

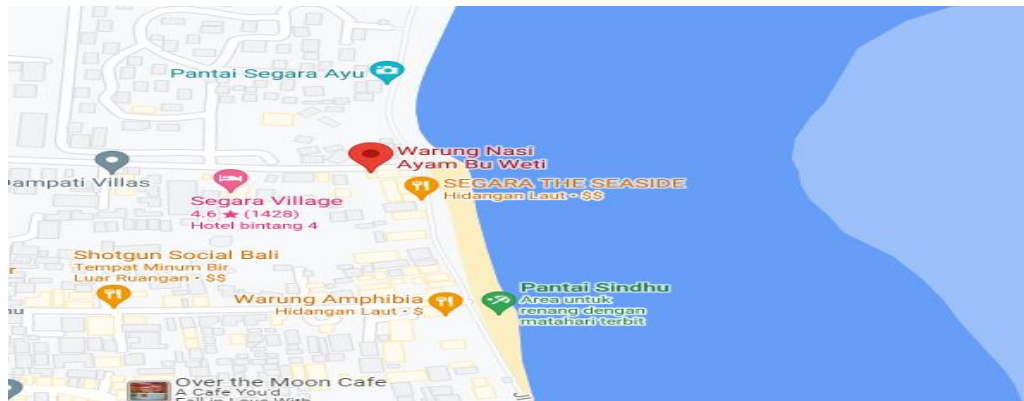
BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran umum

Warung Nasi Men Weti merupakan salah satu tempat makan masakan Bali yang berlokasi di Jalan Segara Ayu, Denpasar Selatan, Bali, 80227. Warung Nasi Men Weti berdiri sejak tahun 1970, fasilitas yang tersedia berupa meja, kursi. Warung Nasi Men Weti juga dilengkapi dengan fasilitas toilet, tempat cuci tangan, tempat sampah yang bersih serta lahan parkir yang memadai. Warung Nasi Men Weti buka dari pukul 07.00 WITA hingga 13.00 WITA



Sumber : Google.com

Gambar 3. Denah Lokasi Warung Nasi men Weti

Warung Nasi Men Weti menjual menu masakan Bali dengan berbagai varian harga mulai dari harga untuk golongan anak, golongan dewasa, dimana konsumen bebas untuk memesan atau memilih menu yang diinginkan, selain itu Warung Nasi Men Weti bersifat informal yakni lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, konsumen bisa langsung mencari tempat duduk kemudian dipersilahkan untuk memesan menu untuk porsi anak atau dewasa oleh pelayan Warung Nasi Men

Weti, pesanan yang dicatat oleh pelayan selanjutnya segera diproses dengan cepat, mengenai pembayaran dilakukan pada saat akhir di meja kasir.

Menu yang disediakan sangat beragam mulai dari hidangan nasi Bali, kripiq kulit ayam. Tidak hanya makanan saja. Pilihan minuman yang disediakan di Warung Nasi Men Weti juga beragam mulai dari soft drink dan fresh drink. Menu yang disajikan memiliki harga yang berbeda - beda yakni mulai dari rentang harga Rp.5000,00 hingga Rp. 8.000,00 untuk harga makanan mulai dari rentang Rp. 15.000,00 hingga Rp. 40.000,00.

Saat ini Warung Nasi Men Weti memiliki 2 orang penjamah makanan, 5 orang pelayan dan 1 orang kasir, dari data pegawai tersebut didapatkan data usia, tingkat pendidikan terakhir, yakni sebagai berikut :

Tabel 2

Data Pegawai Nasi Men Weti

Karakteristik Sampel	n	%
Umur		
28 - 35 tahun	2	25
46 - 55 tahun	6	75
Jumlah	8	100,0
Pendidikan Terakhir		
SD	2	25,0
SMK Tata Boga	1	12,5
SMA	5	62,5
Jumlah	8	100,0
Lama Bekerja di warung nasi		
Men Weti		
< 5 tahun	2	25,0
> 5 tahun	6	75,0
Jumlah	8	100,0

