Mengenai Perhatian Terhadap Masalah yang Dihadapi Konsumen pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	48	60
Penting	52	40
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai perhatian terhadap masalah yang dihadapi konsumen pada Rumah Makan Sari Sunda

Soekarno Hatta Bandung yaitu 48 orang atau 48 % menyatakan sangat penting, dan 52 orang atau 52 % menyatakan penting. Oleh karena itu konsumen beranggapan bahwa perhatian terhadap masalah yang ditemui konsumen dinilai penting. Dengan hal itu konsumen ingin merasa lebih diperhatikan pada saat mereka menemukan kendala atau permasalahan yang berkaitan dengan Rumah Makan.

Tabel 4.15
Harapan Responden Mengenai Pelayanan Yang cepat dan tepat pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	50	50
Penting	50	50
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai pelayanan yang cepat dan tepat pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu, 50 orang atau 50 % menyatakan sangat penting, dan 50 orang atau 50 % menyatakan penting, dengan informasi tersebut bahwa konsumen menganggap pelayanan yang cepat dan tepat dinilai sangat penting karena pada saat konsumen telah melakukan pemesanan yang dia harapkan makanan atau minuman yang di pesan tidak terlalu lama datang ke meja makan dan jika pelayanan yang diberikan lambat maka bisa jadi konsumen tersebut tidak akan lagi mau untuk berkunjung ke rumah makan.

Tabel 4.16
Harapan Responden Mengenai Kemampuan dan Pengetahuan dan Kemampuan Pramusaji Dalam Menjalankan Tugas-Tugasnya Pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	53	53
Penting	47	47
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai kemampuan dan pengetahuan pramusaji dalam menjalankan tugas-tugasnya pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu, 53 orang atau 53 % menyatakan sangat penting, dan 47 orang atau 47 % menyatakan penting. Konsumen menganggap bahwa kemampuan dan pengetahuan pramusaji dalam menjalankan tugasnya dinilai sangat penting.

Tabel 4.17
Harapan Responden Mengenai Keselamatan dan Keamanan pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	60	60
Penting	40	40
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai keselamatan dan keamanan pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu, 60 orang atau 60 % menyatakan sangat penting, dan 40 orang atau 40 % menyatakan penting.

Tabel 4.18
Harapan Responden Mengenai Pemenuhan Janji Dalam Pemesanan Pada
Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	50	50
Penting	50	50
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai pemenuhan janji dalam pemesanan kepada konsumen Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung, yaitu 50 orang atau 50 % menyatakan sangat penting, dan 50 orang atau 50 % menyatakan penting. Oleh karena itu konsumen menganggap hal tersebut sangat penting.

Tabel 4.19
Harapan Responden Mengenai Perhatian Khusus Kepada Konsumen Pada
Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	50	50
Penting	50	50
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat harapan konsumen mengenai perhatian khusus kepada konsumen yaitu 50 orang atau 50 % menyatakan atau menjawab sangat penting, dan 50 orang atau 50 % menjawab penting. Setiap orang ingin diperhatikan dan diperlakukan dengan rasa yang khusus agar konsumen merasa dihargai.

Tabell 4.20
Harapan Konsumen Mengenai Prilaku Pramusaji Secara Umum Pada
Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Penting	60	60
Penting	40	40
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat harapan responden mengenai perilaku pramusaji dalam memahami keinginan konsumen Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu 60 orang atau 60 % menyatakan sangat penting, dan 40 orang atau 40 % menyatakan penting. Berarti sebagian besar harapan responden menginginkan pramusaji dapat memahami keinginan konsumen.

Untuk lebih memudahkan dalam menganalisis, maka harapan responden terhadap kualitas pelayanan dari tabel-tabel di atas disajikan dalam bentuk tabel secara keseluruhan sebagai berikut :

Tabel 4.21
Analisis Harapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Makan
Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

N O	Pertanyaan	SP	P	CP	KP	TP	Total	Rata- rata	Ket
1	lokasi.Rumah Makan	53	47	0	0	0	453	4.53	SP
2	Kenyamanan ruangan	50	50	0	0	0	450	4.5	SP
3	Kebersihan Rumah Makan	43	57	0	0	0	443	4.43	SP
4	Kebersihan dan Penampilan pramusaji	53	47	0	0	0	453	4.53	SP
5	Fasilitas tempat parkir	60	40	0	0	0	460	4.6	SP
6	Pelayanan dan informasi yang jelas dan dimengerti	43	57	0	0	0	443	4.43	SP
7	Cita rasa makanan dan minuman .	69	31	0	0	0	469	4.69	SP
8	Kemudahan dalam menghubungi pramusaji	60	40	0	0	0	460	4.6	SP
9	Perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen	48	52	0	0	0	448	4.48	SP
10	Pelayanan yang cepat dan tepat	50	50	0	0	0	450	4.5	SP
11	Kemampuan dan pengetahuan peramusaji dalam menjalankan tugas-tugasnya.	53	47	0	0	0	453	4.53	SP
12	Keselamatan dan keamanan.	60	40	0	0	0	460	4.6	SP
13	Pemenuhan janji dalam pemesanan.	50	50	0	0	0	450	4.5	SP
14	Perhatian khusus kepada pelanggan.	56	44	0	0	0	456	4.56	SP
15	Perilaku pramusaji secara umum	60	40	0	0	0	460	4.6	SP
	Jumlah Rata-rata							68.08	
	Rata-rata							4.54	SP

Jadi dilihat dari tabel 4.21 di atas harapan responden terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung dapat dikatakan sangat penting, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan adalah sebesar 4.54 berada pada interval 4.20-5.00.

