

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran umum

Kedai Niang merupakan salah satu restoran masa kini yang berlokasi di Jalan Kresna No. 89, Legian, Kuta, Kabupaten Badung, Bali, 80361. Restoran ini berdiri sejak 10 Juli 2020. Luas wilayah Kedai Niang yaitu 950 m² dengan penataan tempat makan berupa meja dan kursi, sofa, serta gazebo. Kedai Niang juga telah dilengkapi dengan fasilitas toilet, tempat cuci tangan, serta lahan parkir yang memadai. Tidak hanya itu, terdapat juga fasilitas tambahan berupa *wifi*, musik yang disediakan secara *live* di waktu-waktu tertentu, dan juga permainan *billiard*. Kedai Niang buka setiap hari mulai pukul 15.00 WITA hingga 23.00 WITA.



Sumber: google.com

Gambar 2. Denah Lokasi Kedai Niang

Kedai Niang dapat dikelompokkan dalam jenis restoran *a'la carte*, yakni restoran yang menjual banyak variasi menu, dimana konsumen dapat bebas

memilih menu yang diinginkan dan setiap menu memiliki harga tersendiri. Selain itu, Kedai Niang merupakan restoran yang bersifat informal yakni, lebih mengutamakan kecepatan pelayanan dan kepraktisan dengan penerimaan pelanggan tanpa sistem pemesanan tempat terlebih dahulu, pelanggan yang tidak terikat menggunakan pakaian resmi, menu yang disediakan relatif cepat diolah, serta dengan tenaga yang relatif sedikit dibandingkan restoran formal. Sistem pelayanan di Kedai Niang ini yaitu, *table service*, dimana pengunjung yang datang akan dipersilakan untuk duduk, dibawakan buku menu, dan dipersilakan untuk memesan hidangan kepada *waitress*. Pesanan yang telah dicatat oleh pegawai, selanjutnya segera diproses dengan lama waktu pengolahan tergantung pada menu yang dipesan. Pembayaran dilakukan pada saat akhir di meja kasir.

Menu yang disediakan sangat beragam, mulai dari *western food* seperti *pizza*, *french fries*, *rice box*, *chicken wings* dan juga makanan lokal seperti tempe mendoan, bakmie, roti bakar. Tidak hanya makanan, pilihan minuman yang disediakan di Kedai Niang juga beragam, mulai dari berbagai pilihan *coffee*, *non-coffee*, *fresh drink*, *milk shake*, hingga *alcohol*. Menu yang disajikan memiliki variasi harga yang berbeda, yakni mulai dari rentangan harga Rp. 22.000,00 hingga Rp. 45.000,00 untuk makanan, dan Rp. 15.000,00 hingga Rp. 20.000,00 untuk *snack*, serta Rp. 7000,00 hingga Rp. 75.000,00 untuk minuman. Daftar menu Kedai Niang terlampir pada lampiran 8.

Kedai Niang telah memenuhi standar usaha restoran dari segi aspek produk maupun pelayanan berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2014, yaitu seperti pada Tabel 2.

Tabel 2.
Standar Usaha Restoran di Kedai Niang

No	Aspek	Unsur	Keterangan
1	Produk	Ruang makan dan minuman	Luas Kedai Niang sesuai dengan kapasitas tempat duduk dan jarak yang tidak terlalu berdekatan Memiliki sirkulasi udara dan pencahayaan yang cukup dengan konsep ruang terbuka
		Penyediaan makanan dan minuman	Terdapat beragam menu, baik makanan, minuman, dan <i>snack</i> Memiliki resep masing-masing menu
		Fasilitas penunjang	Toilet yang bersih dan terawat Meja dan kursi serta peralatan makanan yang memenuhi persyaratan higiene sanitasi Daftar menu makanan dan minuman telah disertai harga Tempat pengolahan telah tersedia peralatan, perlengkapan, dan sarana penunjang pengolahan bahan makanan yang memadai seperti kompor, oven, alat pembuat kopi, alat penyajian makanan, dan lain-lain
		Kelengkapan bangunan	Papan nama dengan tulisan “Kedai Niang” yang terbaca dan dipasang di depan restoran
2	Pelayanan	Tata cara pelayanan sederhana	Penyambutan dan penerimaan tamu oleh pegawai Kedai Niang Penyajian makanan dan minuman yang bersih dengan alat penyajian yang memadai Pembayaran yang praktis dilakukan setelah menikmati hidangan Pengangkatan peralatan kotor (<i>clear up</i>) oleh pegawai setelah menikmati hidangan Pelayanan penanganan keluhan tamu oleh pegawai

Sumber: Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2014

Saat ini Kedai Niang memiliki 6 orang pegawai dalam pelayanan konsumen, yang terdiri dari 2 orang tenaga pengolah makanan/*chef*, 2 orang barista, dan 2 orang *waitress*. Dari 6 pegawai tersebut, didapatkan data lama bekerja dan pendidikan terakhir, yakni sebagai berikut:

Tabel 3
Data Pegawai Kedai Niang

Karakteristik	n	%
Lama Bekerja di Kedai Niang		
< 1 tahun	2	33,3
≥ 1 tahun	4	66,7
Jumlah	6	100
Pendidikan Terakhir		
SMA	3	50
SMK Tata Boga	1	16,7
D3 Tata Boga	1	16,7
D3 Tata Hidangan	1	16,7
Jumlah	6	100

Berdasarkan Tabel 3, maka diketahui bahwa sebanyak 2 pegawai (33,3%) memiliki masa kerja kurang dari 1 tahun, dan sebanyak 4 pegawai (66,6%) memiliki masa kerja 1 tahun atau lebih. Selain itu, didapatkan data pendidikan terakhir pegawai yaitu, sebanyak 3 pegawai (50%) merupakan lulusan SMA, 1 pegawai (16,7%) lulusan SMK Tata Boga, 1 pegawai (16,7%) lulusan D3 Tata Boga, dan 1 pegawai (16,7%) lulusan D3 Tata Hidangan sehingga dapat disimpulkan bahwa 3 pegawai (50%) telah memiliki pengalaman pendidikan di bidang pelayanan restoran.

2. Karakteristik sampel

Sampel pada penelitian ini, yaitu pengunjung restoran Kedai Niang, dengan rata-rata kunjungan sebanyak 40 orang/hari. Setelah dilakukan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus estimasi proporsi dengan penambahan 10% dari

sampel minimum, maka dapat ditentukan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 106 sampel. Adapun data identitas sampel penelitian meliputi, jenis kelamin, usia, alamat asal, dan jumlah kunjungan selama 1 bulan terakhir dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4
Sebaran Karakteristik Sampel

Karakteristik Sampel	n	%
Umur		
18-25 tahun	95	89,6
26-45 tahun	9	8,5
> 45 tahun	2	1,9
Jumlah	106	100
Jenis Kelamin		
Laki-laki	41	38,7
Perempuan	65	61,3
Jumlah	106	100
Asal		
Badung	37	34,9
Karangasem	18	16,9
Denpasar	16	15,1
Buleleng	14	13,2
Klungkung	8	7,6
Luar Bali	13	12,3
Jumlah	106	100
Jumlah Kunjungan 1 Bulan Terakhir		
1 kali	88	83
2 kali	8	7,6
> 2 kali	10	9,4
Jumlah	106	100

Berdasarkan Tabel 4, maka dapat diketahui bahwa kelompok usia sampel terbanyak yaitu pada rentang 18-25 tahun sebanyak 95 orang (89,6%), sampel kebanyakan berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 65 orang (61,3%), sebaran alamat asal sampel terbanyak yaitu dari Kabupaten Badung sebanyak 37 (34,9%),

serta sebagian besar sampel berkunjung 1 kali dalam 1 bulan terakhir sebanyak 88 orang (83%).

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan pada penelitian ini merupakan ukuran dalam tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen di Kedai Niang berdasarkan dimensi faktor fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta kualitas pelayanan secara keseluruhan yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Faktor fisik

Berikut ini merupakan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan berdasarkan dimensi faktor fisik di Kedai Niang:

Tabel 5
Penilaian Sampel Terhadap Faktor Fisik

Pernyataan	Faktor Fisik										Rata-rata
	Sangat Baik		Baik		Cukup		Kurang		Sangat Kurang		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Tampilan dan penataan tempat	65	61,3	41	38,7	-	-	-	-	-	-	4,6
Kebersihan tempat dan lingkungan	69	65,1	34	32,1	3	2,8	-	-	-	-	4,6
Ketersediaan sarana dan prasarana restoran	46	43,4	56	52,8	4	3,8	-	-	-	-	4,4
Pakaian karyawan	69	65,1	37	34,9	-	-	-	-	-	-	4,6
Skor total dimensi faktor fisik	83	78,3	23	21,7	-	-	-	-	-	-	4,5

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa hasil penilaian kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik yang paling banyak mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “kebersihan tempat dan lingkungan” serta “pakaian karyawan terlihat rapi” dengan rata-rata 4,6. Sedangkan, pernyataan mengenai “ketersediaan sarana dan prasarana restoran” merupakan yang paling sedikit mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” dengan rata-rata 4,4. Setelah dilakukan perhitungan skor total, maka didapatkan hasil kualitas pelayanan berdasarkan dimensi faktor fisik, bahwa sampel yang memberikan penilaian dengan kategori sangat baik pada dimensi faktor fisik yaitu sebanyak 83 orang (78,3%) dan kategori baik sebanyak 23 orang (21,7%). Skor rata-rata yang diberikan oleh sampel terhadap faktor fisik yaitu 4,5.