Berdasarkan Tabel 2 maka diketahui sebanyak 2 pegawai (25%) dengan rentang usia 28 - 35 tahun, 6 pegawai (75%) dengan rentan usia 46 - 55 tahun,

Selain itu juga didapatkan data dari pendidikan terakhir yaitu dari lulusan SMA dengan 5 pegawai (62,5%), pendidikan terakhir SD sebanyak 2 pegawai (25,0%) dan pendidikan terakhir SMK Tata Boga sebanyak 1 pegawai (12,5%), dan lama bekerja di Warung Nasi Men Weti diketahui bahwa 2 pegawai (25%) memiliki masa kerja <5 tahun dan 6 orang memiliki masa kerja >5 tahun.

2. Karakteristik sampel

Setelah menentukan jumlah sampel menggunakan rumus estimasi proporsi dan penambahan 10% dari sampel minimum, sampel dalam penelitian ini konsumen Warung Nasi Men Weti dengan rata - rata kunjungan harian 60 hingga 80 orang, dapat ditentukan sebanyak 106 sampel. Berikut adalah deskripsi karakteristik sampel penelitian, termasuk usia, alamat, dan frekuensi kunjungan selama bulan sebelumnya:

Tabel 3

Sebaran Karakteristik Sampel Konsumen Warung Nasi Men Weti

Karakteristik Sampel	n	%
Umur		
17 - 25 tahun	83	78,3
26 - 45 tahun	10	9,4
> 45 tahun	13	12,3
Jumlah	106	100,0
Jenis kelamin		
Laki - laki	34	32,1
Perempuan	72	67,9
Jumlah	106	100,0
Asal Konsumen		
Badung	12	11,3
Buleleng	3	2,8
Denpasar	75	70,8
Gianyar	2	1,9
Karangasem	7	6,6
Luar bali	7	6,6
Jumlah	106	100,0
Jumlah kunjungan 1 bulan terakhir		
1 kali	37	34,9
2 kali	48	45,3
>2 kali	21	19,8
Jumlah	106	100,0

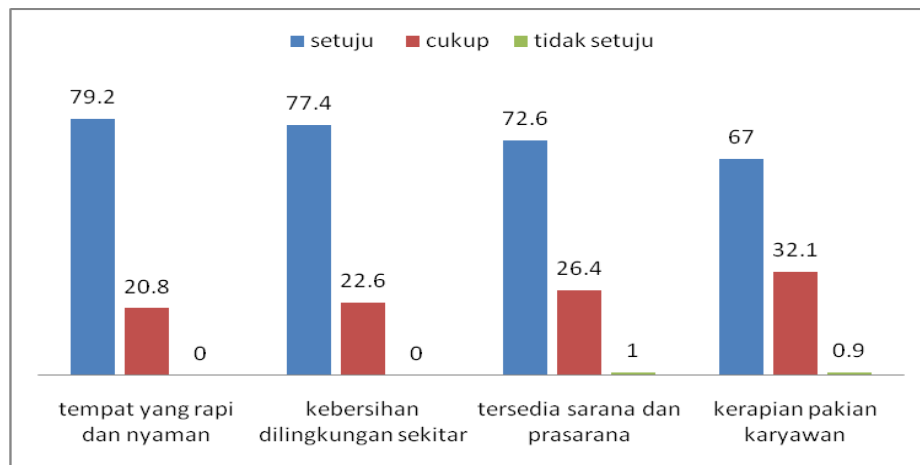
Berdasarkan Tabel 3 maka dapat diketahui bahwa kelompok usia sampel terbanyak yaitu rentang usia 17-25 tahun sebanyak 83 orang (78,3%), sampel dominan perempuan yaitu sebanyak 72 orang (67,9%), sebaran alamat asal sampel terbanyak yaitu dari kabupaten Denpasar sebanyak 75 orang (70,8%) serta sebagian besar sampel yang berkunjung 2 kali dalam 1 bulan terakhir sebanyak 48 orang (45,3%)