4.4 Kinerja yang Dirasakan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka dapat diketahui mengenai kinerja yang dirasakan responden terhadap kualitas pelayanan Rumah makan yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung. Untuk memudahkan dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

Sangat Baik. (SB)	= 5
Baik. (B)	= 4
Cukup Baik. (CB)	= 3
Kurang Baik. (KB)	= 2
Tidak Baik. (TB)	= 1

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval. Untuk menentukan panjang kelas interval, maka digunakan rumus menurut **Prof. Dr. Sudjana, MA., M.Sc.** dalam bukunya “ Statistika untuk Ekonomi dan Niaga “ (200;79) sebagai berikut :

1,00 – 1,79 = Tidak Baik.

1,80 – 2,59 = Kurang Baik.

2,60 – 3,39 = Cukup Baik.

3,40 – 4,19 = Baik.

4,20 – 5,00 = Sangat Baik.

Kinerja yang dirasakan responden terhadap kualitas pelayanan rumah makan yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini :

Tabel 4.22
Kinerja yang Dirasakan Responde Mengenai Lokasi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	40	40
Baik	60	60
Cukup Baik	0	0
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang responden mengenai lokasi Rumah makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung dimana responden sebanyak 40 orang atau 40 % menyatakan bahwa lokasi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung adalah sangat baik dengan kata lain strategis. Sedangkan 60 orang atau 60 % responden menyatakan hal tersebut baik. Berarti sebagian besar kinerja yang dirasakan responden mengenai lokasi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung adalah Baik.

Tabel 4.23
Harapan konsumen mengenai kenyamanan Ruang Rumah Makan
Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	37	37
Baik	33	33
Cukup Baik	30	30
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai kenyamanan ruangan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung sebesar 37 orang atau 37 % menyatakan sangat baik, 33 orang atau 33 % menyatakan baik dan 30 orang atau 30 % menyatakan cukup baik.

Tabel 4.24
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai kebersihan Rumah Makan
Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	40	40
Baik	50	50
Cukup Baik	10	10
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai kebersihan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu berjumlah 40 orang atau 40 % menyatakan sangat baik, 50 orang atau 50 % menyatakan baik, dan 10 orang atau 10 % menyatakan cukup baik. dari informasi tersebut dapat dilihat bahwa konsumen merasakan kinerja yang diberikan Rumah makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung mengenai kebersihan rumah makan adalah baik.

Tabel 4.25
Kinerja yang Rasakan Responden Mengenai Penampilan dan Kerapihan
Pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	24	24
Baik	46	46
Cukup Baik	30	30
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan konsumen mengenai penampilan dan kerapihan pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu berjumlah 24 orang atau 24 % menyatakan sangat baik, 46 orang atau 46 % menyatakan baik, dan 30 orang atau 30 % menyatakan cukup baik. Kinerja yang dirasakan konsumen dari Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung mengenai penampilan pramusaji dan kerapihan pramusaji baik.

Tabel 4.26
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Fasilitas Tempat Parkir
Rumah Makan Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	40	40
Baik	40	40
Cukup Baik	20	20
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai fasilitas parkir Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu berjumlah 40 orang atau 40 % menyatakan sangat baik, 40 orang atau 40 % menyatakan baik, dan 20 orang atau 20 % menyatakan cukup baik. Berarti

sebagian besar kinerja yang dirasakan responden mengenai fasilitas parkir adalah sangat baik dan baik.

Tabel 4.27
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Pelayanan dan Informasi yang Jelas dan Dimengerti Pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	39	39
Baik	37	37
Cukup Baik	24	24
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai pelayanan dan informasi yang jelas dan dimengerti pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu 39 orang atau 39 % menyatakan sangat baik, 37 orang atau 37 % menyatakan baik, dan 24 orang atau 24 % cukup baik. Dengan demikian konsumen merasakan kinerja yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung mengenai pelayanan dan informasi yang jelas dan dimengerti adalah sangat baik.

Tabel 4.28
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Cita Rasa Makanan dan Minuman Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	50	50
Baik	33	33
Cukup Baik	17	17
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai cita rasa makanan dan minuman pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta

Bandung yaitu 50 orang atau 50 % menyatakan sangat baik, 33 orang atau 33 % menyatakan baik dan 17 orang atau 17 % menyatakan cukup baik. Dengan demikian responden merasakan kinerja yang diberikah Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung mengenai cita rasa makanan dan minuman adalah sangat penting.