b. Keandalan

Berdasarkan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan berdasarkan dimensi keandalan di Kedai Niang, dapat diketahui bahwa hasil penilaian kualitas pelayanan berdasarkan keandalan yang paling banyak mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “kesesuaian pesanan” dengan rata-rata 4,5. Sedangkan, pernyataan mengenai “ketepatan waktu penyajian pesanan” merupakan yang paling sedikit mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” dengan rata-rata 4,2. Setelah dilakukan perhitungan skor total, maka dapat diketahui bahwa sampel yang memberikan penilaian dengan kategori sangat baik pada dimensi keandalan yaitu sebanyak 67 orang (63,2%) dan kategori baik sebanyak 39 orang (36,8%). Skor rata-rata yang diberikan oleh sampel terhadap keandalan yaitu 4,4. Selengkapnya dijelaskan pada Tabel 6.

Tabel 6
Penilaian Sampel Terhadap Keandalan

Pernyataan	Keandalan										Rata-rata
	Sangat Baik		Baik		Cukup		Kurang		Sangat Kurang		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Penyajian makanan	59	55,7	44	41,5	3	2,8	-	-	-	-	4,5
Pelayanan diberikan	53	50	50	47,2	3	2,8	-	-	-	-	4,5
Ketepatan waktu penyajian pesanan	35	33	58	54,7	13	12,3	-	-	-	-	4,2
Kesesuaian pesanan dengan yang dipesan	62	58,5	40	37,7	4	3,8	-	-	-	-	4,5
Skor Total Dimensi Keandalan	67	63,2	39	36,8	-	-	-	-	-	-	4,4

c. Daya tanggap

Hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan berdasarkan dimensi daya tanggap di Kedai Niang, dapat diketahui bahwa hasil penilaian kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap yang paling banyak mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “pemberian solusi oleh karyawan terkait masalah menu” dengan rata-rata 4,4. Sedangkan, pernyataan mengenai “pemberian informasi oleh karyawan” merupakan yang paling sedikit mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” dengan rata-rata 4,3. Informasi yang diberikan oleh pegawai yakni terkait menu-menu yang disediakan mencakup komposisi, pengolahan, dan lama

waktu pengolahan, serta informasi terkait *event-event* yang akan diadakan seperti *talk show*, perlombaan barista, *online game tournament*, dan *event-event* lainnya.

Setelah dilakukan perhitungan skor total, maka didapatkan hasil kualitas pelayanan berdasarkan dimensi daya tanggap, bahwa sampel yang memberikan penilaian dengan kategori sangat baik pada dimensi daya tanggap yaitu sebanyak 67 orang (63,2%) dan kategori baik sebanyak 39 orang (36,8%). Skor rata-rata yang diberikan oleh sampel terhadap daya tanggap yaitu 4,4. Penyajian data secara rinci dijabarkan pada Tabel 7.

Tabel 7
Penilaian Sampel Terhadap Daya Tanggap

Pernyataan	Daya Tanggap										Rata-rata
	Sangat Baik		Baik		Cukup		Kurang		Sangat Kurang		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Kecepatan dan ketanggapan karyawan	49	46,3	47	44,3	10	9,4	-	-	-	-	4,4
Pemberian solusi oleh karyawan terkait masalah menu	52	49,1	46	43,4	8	7,5	-	-	-	-	4,4
Pemberian informasi oleh karyawan	47	44,4	42	39,6	15	14,2	2	1,9	-	-	4,3
Skor total dimensi daya tanggap	67	63,2	39	36,8	-	-	-	-	-	-	4,4

d. Jaminan

Hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan berdasarkan dimensi jaminan di Kedai Niang, dapat diketahui bahwa hasil penilaian kualitas pelayanan

berdasarkan jaminan yang paling banyak mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “karyawan berperilaku sopan dalam memberikan layanan” dengan rata-rata 4,7. Sedangkan, pernyataan mengenai “penguasaan informasi menu” merupakan yang paling sedikit mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” dengan rata-rata 4,2. Selengkapnya disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8
Penilaian Sampel Terhadap Jaminan

Pernyataan	Jaminan										Rata-rata
	Sangat Baik		Baik		Cukup		Kurang		Sangat Kurang		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Penguasaan informasi menu	42	39,6	45	42,5	19	17,9	-	-	-	-	4,2
Perilaku sopan karyawan dalam memberikan pelayanan	78	73,6	28	26,4	-	-	-	-	-	-	4,7
Pemberian rasa aman dan nyaman	65	61,3	37	34,9	4	3,8	-	-	-	-	4,6
Skor total dimensi jaminan	69	65,1	37	34,9	-	-	-	-	-	-	4,5

Setelah dilakukan perhitungan skor total, maka didapatkan hasil kualitas pelayanan berdasarkan dimensi daya tanggap, bahwa sampel yang memberikan penilaian dengan kategori sangat baik pada dimensi jaminan yaitu sebanyak 69 orang (65,1%) dan kategori baik sebanyak 37 orang (34,9%). Skor rata-rata yang diberikan oleh sampel terhadap jaminan yaitu 4,5.