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan pada penelitian ini merupakan ukuran dalam tingkat layanan yang sesuai dengan harapan konsumen di Warung Nasi Men Weti dilihat dari dimensi faktor fisik/ berujud, keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, hygiene sanitasiserta kepuasan konsumen secara keseluruhan, kemudian dijabarkan sebagai berikut:

a. Faktor fisik

Berikut merupakan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan di Warung Nasi Men Weti berdasarkan faktor fisik



Gambar 1. Distribusi Sampel berdasarkan Faktor Fisik terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Gambar 4 dapat diketahui bahwa hasil dari penilaian sampel terhadap faktor fisik yang paling banyak memiliki sampel tertinggi dari masing - masing pernyataan diketahui “tempat yang rapi dan nyaman” mendapatkan katerogi tertinggi yaitu setuju dengan 84 orang (79,2%), dari pernyataan “kebersihan dilingkungan sekitar” mendapatkan hasil yang tertinggi dari kategori setuju dengan 82 orang (77,4%), dari pernyataan “tersedia sarana dan prasarana” mendapatkan hasil yang tertinggi dari kategori setuju dengan 77 orang (72,6%)

dan pernyataan menurut “kerapian pakaian karyawan” mendapatkan hasil tertinggi dari kategori setuju dengan 71 orang (67%)

b. Keandalan

Berikut ialah hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan di Warung Nasi Men Weti berdasarkan faktor keandalan

Tabel 4

Distribusi Sampel berdasarkan Keandalan terhadap Kualitas Pelayanan

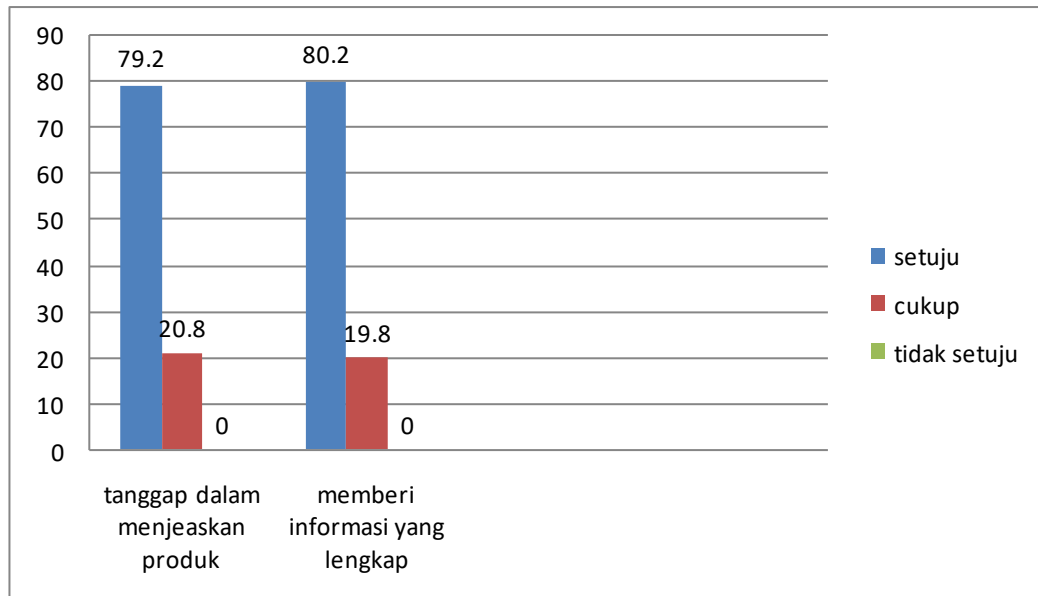
Pernyataan	Setuju		Cukup		Tidak setuju		Jumlah	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Sigap dalam melayani	85	80,1	21	19,8	0	0	106	100
Pesanan selesai tepat waktu	79	74,5	25	23,6	2	1,9	106	100
Memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan	88	83	17	16	1	0,9	106	100