Tabel 4.29
Kinerja yang Dirasaka Responden Mengenai Kemudahan dalam Menghubungi Pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	52	52
Baik	30	30
Cukup Baik	18	18
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai kemudahan dalam menghubungi pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu 52 orang atau 52 % menyatakan sangat baik, 30 orang atau 30 % menyatakan baik, dan 40 orang atau 40 % menyatakan penting. Dari hal tersebut responden merasakan kinerja yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung mengenai kemudahan dalam menghubungi pramusaji adalah sangat penting.

Tabel 4.30
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Perhatian Terhadap Masalah yang Dihadapi Konsumen pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	33	33
Baik	40	40
Cukup Baik	27	27
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai perhatian terhadap masalah yang dihadapi konsumen pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu 33 orang atau 33 % menyatakan sangat baik, 40 orang atau 40 % menyatakan baik, dan 27 orang atau 27 % menyatakan cukup baik. Kinerja yang dirasakan responden mengenai perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi sebagian besar adalah baik.

Tabel 4.31
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Pelayanan Yang cepat dan tepat pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	30	30
Baik	20	20
Cukup Baik	50	50
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai pelayanan yang cepat dan tepat pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu, 30 orang atau 30 % menyatakan sangat baik, 20 orang atau 20 % menyatakan baik dan 50 orang atau 50 % menyatakan cukup baik, dengan informasi tersebut bahwa responden merasakan pelayanan yang

cepat dan tepat dinilai sangat penting karena pada saat konsumen telah melakukan pemesanan yang dia harapkan makanan atau minuman yang di pesan tidak terlalu lama datang ke meja makan dan jika pelayanan yang diberikan lambat maka bisa jadi konsumen tersebut tidak akan lagi mau untuk berkunjung ke rumah makan.

Tabel 4.32
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Kemampuan dan Pengetahuan dan Kemampuan Pramusaji Dalam Menjalankan Tugas-Tugasnya Pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	40	40
Baik	43	43
Cukup Baik	17	17
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai kemampuan dan pengetahuan pramusaji dalam menjalankan tugas-tugasnya pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu, 40 orang atau 40 % menyatakan sangat baik, 43 orang atau 43 % menyatakan baik, dan 17 orang atau 17 % menyatakan cukup baik. Sebagian besar responden merasakan kinerja yang diberikan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung mengenai kemampuan dan pengetahuan pramusaji dalam menjalankan tugasnya adalah baik.

Tabel 4.33
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Keselamatan dan Keamanan
pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	34	34
Baik	29	29
Cukup Baik	37	37
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai keselamatan dan keamanan pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu, 34 orang atau 34 % menyatakan sangat baik, 29 orang atau 29 % menyatakan baik, dan 37 orang atau 37 % menyatakan cukup baik. Responden sebagian besar merasakan kinerja yang diberikan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung mengenai keselamatan dan keamanan adalah cukup baik.

Tabel 4.34

Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Pemenuhan Janji Dalam
Pemesanan Pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	40	40
Baik	43	43
Cukup Baik	17	17
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai pemenuhan janji dalam pemesanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung. yaitu 40 orang atau 40 % menyatakan sangat baik, 43 orang atau 43 % menyatakan baik, dan 17 orang atau 17 % menyatakan cukup baik. responden

merasakan kinerja yang diberikan mengenai pemenuhan janji dalam pemesanan adalah baik.

Tabel 4.35
Kinerja yang Dirasakan Responden Mengenai Perhatian Khusus Kepada Konsumen Pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	50	50
Baik	37	37
Cukup Baik	13	13
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Dari tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai perhatian khusus kepada konsumen yaitu 50 orang atau 50 % menyatakan atau menjawab sangat baik, 37 orang atau 37 % menjawab baik, dan 13 orang atau 13% menyatakan cukup baik. Kinerja yang dirasakan oleh sebagian besar responden mengenai perhatian khusus kepada konsumen adalah sangat baik.

Tabel 4.36
Kinerja yang Dirasakan Konsumen Mengenai Prilaku Pramusaji Secara Umum Pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Keterangan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Baik	33	33
Baik	40	40
Cukup Baik	27	27
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Total	100	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat kinerja yang dirasakan responden mengenai perilaku pramusaji dalam memahami keinginan konsumen Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yaitu 33 orang atau 33 % menyatakan sangat baik, 40 orang atau 40 % menyatakan baik, dan 27 orang atau 27 %

menyatakan cukup baik. Berarti sebagian besar kinerja yang dirasakan responden mengenai perilaku pramusaji secara umum adalah baik.