e. Empati

Berikut ini merupakan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan berdasarkan dimensi empati di Kedai Niang yang disajikan pada Tabel 9:

Tabel 9
Penilaian Sampel Terhadap Empati

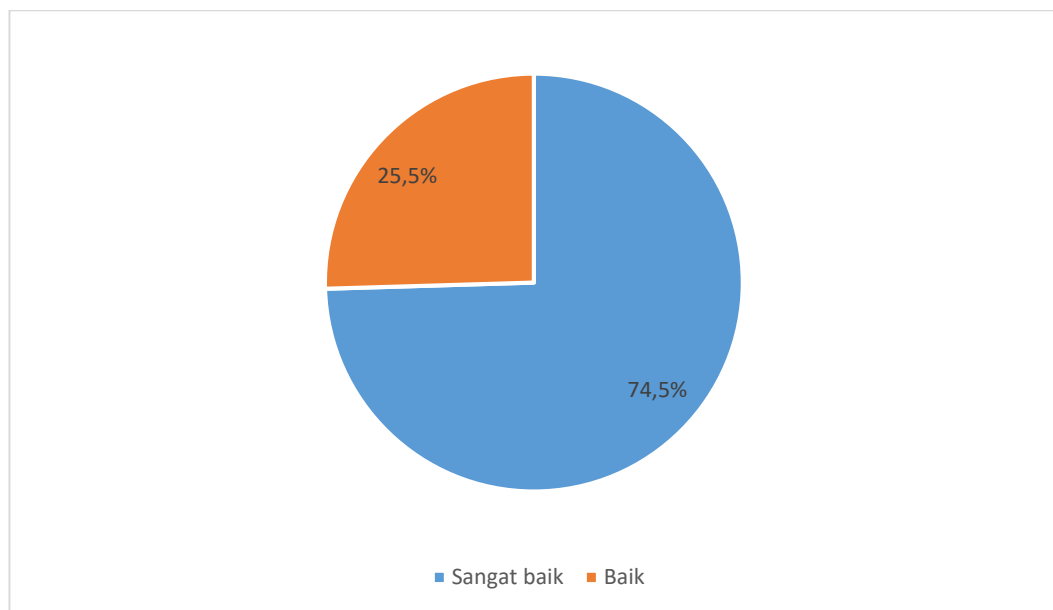
Pernyataan	Empati										Rata-rata
	Sangat Baik		Baik		Cukup		Kurang		Sangat Kurang		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Karyawan memastikan kelengkapan pesanan tanpa diminta	41	38,7	59	55,6	6	5,7	-	-	-	-	4,3
Karyawan memastikan kenyamanan dan kebutuhan konsumen tanpa diminta	42	39,7	56	52,8	8	7,5	-	-	-	-	4,3
Skor total dimensi empati	56	52,8	48	45,3	2	1,9	-	-	-	-	4,3

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui bahwa hasil penilaian kualitas pelayanan berdasarkan empati yang paling banyak mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “karyawan memastikan kenyamanan dan kebutuhan konsumen tanpa diminta” dengan rata-rata 4,3. Sedangkan, pernyataan mengenai “karyawan memastikan kelengkapan pesanan tanpa diminta” mendapatkan jumlah skor 5 atau “sangat baik” lebih sedikit dengan selisih yang tidak begitu jauh dan dengan rata-rata yang sama, yaitu 4,3.

Setelah dilakukan perhitungan skor total, maka dapat diketahui bahwa sampel yang memberikan penilaian dengan kategori sangat baik pada dimensi empati yaitu sebanyak 56 orang (52,8%), kategori baik sebanyak 48 orang (45,3%), dan kategori cukup sebanyak 2 orang (1,9%). Skor rata-rata yang diberikan oleh sampel terhadap empati yaitu 4,3.

f. Kualitas pelayanan secara keseluruhan

Setelah dilakukan perhitungan total nilai dari dimensi faktor fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sehingga didapatkan hasil penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan di Kedai Niang sebagai berikut:



Gambar 3. Kualitas Pelayanan Secara Keseluruhan

Berdasarkan gambar 3, maka dapat diketahui bahwa sampel yang memberikan penilaian dengan kategori sangat baik pada kualitas pelayanan secara keseluruhan yaitu sebanyak 79 orang (74,5%) dan kategori baik sebanyak 27 orang (25,5%). Skor rata-rata yang diberikan oleh sampel terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan yaitu 4,45.