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa hasil dari penilaian sampel terhadap faktor keandalan yang paling banyak memiliki sampel tertinggi dari masing - masing pernyataan “sigap dalam melayani konsumen” mendapatkan katerogi tertinggi yaitu setuju dengan 85 orang (80,2%), dari pernyataan “pesanan disajikan selesai tepat waktu” mendapatkan hasil yang tertinggi dari ketegori setuju dengan 79 orang (74,5%), dari pernyataan “memberikan layanan sesuai

dengan kebutuhan” mendapatkan hasil yang tertinggi dari kategori setuju dengan 88 orang (83,0%).

c. Daya tanggap

Berikut merupakan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan di Warung Nasi Men Weti berdasarkan faktor daya tanggap



Gambar 4. Distribusi Sampel berdasarkan Daya Tanggap terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Gambar 4 didapatkan bahwa hasil dari penilaian sampel terhadap faktor daya tanggap yang paling banyak memiliki sampel tertinggi dari masing - masing pernyataan “tanggap dalam menjelaskan produk” mendapatkan katerogi tertinggi yaitu setuju dengan 84 orang (79,2%), dari pernyataan “memberikan inforasi jelas dan lengkap” mendapatkan hasil yang tertinggi dari ketegori setuju dengan 83 orang (80,2%).

d. Kepastian

Berikut merupakan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan di Warung Nasi Men Weti berdasarkan faktor kepastian

Tabel 5

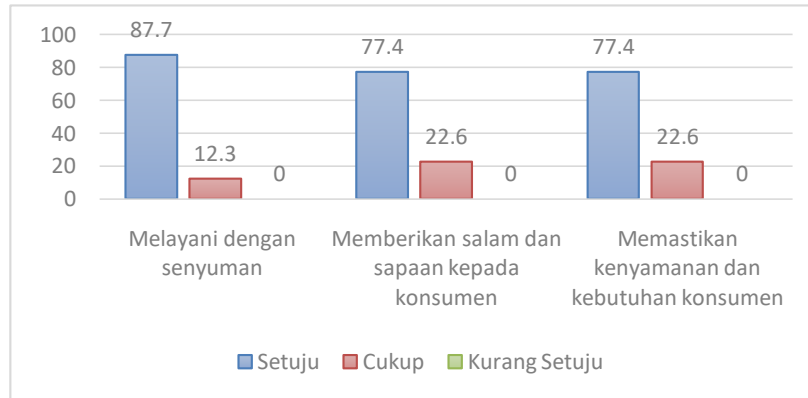
Distribusi Sampel berdasarkan Kepastian terhadap Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Setuju		Cukup		Tidak setuju		Jumlah	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Memberikan rasa nyaman kepada konsumen	87	82,1	19	17,9	0	0	106	100
Menguasai menu yang disajikan	95	90,6	10	9,4	0	0	106	100
Berperilaku sopan saat memberikan pelayanan	93	87,7	13	12,3	0	0	106	100

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa hasil dari penilaian sampel terhadap faktor kepastian yang paling banyak memiliki sampel tertinggi dari masing - masing pernyataan “memberikan rasa nyaman kepada konsumen” mendapatkan katerogi tertinggi yaitu setuju dengan 87 orang (82,1 %), dari pernyataan “menguasai menu yang disajikan” mendapatkan hasil yang tertinggi dari ketegori setuju dengan 96 orang (90,6 %), dan pernyataan “berperilaku sopan saat memberikan pelayanan” mendapatkan hasil yang tertinggi dari kategori setuju dengan 93 orang (87,7 %).

e. Empati

Berikut merupakan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan di Warung Nasi Men Weti berdasarkan faktor empati



Gambar 5. Distribusi Sampel berdasarkan Empati terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Gambar 5 dapat diketahui bahwa hasil dari penilaian sampel terhadap faktor empati yang paling banyak memiliki sampel tertinggi dari masing - masing pernyataan “melayani dengan senyuman” mendapatkan katerogi tertinggi yaitu setuju dengan 93 orang (87,7%), dari pernyataan “memberikan salam dan sapaan kepada konsumen” mendapatkan hasil yang tertinggi dari ketegori setuju dengan 82 orang (77,4%), dan pernyataan “memastikan kenyamanan dan kebutuhan konsumen” mendapatkan hasil yang tertinggi dari kategori setuju dengan 82 orang (77,4%).