Untuk lebih memudahkan dalam menganalisis, maka harapan responden terhadap kualitas pelayanan dari tabel-tabel di atas disajikan dalam bentuk tabel secara keseluruhan sebagai berikut :

Tabel 4.37
Analisis Kinerja yang Dirasakan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan
Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

N O	Pertanyaan	SP	P	CP	KP	TP	Total	Rata- rata	Ket
1	lokasi.Rumah Makan	40	60	0	0	0	440	4.40	SB
2	Kenyamanan ruangan	37	33	30	0	0	407	4.07	B
3	Kebersihan Rumah Makan	40	50	10	0	0	430	4.3	SB
4	Kebersihan dan Penampilan pramusaji	24	46	30	0	0	394	39.4	B
5	Fasilitas tempat parkir	40	40	20	0	0	420	4.2	SB
6	Pelayanan dan informasi yang jelas dan dimengerti	39	37	24	0	0	415	4.15	B
7	Cita rasa makanan dan minuman .	50	33	17	0	0	433	4.33	SB
8	Kemudahan dalam menghubungi pramusaji	52	30	18	0	0	434	4.34	SB
9	Perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen	33	40	27	0	0	406	4.06	B
10	Pelayanan yang cepat dan tepat	30	20	50	0	0	380	3.8	B
11	Kemampuan dan pengetahuan peramusaji dalam menjalankan tugas-tugasnya.	40	43	17	0	0	423	4.23	SB
12	Keselamatan dan keamanan.	34	29	37	0	0	397	39.7	B
13	Pemenuhan janji dalam pemesanan.	40	43	17	0	0	423	4.23	SB

14	Perhatian khusus kepada pelanggan.	50	37	13	0	0	437	4.37	SB
15	Perilaku pramusaji secara umum	33	40	27	0	0	406	4.06	B
	Jumlah Rata-rata							62.42	
	Rata-rata							4.16	B

Jadi dilihat dari tabel 4.37 di atas kinerja yang dirasakan responden terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan adalah sebesar 4.16 berada pada interval 3,40 – 4,19.

4.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Berdasarkan hasil dari kuesioner maka dapat diketahui harapan dan kinerja responden terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung, maka dengan membandingkan antara harapan dan kinerja konsumen dapat dilihat kepuasan yang diperoleh konsumen. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan restoran mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung, maka dilakukan analisis kuantitatif.

Tabel 4.38
Perhitungan Korelasi Variabel X dan Y

NO	X	Y	Rank X	Rank Y	di	di ²
1	4	0.8	41.5	26.5	15	225
2	3	0.75	1	1	0	0
3	4	1	41.5	71.5	-30	900
4	4	0.8	41.5	26.5	15	225
5	4	1	41.5	71.5	-30	900
6	5	1	91	71.5	19.5	380.25
7	4	0.8	41.5	26.5	15	225

8	5	1.25	91	96	-5	25
9	4	0.8	41.5	26.5	15	225
10	5	1.25	91	96	-5	25
11	5	1	91	71.5	19.5	380.25
12	4	0.8	41.5	26.5	15	225
13	4	0.8	41.5	26.5	15	225
14	4	1	41.5	71.5	-30	900
15	4	0.8	41.5	26.5	15	225
16	5	1.25	91	96	-5	25
17	4	0.8	41.5	26.5	15	225
18	4	0.8	41.5	26.5	15	225
19	5	1	91	71.5	19.5	380.25
20	4	1	41.5	71.5	-30	900
21	4	0.8	41.5	26.5	15	225
22	5	1.25	91	96	-5	25
23	4	0.8	41.5	26.5	15	225
24	4	0.8	41.5	26.5	15	225
25	4	0.8	41.5	26.5	15	225
26	4	0.8	41.5	26.5	15	225
27	4	0.8	41.5	26.5	15	225
28	4	1	41.5	71.5	-30	900
29	4	0.8	41.5	26.5	15	225
30	4	1	41.5	71.5	-30	900
31	5	1	91	71.5	19.5	380.25
32	4	1	41.5	71.5	-30	900
33	4	0.8	41.5	26.5	15	225
34	4	1	41.5	71.5	-30	900
35	4	0.81	41.5	26.5	15	225
36	4	1	41.5	71.5	-30	900
37	4	1	41.5	71.5	-30	900
38	4	0.8	41.5	26.5	15	225
39	4	0.8	41.5	26.5	15	225
40	4	0.8	41.5	26.5	15	225
41	4	0.8	41.5	26.5	15	225
42	5	1	91	71.5	19.5	380.25
43	4	1	41.5	71.5	-30	900
44	4	0.8	41.5	26.5	15	225
45	4	0.8	41.5	26.5	15	225
46	5	1.25	91	96	-5	25
47	4	0.8	41.5	26.5	15	225
48	5	1.25	91	96	-5	25
49	4	1	41.5	71.5	-30	900
50	4	1	41.5	71.5	-30	900
51	4	0.8	41.5	26.5	15	225