4. Kepuasan konsumen

Hasil penilaian kepuasan konsumen Kedai Niang dijabarkan pada Tabel 10:

Tabel 10
Penilaian Kepuasan Konsumen

Pernyataan	Kepuasan Konsumen										Rata-rata
	Sangat Puas		Puas		Cukup		Kurang Puas		Tidak Puas		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Cita rasa makanan	36	33,9	66	62,3	4	3,7	-	-	-	-	4,3
Penampilan makanan	42	39,6	62	58,5	2	1,9	-	-	-	-	4,4
Porsi makanan	47	44,3	36	43,4	13	12,3	-	-	-	-	4,3
Pelayanan	53	50	50	47,2	3	2,8	-	-	-	-	4,5
Sistem pembayaran	45	42,5	61	57,5	-	-	-	-	-	-	4,4
Saya akan berkunjung lagi ke restoran ini di lain waktu	34	32,1	65	61,3	7	6,6	-	-	-	-	4,3
Saya akan tetap menjadi konsumen di restoran ini dan tidak akan beralih ke restoran lain	11	10,4	49	46,2	46	43,4	-	-	-	-	3,7
Saya akan tetap mengunjungi restoran ini walaupun terjadi kenaikan harga	11	10,4	40	37,7	52	49,1	2	1,9	1	0,9	3,5
Saya akan merekomendasikan restoran ini kepada orang lain	37	34,9	67	63,2	2	1,9	-	-	-	-	4,3
Skor total kepuasan konsumen	54	50,9	52	49,1	-	-	-	-	-	-	4,2

Dalam penelitian ini, pengukuran kepuasan konsumen meliputi beberapa konsep inti, diantaranya yaitu, kepuasan konsumen secara keseluruhan, dimensi kepuasan konsumen (produk dan pelayanan), keinginan untuk melakukan pembelian ulang, serta kesediaan konsumen untuk merekomendasikan restoran tersebut.

Berdasarkan Tabel 10, dapat diketahui bahwa hasil penilaian kepuasan konsumen, dari 9 item pernyataan pada kuisioner, yang paling banyak mendapatkan skor 5 atau “sangat puas” yaitu mengenai “pelayanan” dengan rata-rata 4,5. Sedangkan, pernyataan mengenai “sampel akan tetap mengunjungi restoran ini walaupun terjadi kenaikan harga” mendapatkan jumlah skor 5 atau “sangat puas” paling sedikit dengan rata-rata 3,5. Selain itu, rata-rata total kepuasan konsumen terhadap Kedai Niang yaitu 4,2 atau puas sehingga mempengaruhi loyalitas konsumen.

5. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

a. Hubungan faktor fisik dengan kepuasan konsumen

Rincian mengenai hubungan kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik dengan kepuasan konsumen pengunjung restoran Kedai Niang dijabarkan pada Tabel 11:

Tabel 11
Kepuasan Konsumen berdasarkan Faktor Fisik

Faktor fisik	Kepuasan Konsumen				Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Sangat Puas					
	n	%	n	%	n	%		
Baik	17	32,7	6	11,1	23	21,7	0,007	0,262
Sangat Baik	35	67,3	48	88,9	83	78,3		
Jumlah	52	100	54	100	106	100		

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 54 sampel yang memberikan penilaian sangat puas, terdapat 48 sampel (88,9%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 6 sampel (11,1%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik. Selain itu, dari 52 sampel yang memberikan penilaian puas, terdapat 35 sampel (67,3%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 17 sampel (32,7%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik.

Setelah dilakukan uji korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0,007 ($p < 0,05$), 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 0,262 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat.

b. Hubungan keandalan dengan kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 54 sampel yang memberikan penilaian sangat puas, terdapat 44 sampel (81,5%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 10 sampel (18,5%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan keandalan. Selain itu, dari 52 sampel yang memberikan penilaian puas, terdapat 23 sampel (44,2%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 29 sampel (55,8%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan keandalan. Rincian mengenai hubungan kualitas pelayanan berdasarkan keandalan dengan kepuasan konsumen pengunjung restoran Kedai Niang dijabarkan pada Tabel 12:

Tabel 12
Kepuasan Konsumen berdasarkan Keandalan

Keandalan	Kepuasan Konsumen				Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Sangat Puas					
	n	%	n	%	n	%		
Baik	29	55,8	10	18,5	39	36,8	0,001	0,386
Sangat Baik	23	44,2	44	81,5	67	63,2		
Jumlah	52	100	54	100	106	100		

Setelah dilakukan uji korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 ($p < 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara keandalan dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai *r* atau koefisien korelasi sebesar 0,386 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat.

c. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 54 sampel yang memberikan penilaian sangat puas, terdapat 45 sampel (83,3%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 9 sampel (16,7%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap. Selain itu, dari 52 sampel yang memberikan penilaian puas, terdapat 22 sampel (42,3%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 30 sampel (57,7%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap. Rincian mengenai hubungan kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap dengan kepuasan konsumen pengunjung restoran Kedai Niang dijabarkan pada Tabel 13:

Tabel 13
Kepuasan Konsumen berdasarkan Daya Tanggap

Daya Tanggap	Kepuasan Konsumen				Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Sangat Puas					
	n	%	n	%	n	%		
Baik	30	57,7	9	16,7	39	36,8	0,001	0,425
Sangat Baik	22	42,3	45	83,3	67	63,2		
Jumlah	52	100	54	100	106	100		

Setelah dilakukan uji korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 ($p < 0,05$), 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 0,425 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat.

d. Hubungan jaminan dengan kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 54 sampel yang memberikan penilaian sangat puas, terdapat 48 sampel (88,9%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 6 sampel (11,1%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan jaminan. Selain itu, dari 52 sampel yang memberikan penilaian puas, terdapat 21 sampel (40,4%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 31 sampel (59,6%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan jaminan. Rincian mengenai hubungan kualitas pelayanan berdasarkan jaminan dengan kepuasan konsumen pengunjung restoran Kedai Niang dijabarkan pada Tabel 14:

Tabel 14
Kepuasan Konsumen berdasarkan Jaminan

Jaminan	Kepuasan Konsumen				Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Sangat Puas					
	n	%	n	%	n	%		
Baik	31	59,6	6	11,1	37	34,9	0,001	0,509
Sangat Baik	21	40,4	48	88,9	69	65,1		
Jumlah	52	100	54	100	106	100		

Setelah dilakukan uji korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 ($p < 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara jaminan dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai *r* atau koefisien korelasi sebesar 0,509 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat.

e. Hubungan empati dengan kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 54 sampel yang memberikan penilaian sangat puas, terdapat 40 sampel (74,1%) yang memberikan penilaian sangat baik, 12 sampel (22,2%) memberikan penilaian baik, serta 2 sampel (3,7%) memberikan penilaian cukup terhadap kualitas pelayanan berdasarkan empati. Selain itu, dari 52 sampel yang memberikan penilaian puas, terdapat 16 sampel (30,8%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 36 sampel (69,2%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan berdasarkan empati. Rincian mengenai hubungan kualitas pelayanan berdasarkan empati dengan kepuasan konsumen pengunjung restoran Kedai Niang dijabarkan pada Tabel 15:

Tabel 15
Kepuasan Konsumen berdasarkan Empati

Empati	Kepuasan Konsumen				Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Sangat Puas		<i>n</i>	<i>%</i>		
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>				
Cukup	0	0	2	3,7	2	1,9	0,001	0,405
Baik	36	69,2	12	22,2	48	45,3		
Sangat Baik	16	30,8	40	74,1	56	52,8		
Jumlah	52	100	54	100	106	100		

Setelah dilakukan uji korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 ($p < 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara empati dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai *r* atau koefisien korelasi sebesar 0,405 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat.

f. Kualitas pelayanan secara keseluruhan dengan kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 54 sampel yang memberikan penilaian sangat puas, terdapat 48 sampel (88,9%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 6 sampel (11,1%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Selain itu, dari 52 sampel yang memberikan penilaian puas, terdapat 31 sampel (59,6%) yang memberikan penilaian sangat baik dan 21 sampel (40,4%) yang memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Rincian mengenai hubungan kualitas pelayanan secara keseluruhan dengan kepuasan konsumen pengunjung restoran Kedai Niang dijabarkan pada Tabel 16:

Tabel 16
Kepuasan Konsumen berdasarkan Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen				Jumlah		<i>p</i>	<i>r</i>
	Puas		Sangat Puas					
	n	%	n	%	n	%		
Baik	21	40,4	6	11,1	27	25,5	0,001	0,336
Sangat Baik	31	59,6	48	88,9	79	74,5		
Jumlah	52	100	54	100	106	100		

Setelah dilakukan uji korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 ($p < 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan secara keseluruhan dengan kepuasan konsumen. Kekuatan hubungan yang ditunjukkan dengan nilai *r* atau koefisien korelasi sebesar 0,336 yang berarti tingkat korelasi cukup kuat.

B. Pembahasan

Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen yaitu, atribut mutu produk dan mutu pelayanan. Kualitas pelayanan dijadikan sebagai ukuran dalam tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen (Kotler, 2012). Hasil penelitian ini menggunakan skala *likert*, yaitu dengan 5 tingkatan skor. Pemberian skor terhadap kualitas pelayanan meliputi, skor 5 berarti sangat baik, skor 4 berarti baik, skor 3 berarti cukup, skor 2 berarti kurang, dan skor 1 berarti sangat kurang. Sedangkan, pemberian skor terhadap kepuasan konsumen meliputi, skor 5 yang berarti sangat puas, skor 4 berarti puas, skor 3 berarti cukup, skor 2 berarti kurang puas, dan skor 1 berarti tidak puas.