f. Hygiene sanitasi

Berikut merupakan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan di Warung Nasi Men Weti berdasarkan faktor hygiene sanitasi

Tabel 6

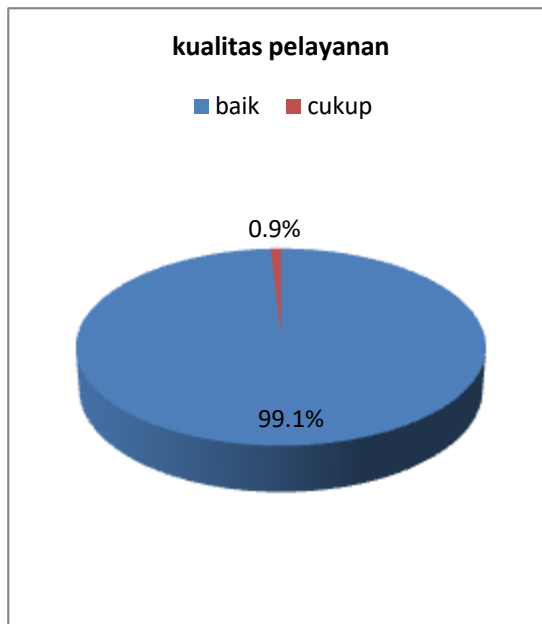
Distribusi Sampel berdasarkan Hygiene Santasi terhadap Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Setuju		Cukup		Tidak setuju		Jumlah	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Area terlihat bersih dan tidak ada benda asing	84	79,2	20	18,9	2	1,9	106	100
Toilet bersih dan tersedia tempat cuci tangan dengan sabun	81	76,4	25	23,6	0	0	106	100

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa hasil dari penilaian sampel terhadap faktor hygiene sanitasi yang paling banyak memiliki sampel tertinggi dari masing - masing pernyataan “Area terlihat bersih dan tidak ada benda asing” mendapatkan katerogi tertinggi yaitu setuju dengan 84 orang (79,2%), dan pernyataan “Toilet bersih dan tersedia tempat cuci tangan dengan sabun” mendapatkan hasil yang tertinggi dari ketegori setuju dengan 81 orang (76,4%),

g. Kualitas pelayanan secara keseluruhan

Setelah dilakukan perhitungan mengenai kualitas pelayanan secara keseluruhan dinilai dari faktor fisik, keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, hygiene sanitasi. Sehingga mendapatkan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan di Warung Nasi Men Weti sebagai berikut :



Gambar 6. Kualitas pelayanan Secara Keseluruhan

Berdasarkan Gambar 6 mengenai hasil kualitas pelayanan secara keseluruhan, maka diketahui bahwasanya sampel yang menunjukkan penilaian dengan kategori baik sebesar 99,1%, kategori cukup sebanyak 0,9%

4. Kepuasan konsumen

Hasil penilaian kepuasan konsumen Warung Nasi Men Weti dijabarkan pada tabel 7

Tabel 7

Hasil Penilaian Kepuasan Konsumen Warung Nasi Men Weti

Pernyataan	Kepuasan Konsumen						Jumlah	
	Puas		Cukup		Tidak puas			
	n	%	n	%	n	%	n	%
Kualitas produk baik	105	99,1	1	0,9	0	0	106	100
Kualitas produk terjangkau	88	83	16	15,1	2	1,9	106	100
Karyawan cekatan dan tanggap	97	91,5	6	5,7	3	2,8	106	100
Karyawan ramah dalam melayani	97	91,5	6	5,7	3	2,8	106	100
Kerapian karyawan terjaga	99	93,4	1	0,9	6	5,7	106	100
Porsi makanan cukup	98	92,5	8	7,5	0	0	106	100
Loyalitas pelanggan	88	83	18	17,0	0	0	106	100
Pilihan menu lengkap	93	87,7	13	12,3	0	0	106	100
Merekomendasikan kepada orang lain	96	90,6	10	9,4	0	0	106	100

Dalam penelitian ini pengukuran tingkat kepuasan konsumen meliputi beberapa dimensi, antara lain : kepuasan konsumen secara keseluruhan, dimensi kepuasan konsumen mulai dari produk dan pelayanan.