52	4	1	41.5	71.5	-30	900
53	4	1	41.5	71.5	-30	900
54	4	1	41.5	71.5	-30	900
55	4	1	41.5	71.5	-30	900
56	4	0.8	41.5	26.5	15	225
57	4	0.8	41.5	26.5	15	225
58	5	1.25	91	96	-5	25
59	4	0.8	41.5	26.5	15	225
60	4	0.8	41.5	26.5	15	225
61	4	0.8	41.5	26.5	15	225
62	4	0.8	41.5	26.5	15	225
63	5	1	91	71.5	19.5	380.25
64	4	0.8	41.5	26.5	15	225
65	4	1	41.5	71.5	-30	900
66	4	1	41.5	71.5	-30	900
67	4	0.8	41.5	26.5	15	225
68	4	1	41.5	71.5	-30	900
69	4	0.8	41.5	26.5	15	225
70	5	1.25	91	96	-5	25
71	4	0.8	41.5	26.5	15	225
72	4	0.8	41.5	26.5	15	225
73	5	1.25	91	96	-5	25
74	4	0.8	41.5	26.5	15	225
75	4	1	41.5	71.5	-30	900
76	4	0.8	41.5	26.5	15	225
77	5	1	91	71.5	19.5	380.25
78	4	0.8	41.5	26.5	15	225
79	4	1	41.5	71.5	-30	900
80	4	0.8	41.5	26.5	15	225
81	4	0.8	41.5	26.5	15	225
82	5	1	91	71.5	19.5	380.25
83	4	0.8	41.5	26.5	15	225
84	5	1	91	71.5	19.5	380.25
85	4	1	41.5	71.5	-30	900
86	4	0.8	41.5	26.5	15	225
87	4	0.8	41.5	26.5	15	225
88	4	0.8	41.5	26.5	15	225
89	4	1	41.5	71.5	-30	900
90	4	0.8	41.5	26.5	15	225
91	5	1	91	71.5	19.5	380.25
92	4	0.8	41.5	26.5	15	225
93	4	1	41.5	71.5	-30	900
94	4	0.8	41.5	26.5	15	225
95	4	1	41.5	71.5	-30	900

96	4	0.8	41.5	26.5	15	225
97	4	1	41.5	71.5	-30	900
98	4	1	41.5	71.5	-30	900
99	4	1	41.5	71.5	-30	900
100	4	1	41.5	71.5	-30	900
Jumlah						42.277,5

Selanjutnya karena terdapat ranking-ranking yang berangka sama pada

variabel X dan , maka perlu dilakukan faktor koreksi sebagai berikut :

Tabel 4.39

Perhitungan Faktor Koreksi Variabel X

Skor sama	Jumlah	$(t^3 - t) / 12$
4	80	42660
5	19	570

$$\Sigma T_x = 43230$$

Tabel 4.40

Perhitungan Faktor Koreksi Variabel Y

Skor sama	Jumlah	$(t^3 - t) / 12$
0.8	50	10412.5
1	40	5330
1.25	9	60

$$\Sigma T_y = 15802.5$$

Angka kembar yang terdapat pada variabel X dan variabel, dapat dihitung dengan rumus :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{\sqrt{(\sum x^2 \cdot \sum y^2)}}$$

Untuk mendapatkan Σx^2 dan Σy^2 digunakan rumus :

$$\sum x^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_x$$

$$\begin{aligned}\sum x^2 &= \frac{100^3 - 100}{12} - 43230 \\ &= 40095\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum y^2 &= \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_y \\ \sum y^2 &= \frac{100^3 - 100}{12} - 15802.5 \\ &= 67522.5\end{aligned}$$

4.5.1 Perhitungan Koefisien Korelasi Rank Spearman

Setelah itu angka yang diperoleh kita masukkan ke dalam rumus *rank spearman*. Karena terdapat angka kembar, maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}r_s &= \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d_i^2}{\sqrt{(\sum x^2 \cdot \sum y^2)}} \\ r_s &= \frac{(40095 + 67522.5) - 42277.5}{\sqrt{(40095)(67522.5)}} \\ r_s &= \frac{65340}{104063.7}\end{aligned}$$

$r_s = 0,627$ dibulatkan menjadi 0.63

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh koefisien korelasi (r_s) sebesar 0,63, hal ini menunjukkan adanya hubungan yang cenderung kuat dan searah antara variabel X dengan Variabel Y. Dengan demikian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung adalah cenderung kuat dan keduanya mempunyai hubungan yang

searah. Artinya jika kualitas pelayanan rumah makan dirasakan baik, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya jika kualitas pelayanan rumah makan dirasakan buruk maka konsumen akan merasa tidak puas.