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan di Kedai Niang, didapatkan hasil bahwa penilaian sampel terhadap kualitas pelayanan di Kedai Niang yaitu, 79 orang (74,5%) memberikan penilaian sangat baik dan sebanyak 27 orang (25,5%) memberikan penilaian yang baik dengan rata-rata pemberian skor yaitu 4,45. Dalam kualitas pelayanan, terdapat 5 dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan yang terdiri dari, faktor fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Kotler & Keller, 2016). Menurut Atikah dan Setiawan (2014) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kinerja Penyelenggaraan Makanan dan tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Khas Padang di Bogor” menyatakan bahwa selain atribut mutu produk, mutu pelayanan memiliki tingkat kepentingan yang dinilai oleh konsumen dalam rentangan penting hingga sangat penting. Adapun mutu pelayanan yang dinilai unggul oleh konsumen, yaitu mengenai fasilitas-fasilitas restoran (toilet, *washtafel*, dan *sanitary kit*), keramahan pelayanan, dan kecepatan tanggapan pramusaji terhadap keluhan pelanggan.

Setelah dilakukan analisis univariat terhadap kelima dimensi tersebut, didapatkan hasil bahwa dari 4 pernyataan yang ada dalam dimensi faktor fisik, pernyataan terkait “kebersihan tempat dan lingkungan” dan “pakaian karyawan” menjadi yang terbanyak mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” dengan rata-rata 4,6. Sedangkan yang paling sedikit mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu pernyataan mengenai “ketersediaan sarana dan prasarana” dengan rata-rata 4,4. Berdasarkan perhitungan skor total dimensi faktor fisik, dapat diketahui bahwa sebanyak 83 sampel (78,3%) memberikan penilaian sangat baik dan sebanyak 23 sampel (21,7%) memberikan penilaian baik dengan rata-rata total yaitu 4,5. Faktor fisik merupakan kemampuan restoran dalam menunjukkan penampilan serta sarana

dan prasarana fisik. Penilaian faktor fisik dalam penelitian ini meliputi, tampilan dan penataan tempat, kebersihan lingkungan, sarana dan prasarana yang tersedia, serta kerapian penampilan pegawai.

Pemenuhan kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik yaitu salah satunya dengan pengadaan fasilitas-fasilitas yang lengkap dalam suatu restoran agar dapat memenuhi harapan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu 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)” yang menyatakan bahwa fasilitas-fasilitas yang ada di restoran seperti, *meeting room*, *wi-fi*, parkir, toilet merupakan atribut yang dianggap penting oleh konsumen sehingga harus ditingkatkan kinerjanya agar sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, pendapat lain oleh Fauzi (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Harga dan *Free Wi-fi* terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Angkringan di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan” menyatakan bahwa terdapat pengaruh pengadaan *free wi-fi* terhadap keputusan pembelian konsumen pada angkringan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk pada angkringan.

Kedai Niang telah dilengkapi dengan sarana dan prasarana seperti, toilet, tempat cuci tangan, dan lahan parkir yang memadai, serta fasilitas penunjang lain berupa *wifi*, permainan *billiard*, dan *live music*. Berdasarkan penelitian, ketersediaan sarana dan prasarana menjadi pernyataan yang paling sedikit mendapatkan penilaian “sangat baik” pada dimensi faktor fisik. Hal ini disebabkan karena pengadaan *live music* yang hanya di hari-hari tertentu seperti saat *special event* dan *weekend*, serta pengadaan tisu yang terbatas pada tempat mencuci tangan.

Hal ini sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Putri (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Yellow Truck Coffee* Kota Bandung”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa konsumen tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan pada dimensi faktor fisik karena pengadaan tisu yang kurang sehingga konsumen perlu mengambil sendiri dengan meminta kepada pegawai.

Hasil penilaian terhadap dimensi keandalan menunjukkan hasil bahwa dari 4 pernyataan, yang paling banyak mendapatkan penilaian 5 atau “sangat baik” yaitu pernyataan mengenai “kesesuaian pesanan yang diberikan” dengan rata-rata 4,5. Sedangkan, pernyataan mengenai “pesanan selesai tepat waktu” merupakan paling sedikit mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” dengan rata-rata 4,2. Berdasarkan hasil perhitungan skor total dimensi keandalan, dapat diketahui bahwa sebanyak 67 sampel (63,2%) memberikan penilaian sangat baik dan sebanyak 39 sampel (36,8%) memberikan penilaian baik dengan rata-rata total yaitu 4,4. Keandalan merupakan kemampuan restoran dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Dalam penelitian ini, dimensi keandalan meliputi, kesesuaian penyajian dengan pesanan, pemberian pelayanan sesuai urutan kedatangan, pesanan selesai dengan tepat waktu, pesanan sesuai tanpa kesalahan.

Keandalan merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang penting untuk dipenuhi. Karyawan restoran yang handal adalah karyawan yang selalu tepat dalam menyajikan menu makanan sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuraidah (2018) dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode *Servqual (Service Quality)*” yang menyatakan bahwa pihak restoran perlu meningkatkan

kualitas pelayanan pada bagian ketepatan waktu dalam pelayanan dan penyajian makanan kepada konsumen karena sangat berpengaruh dengan kepuasan konsumen.