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa yang mendapatkan hasil tertinggi yaitu dari pernyataan “Kualitas produk baik” dengan kategori puas mendapatkan hasil tertinggi 105 orang (99,1%) dan yang mendapatkan hasil terendah yaitu dari “Kerapian karyawan terjaga” dengan kategori cukup sebesar 1 orang (0,9%)

4. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

a. Hubungan faktor fisik dengan kepuasan konsumen

Berikut hubungan kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik dengan kepuasan konsumen pengunjung Warung Nasi Men Weti dijabarkan pada Tabel 8:

Tabel 8

Kepuasan Konsumen berdasarkan Faktor Fisik

Faktor fisik	Kepuasan Konsumen						Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Cukup		Tidak puas		n	%		
	n	%	n	%	n	%				
Setuju	97	92,4	0	0	0	0	97	92,4	0.001	0.317
Cukup	7	6,7	0	0	1	0,9	8	7,5		
Tidak setuju	1	0,9	0	0	0	0	1	1		
Jumlah	105	100	0	0	1	0,9	106	100		

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 105 sampel memberikan penilaian puas, terdapat 97 sampel (92,4%), yang memberikan penilaian cukup 7 sampel (6,7%) memberikan penilaian cukup dan 1 sampel (0,9) memberikan penilaian tidak setuju terhadap kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik.

Setelah dilakukan uji Rank Sperman, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0.001 ($p < 0.05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan

antara faktor fisik dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai r atau koefisien korelasi sebesar 0.317 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat atau searah

b. Hubungan keandalan dengan kepuasan konsumen

Berikut hubungan kualitas pelayanan berdasarkan Keandalan dengan kepuasan konsumen pengunjung warung nasi Men Weti dijabarkan pada Tabel 9:

Tabel 9
Kepuasan Konsumen berdasarkan Keandalan

Keandalan	Kepuasan Konsumen						Jumlah		<i>P</i>	<i>r</i>
	Puas		Cukup		Tidak puas					
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Setuju	91	86,7	0	0	0	0	91	86,7	0.018	0.229
Cukup	10	9,5	0	0	1	0,9	11	10,4		
Tidak setuju	4	3,8	0	0	0	0	4	3,8		
Jumlah	105	100	0	0	1	0,9	106	100		

Pada hasil penelitian menunjukkan pada Tabel 9 yaitu dari 105 sampel membagikan penilaian puas, terdapat 91 sampel (86,7%), 10 sampel (9,5%) memberikan penilaian cukup dan 1 memberikan penilaian tidak puas (0,9%) dan 1 sampel (0,9%) memberikan penilaian tidak puas terhadap kualitas pelayanan berdasarkan faktor Keandalan.

Setelah dilakukan uji Rank Spermman, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0.018 ($p < 0.05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara Keandalan dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai r atau koefisien korelasi sebesar 0.229 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat atau searah

c. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen

Berikut hubungan kualitas pelayanan berdasarkan Daya Tanggap dengan kepuasan konsumen pengunjung Warung Nasi Men Weti dijabarkan pada tabel 10:

Tabel 10
Kepuasan Konsumen berdasarkan Daya Tanggap

Daya Tanggap	Kepuasan Konsumen						Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Cukup		Tidak puas		n	%		
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Setuju	91	86,7	0	0	0	0	91	85,8		
Cukup	14	13,3	0	0	1	0,9	15	14,2	0,013	0,240
Tidak setuju	0	0	0	0	0	0	0	0		
Jumlah	105	100	0	0	1	0,9	106	100		