4.5.2 Perhitungan Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh atau kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung, maka digunakan perhitungan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}K_d &= r_s^2 \times 100\% \\ &= (0,63)^2 \times 100\% \\ &= 39,69\%\end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, diperoleh K_d sebesar 39,69%, artinya kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung sebesar 39.69% dan sisanya sebesar 60.31% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

4.4.3 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis, maka dilakukan uji satu pihak kanan. Ketentuan pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$H_0 : r_s \leq 0$, artinya tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, atau hubungannya berlawanan

$H_a : r_s > 0$, artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Kemudian hasil dari t hitung dibandingkan dengan t tabel. Adapun kriterianya adalah sebagai berikut :

1. t hitung $\geq t$ tabel : H_0 ditolak, H_a diterima
2. t hitung $< t$ tabel : H_0 diterima, H_a ditolak
3. Untuk menentukan t hitung digunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-rs^2)}}$$

$$\begin{aligned} t &= \frac{0,63\sqrt{100-2}}{\sqrt{(1-0,63^2)}} \\ &= 8,036 \end{aligned}$$

Sedangkan nilai t tabel diperoleh dengan menentukan derajat kebebasan

(df) dan taraf signifikan (α), dimana :

$$\begin{aligned} df &= n - 2 \\ &= 100 - 2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= (\alpha, df) \\ &= (5\%, 98) \end{aligned}$$

$$\frac{98-60}{120-98} = \frac{x-1,671}{1,658-x}$$

$$\frac{38}{22} = \frac{x-1,671}{1,658-x}$$

$$63,004 - 38x = 22x - 36,762$$

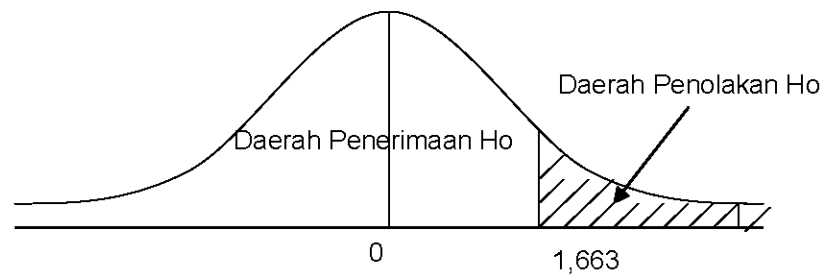
$$60x = 99,766$$

$$x = 1,6627, \text{ maka } t \text{ tabel} = 1,663$$

Pada perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa t hitung = 8.036 lebih besar dari t tabel = 1.663, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara

kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Untuk lebih jelasnya, pengujian hipotesis disajikan dalam bentuk gambar berikut ini :

GAMBAR 4.1 Grafik Distribusi t



Kriteria t hitung berada pada daerah penolakan H_0 , jadi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis yang peneliti ajukan, yaitu. **“Jika kualitas pelayanan yang ditawarkan rumah makan baik maka akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen “**, dapat diterima.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan seperti yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab-bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Aktivitas yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung meliputi :

a. *Tangible* (Bukti Langsung)

- Lokasi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung yang berada di daerah perkotaan.
- Kenyamanan ruangan rumah makan dengan nuansa parahyangan..
- Kelengkapan meja makan, tempat duduk dan lesehan.
- Penampilan dan kerapihan pramusaji.
- Tempat parkir yang cukup luas kapasitas maksimal 50 mobil.

b. *Reliability* (keandalan)

- Berusaha memberikan informasi yang jelas dan dimengerti.
- Berusaha memberikan kepuasan pada Cita rasa makanan dan minuman yang ditawarkan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
- Berusaha agar konsumen mudah dalam menghubungi pramusaji.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

- Perhatian pramusaji terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.
- Pelayanan yang cepat dan tepat dari pramusaji kepada konsumen.

d. *Assurance* (Jamianan)

- Kemampuan dan pengetahuan pramusaji dalam menjalankan tugas-tugasnya.
- Pihak rumah makan bertanggungjawab atas keamanan dan keselamatan konsumen.
- Pihak rumah makan senantiasa berusaha untuk dapat memenuhi janji dalam pemesanan.

e. *Emphaty* (Empati)

- Adanya perhatian khusus dari pihak ruamah makan kepada konsumen.
- Perilaku pramusaji secara umum.

2. Dari hasil analisis kinerja yang dirasakan konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung secara keseluruhan dapat diperoleh rata-rata kinerja yang dirasakan konsumen sebesar 4,16. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja yang dirasakan konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung adalah baik, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan oleh

Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung telah dapat memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan dari hasil analisis harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung secara keseluruhan, maka dapat diperoleh rata-rata harapan konsumen sebesar 4,54. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung adalah sangat penting. Harapan tertinggi responden adalah mengenai cita rasa makan dan minuman yang ditawarkan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

3. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi Rank Spearman (r_s), maka diperoleh r_s sebesar 0.63. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang cenderung kuat dan searah antara variabel X yaitu kualitas pelayanan, dengan variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Artinya jika kualitas pelayanan restoran dirasakan baik, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya jika kualitas pelayanan dirasakan buruk maka konsumen akan merasakan tidak puas. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (k_d), maka diperoleh k_d sebesar 39,69 % artinya kepuasan konsumen Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung dipengaruhi sebesar 39,69 % oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 60,31 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diukur oleh peneliti, seperti : promosi, harga, kondisi ekonomi dan politik, kebijakan pemerintah dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil perhitungan analisis uji hipotesis, maka dapat diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar 8,036 dan

nilai t_{tabel} sebesar 1,663. hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} . Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak ini berarti terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu nilai t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 , jadi hipotesis yang diajukan penulis yaitu. **“Jika kualitas pelayanan yang ditawarkan rumah makan baik maka akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen “**, dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung. Saran-saran tersebut antara lain :

1. Sebaiknya pihak perusahaan perlu untuk lebih berkonsentrasi lagi untuk menanggulangi unsur-unsur pelayanan, seperti : pada hari Sabtu dan Minggu dimana jumlah pengunjung jauh lebih banyak dari hari-hari sebelumnya dapat menyebabkan keterlambatan pelayanan karena banyaknya konsumen yang datang. Banyak hal yang dapat menjadi penyebabnya, misalnya kurangnya pelayanan atau jumlah waiter/ss di *frount counter*, waiter/ss yang kurang cekatan, atau terlambatnya pesanan baik makanan ataupun minuman. Salah satu solusinya antara lain dengan menambah waiter/ss paruh waktu yang dibutuhkan pada saat *weekend*.

2. Perusahaan sebaiknya selalu mengadakan survei kepada konsumen secara berkala, misalnya dengan melakukan komunikasi kepada konsumen dengan menanyakan beberapa hal yang berkaitan kepuasan konsumen. sehingga perusahaan dapat mengetahui posisinya di mata konsumen, serta senantiasa mendengarkan keluhan konsumen di mana menuntut pihak manajemen untuk dapat cepat tanggap terhadap masukan-masukan dari pihak konsumen dan senantiasa mendengarkan serta berkomunikasi dengan para pelanggannya. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, kreatif dan inovatif yang merupakan salah satu cara memenangkan persaingan terhadap perusahaan sejenis.
3. Pada hari-hari yang dirasa padat pengunjung yaitu hari Sabtu dan Minggu sebaiknya pihak rumah makan menampilkan kesenian sunda secara live dengan didukung oleh suasana Rumah Makan Sari Sunda yang bernuansakan alam parahyangan, baik itu seni karawitan degung, seni angklung, bobodoran atau seni sunda lainnya yang menarik untuk di pertontonkan, dan hal itu akan jauh lebih berkesan daripada hanya mendengarkan dari kaset atau CD. Hal tersebut dapat menjadi salah satu daya tarik Rumah Makan Sari Sunda bagi pengunjung, dan dapat menjadi solusi bagi saran pertama yang telah dipaparkan diatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono, 2002, **Satrategi Pemasaran**, Edisi Kedua, Yogyakarta, Penerbit Andi offset.
- Fandy Tjiptono, 2004, **Manajemen Jasa**, Edisi Kedua, Yogyakarta, Penerbit Andi offset.
- Husein Umar, 2002, **Metode Riset Bisnis**, Cetakan Pertama, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Buchari Alma, 2004, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Cetakan Keenam, Bandung : Penrbit Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, 2004, *Princioles of Marketing*, Tenth Edition, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management*, Milenium Edition, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Millenium, jilid I, PT Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Millenium, jilid II, PT Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2003, *Marketing Management*, Eleventh Edition, New Jersey, Prentice Hall.
- Moh. Nazir, ph.D., 2003, **Metode Penelitian**, Cetakan Kelima, jakarta, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods For Bussines A Skill Building Approach*, Fourth edition, New York, john Wiley & Sons, Inc.
- Siegel, Sidney, 1997, **Statistik Non Parametrik untuk Ilmu-Ilmu Sosial**, Edisi revisi, Jakarta, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudjana, 2001, **Metode Statistika**, Edisi Revisi, Cetakan keenam, Bandung, Penerbit Tarsito
- Swasta, Basu, 2003, **Manajemen Pemasaran Modern**, Cetakan kesebelas, Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Siegel, Sidney, 1997, **Statistik Non Parametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial**, Cetakan Ketujuh, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2001, **Metode Penelitian Bisnis**, Edisi Ketiga, Bandung : Penertbit Alfabeta.

Yazid, 2005, **Pemasaran jasa : Konsep dan Implementasi**, Edisi Kedua,
Yogyakarta, Penerbit Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.

Lampiran 4

Kuesioner

Respondeng yang terhormat,

Kuesioner ini dibuat sehubungan dengan penelitian yang saya laksanakan di Rumah Makan Sari Sunda Jl. Soekarno Hatta Bandung. Perlu untuk diketahui bahwa pengumpulan data ini bersifat ilmiah dan semata-mata akan digunakan untuk penyusunan skripsi dalam bidang manajemen pemasaran di Universitas Widyatama Bandung. Penulis berharap kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk membantu saya untuk mengisi kuesioner ini dengan jawaban yang diajukan penulis. Atas kesediaannya penulis ucapkan banyak terima kasih.