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 105 sampel memberikan penilaian puas, terdapat 91 sampel (86,7%) yang memberikan penilaian setuju yang memberikan penilaian cukup sebanyak 14 sampel (13,3), dan yang memberikan penilaian tidak puas sebanyak 1 sampel (0,9%) terhadap kualitas pelayan berdasarkan Daya Tanggap

Setelah dilakukan uji Rank Spermman, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0.013 ($p < 0.05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara Daya Tanggap dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai *r* atau koefisien korelasi sebesar 0.240 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat atau searah.

d. Hubungan kepastian dengan kepuasan konsumen

Berikut hubungan kualitas pelayanan berdasarkan Kepastian dengan kepuasan konsumen pengunjung Warung Nasi Men Weti dijabarkan pada Tabel 11:

Tabel 11
Kepuasan Konsumen berdasarkan Kepastian

Kepastian	Kepuasan Konsumen						Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Cukup		Tidak puas					
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Setuju	102	97,1	0	0	0	0	102	97,1		
Cukup	3	1,9	1	1	0	0	4	3,1	0,000	0,493
Tidak setuju	0	0	0	0	0	0	0	0		
Jumlah	105	99	1	1	0	0	106	100		

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 105 sampel memberikan penilaian puas, terdapat 102 sampel (97,1%) yang memberikan penilaian setuju, 3 sampel (1,9%) emmberikan penilaian cukup, dan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 1 sampel (1%) terhadap kualitas pelayan berdasarkan Keandalan

Setelah dilakukan uji Rank Sperman, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000 ($p < 0.05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara Kepastian dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai *r* atau kofisien korelasi sebesar 0.493 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat atau searah.

e. Hubungan empati dengan kepuasan konsumen

Berikut hubungan kualitas pelayanan berdasarkan Kepastian dengan kepuasan konsumen pengunjung Warung Nasi Men Weti dijabarkan pada Tabel 12:

Tabel 12

Kepuasan Konsumen berdasarkan Empati

Empati	Kepuasan Konsumen						Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Cukup		Tidak puas		n	%		
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Setuju	99	94,3	0	0	0	0	99	94,3		
Cukup	6	5,7	1	0,9	0	0	7	6,6	0,000	0,367
Tidak setuju	0	0	0	0	0	0	0	0		
Jumlah	105	100	1	0,9	0	0	106	100		

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 105 sampel memberikan penilaian puas, terdapat 99 sampel (94,3%) yang memberikan penilaian setuju, 6 sampel (5,7%) memberikan penilaian cukup dan 1 sampel memberikan penilaian cukup terhadap kualitas pelayan berdasarkan Empati

Setelah dilakukan uji Rank Spermman, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000 ($p < 0.05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara Empati dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai *r* atau koefisien korelasi sebesar 0,367 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat atau searah

f. Hubungan hygiene sanitasi dengan kepuasan konsumen

Berikut hubungan kualitas pelayanan berdasarkan Hygiene Sanitasi dengan kepuasan konsumen pengunjung warung nasi Men Weti dijabarkan pada Tabel 13:

Tabel 13**Kepuasan Konsumen berdasarkan Hygiene Sanitasi**

Hygiene Sanitasi	Kepuasan Konsumen						Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Cukup		Tidak puas		n	%		
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Setuju	90	85,7	0	0	0	0	90	85,7		
Cukup	13	12,4	1	0,9	0	0	14	13,3	0,226	0,226
Tidak setuju	2	1,9	0	0	0	0	2	1,9		
Jumlah	105	100	1	0,9	0	0	106	100		

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 105 sampel memberikan penilaian puas, terdapat 90 sampel (85,7%) yang memberikan penilaian setuju yang memberikan penilaian cukup sebanyak 13 sampel (12,4%), dan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 3 sampel (1,9) terhadap kualitas pelayan berdasarkan hygiene sanitasi

Setelah dilakukan uji Rank Spermman, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0.0226 ($p < 0.05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara hygiene sanitasi dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai *r* atau koefisien korelasi sebesar 0.020 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat atau searah.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar sampel berumur 17 - 25 tahun sebanyak 83 sampel (78.3%), untuk jenis kelamin sebagian besar sampel berjenis kelamin perempuan sebanyak 72 sampel (67,9%), dan sebagian besar sampel berasal dari Denpasar sebanyak 75 sampel (70,8%) sedangkan konsumen yang berasal dari Gianyar sebanyak 2 sampel (1.9%) Berdasarkan jumlah kunjungan 1 bulan terakhir sebagian besar sampel berkunjung sebanyak 2 kali yaitu 48 sampel (45.3%)

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang kepada konsumen untuk mendapatkan segala keunggulan guna memenuhi kebutuhan dan harapan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dari kualitas pelayanan ini meliputi beberapa faktor antara lain faktor fisik, keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan hygiene. Hasil dari penelitian didapatkan bahwa hasil tertinggi yang didapatkan yaitu dari faktor kepastian dengan pernyataan “berperilaku sopan saat memberikan pelayanan” dari kategori setuju dengan 93 sampel (87,7%) dan dari faktor empati dengan pernyataan “melayani dengan senyuman” mendapatkan katerogi tertinggi yaitu setuju dengan 93 orang (87,7%), hal ini juga didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulidah Iis, dkk (2019) menyatakan bahwa konsumen merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang sesuai, hal tersebut dapat dilihat dari sikap pelayanan yang secara cepat memberikan apa yang dibutuhkan. Begitu pula dengan kualitas pelayanan yang dilakukan di warung nasi men weti, konsumen yang datang memberikan penilaian puas dengan pelayanan yang diberikan.

Kepuasan konsumen bisa di konsepkan dengan perasaan nyaman atau perasaan kecewa dari seseorang yang timbul karena mencocokkan sesuatu dalam suatu produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen merupakan indikator ke depan keberhasilan pembisnis usaha, kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa penilaian dengan pernyataan “Loyalitas Pelanggan” mendapatkan penilaian dari 18 sampel (17,8%) dan yang memberikan penilaian tersendiri sebanyak 1 sampel dengan kategori cukup (0,9%) Menurut Nugroho (2021) dalam Purnomo Edwin Styo (2017) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu elemen penting dalam peningkatan pada suatu Restoran.

Penelitian yang dilakukan oleh Iswari, dkk (2015) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa Dengan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar)” menyebutkan akomodasi restoran seperti parkir, restoran, dll. Karena toilet adalah atribut yang dihargai oleh konsumen, kinerja toilet perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan konsumen.

Hasil kepuasan pelayanan secara keseluruhan mendapatkan hasil bahwa sampel memberikan penilaian dengan kategori baik sebanyak 99,1% dan dengan kategori cukup sebanyak 0,9%. Konsumen merasakan pelayanan yang diberikan di Warung Nasi Men Weti ini sesuai dengan keinginan dari konsumen, begitu sebaliknya jika memberikan pelayanan yang buruk akan menyebabkan ketidakpuasan yang dirasakan konsumen dan secara otomatis konsumen tentunya

tidak berkunjung lagi maupun merekomendasikan ke calon konsumen baru untuk ke tempat lain. Dari hasil observasi yang dilakukan sebaiknya pelayan secara cepat membersihkan piring yang digunakan oleh konsumen sebelumnya agar jika ada konsumen baru bisa menggunakan meja dan menunggu pesanan mereka datang

Berdasarkan uji korelasi *Rank Spearman* yang telah dilakukan dimana tingkat kepercayaannya 5% ($\alpha=0,05$), maka diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik, keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan hygiene sanitasi dan secara keseluruhan mendapatkan nilai $p<0,05$ dimana hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini paling banyak dikunjungi oleh remaja dengan rentang usia 18 - 28 tahun, rekomendasi dari teman saat mengunjungi sangatlah menguntungkan bagi perusahaan atau rumah makan tersebut.