Peneliti

Andhi Yudha

I. Data Responden.

Berilah tanda silang (x) pada pertanyaan di bawah ini :

1. Jenis kelamin
 - a. Pria.
 - b. Wanita.

2. Usia anda sekarang
 - a. < 25 tahun.
 - b. 25-35 tahun.
 - c. 36-45 tahun.
 - d. > 45 tahun.

3. Pekerjaan
 - a. Pelajar/ mahasiswa.
 - b. Pegawai negri.
 - c. Wiraswasta.
 - d. Pegawai swasta.
 - e. Lainnya.....

4. Anda mengunjungi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. Hampir setiap hari.
 - b. 1-3 kali dalam satu minggu.
 - c. 1-3 kali dalam satu bulan.
 - d. 1 kali dalam dua bulan atau lebih.

5. Anda mengetahui Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung dari
 - a. Teman.
 - b. Kerabat.
 - c. Media cetak.
 - d. Lainnya.....

II. **Kualitas pelayanan yang diharapkan pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.**

Petunjuk : Berilah tanda silang (x) pada pilihan jawaban yang telah disediakan sesuai dengan harapan anda mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

- SP = Sangat Penting.
P = Penting.
CP = Cukup Penting.
KP = Kurang Penting.
TP = Tidak Penting.

Bukti Langsung (*Tangible*).

1. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai lokasi.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.
2. Menurut anda dalam memilih ruangan Rumah Makan mengenai kenyamanan.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.
3. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai kebersihan.
 - a. P.
 - b. CP.
 - c. KP.
 - d. TP.
4. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai penampilan dan kerapihan pramusaji.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.
5. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai fasilitas tempat parkir.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.

Kehandalan (*Reliability*).

1. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai kemampuan pramusaji dalam memberikan pelayanan dan informasi yang jelas dan dimengerti
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.
2. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai cita rasa makanan dan minuman.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.
3. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai kemudahan dalam menghubungi pramusaji.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.

Daya Tanggap (*Responsiveness*).

1. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai perhatian pramusaji terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.
2. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai pelayanan yang cepat dan tepat dari pramusaji kepada konsumen.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.

Jaminan (*Assurance*)

1. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai kemampuan dan pengetahuan pramusaji dalam menjalankan tugas-tugasnya.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.

- e. TP.
- 2. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai kemampuan pihak rumah makan dalam menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.
- 3. Menurut anda dalam memilih Rumah makan mengenai pemenuhan janji dalam pemesanan.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.

Empati (*Empthy*)

- 1. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai perhatian khusus kepada konsumen dari pihak rumah makan.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.
- 2. Menurut anda dalam memilih Rumah Makan mengenai Perilaku pramusaji secara umum.
 - a. SP.
 - b. P.
 - c. CP.
 - d. KP.
 - e. TP.

III. Kualitas pelayanan yang dirasakan pada Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

Petunjuk : Berilah tanda silang (x) pada pilihan jawaban yang telah disediakan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.

- SB = Sangat Baik.
- B = Baik.
- CB = Cukup Baik.
- KB = Kurang Baik.
- TB = Tidak Baik.

Bukti Langsung (*Tangible*).

- 1. Menurut anda lokasi Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.

2. Menurut anda mengenai kenyamanan ruangan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB
3. Menurut anda mengenai kebersihan Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.
4. Menurut anda penampilan dan kerapihan pramusaji Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.
5. Menurut anda mengenai fasilitas tempat parkir Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - f. SB.
 - g. B.
 - h. CB.
 - i. KB.
 - j. TB.

Kehandalan (*Reliability*).

1. Menurut anda mengenai kemampuan pramusaji dalam memberikan pelayanan dan informasi yang jelas dan dimengerti di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.
2. Menurut anda mengenai cita rasa makanan dan minuman Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.

3. Menurut anda kemudahan dalam menghubungi pramusaji di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.

Daya Tanggap (*Responsiveness*).

1. Menurut anda mengenai perhatian pramusaji terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.
2. Menurut anda mengenai pelayanan yang cepat dan tepat dari pramusaji kepada konsumen di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.

Jaminan (*Assurance*)

1. Menurut anda mengenai kemampuan dan pengetahuan pramusaji dalam menjalankan tugas-tugasnya di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.
2. Menurut anda mengenai kemampuan pihak rumah makan dalam menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.
3. Menurut kemampuan pihak rumah makan dalam memenuhi janji dalam pemesanan baik makanan atau pun minuman di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.

Empati (*Empthy*)

1. Menurut anda mengenai perhatian khusus kepada konsumen dari pihak Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - f. SB.
 - g. B.
 - h. CB.
 - i. KB.
 - j. TB.
2. Menurut anda mengenai Perilaku pramusaji secara umum di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung.
 - a. SB.
 - b. B.
 - c. CB.
 - d. KB.
 - e. TB.