Kedai Niang memiliki 6 pegawai dalam pelayanan makanan yang terdiri dari 2 tenaga pengolah makanan, 2 bartender, dan 2 *waitress*. Jumlah pegawai yang masih sedikit dapat mengakibatkan pelayanan terhadap konsumen menjadi tidak dapat optimal terutama pada saat kondisi sangat ramai. Hal ini juga disampaikan dalam penelitian oleh Ranitaswari, dkk (2018) yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Kopi dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus di Geo Coffee)” yang menyatakan bahwa rendahnya skor salah satu dimensi kualitas pelayanan mungkin disebabkan oleh jumlah pegawai, terutama *waitress* yang sedikit, sehingga pada saat kondisi ramai tidak dapat optimal dalam melayani konsumen.

Penilaian mengenai dimensi daya tanggap dalam penilaian ini menunjukkan hasil bahwa dari 3 pernyataan dalam kuisioner, pernyataan yang paling banyak mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “karyawan dapat memberikan solusi jika ada masalah terkait menu dan pelayanan” dengan rata-rata 4,4. Sedangkan pernyataan yang paling sedikit mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “karyawan dapat memberikan informasi dengan jelas dan lengkap” dengan rata-rata 4,3. Setelah dilakukan perhitungan skor total terhadap dimensi daya tanggap, dapat dikatakan bahwa terdapat 67 sampel (63,2%) memberikan penilaian sangat baik dan sebanyak 39 sampel (36,8%) memberikan penilaian baik dengan rata-rata total yaitu 4,4.

Daya tanggap merupakan suatu respon dari pegawai atau karyawan di restoran untuk memberikan pelayanan yang responsif dan tepat untuk para konsumen. Dimensi daya tanggap dalam penelitian ini meliputi, kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani konsumen, kesigapan karyawan dalam memberikan solusi terkait masalah yang dialami konsumen, pemberian informasi yang jelas dan lengkap oleh karyawan terkait menu dan pelayanan di restoran. Informasi yang diberikan oleh pegawai yaitu terkait menu-menu yang disediakan mencakup komposisi, pengolahan, dan lama waktu pengolahan, serta informasi terkait *event-event* yang akan diadakan seperti *talk show*, perlombaan barista, *online game tournament*, dan *event-event* lainnya.

Berdasarkan penilaian terhadap dimensi jaminan, dari 3 pernyataan pada kuisisioner, pernyataan yang paling banyak mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “karyawan berperilaku sopan dalam memberikan pelayanan” dengan rata-rata 4,7. Sedangkan, pernyataan mengenai “penguasaan informasi mengenai menu” merupakan yang paling sedikit mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” dengan rata-rata 4,2. Setelah dilakukan perhitungan total, hasil penilaian sampel terhadap dimensi jaminan menunjukkan bahwa sebanyak 69 sampel (65,1%) memberikan penilaian sangat baik dan sebanyak 37 sampel (34,9%) memberikan penilaian baik dengan rata-rata skor total yaitu 4,5.

Jaminan merupakan kemampuan pegawai restoran dalam menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap restoran yang dikunjungi. Dalam penelitian ini, dimensi jaminan meliputi penguasaan informasi mengenai menu oleh karyawan, perilaku sopan, dan pemberian rasa aman dan nyaman ketika berada di restoran. Informasi terkait menu yang disajikan sangat penting dikuasai oleh pegawai

terutama oleh *waitress* yang berhadapan langsung dengan konsumen. Kurangnya penguasaan informasi menu dapat disebabkan oleh pendidikan pegawai dan lama pengalaman bekerja di restoran. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Tukunang (2020) dengan judul “Pengaruh Kompetensi Pramusaji terhadap Kualitas Pelayanan Restoran di Kota Tomohon”. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kompetensi pramusaji sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan restoran di Kota Tomohon. Semakin besar atau semakin nyata kompetensi pramusaji, kemungkinan besar akan sangat berpotensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan restoran di Kota Tomohon, sehingga diharapkan pramusaji yang berkerja di bidang *food and beverage* (restoran) harus memiliki kompetensi yang sesuai agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumen.

Selain itu, pemberian motivasi kerja terhadap karyawan restoran yang memberikan pelayanan kepada konsumen juga dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam dimensi daya tanggap dan jaminan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugianto dan Sugiharto (2013) dengan judul “Analisa Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Price* terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya” menyatakan bahwa *service quality* merupakan faktor yang paling berpengaruh dominan terhadap kualitas pelayanan di restoran Yung Ho Surabaya, sehingga perlu disarankan kepada pihak pengelola atau pemilik restoran untuk memberikan motivasi dan pengarahan kepada karyawan terutama terkait *soft skill* yang dimiliki seperti kecepatan dan ketanggapan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen serta mampu memberikan informasi dengan baik kepada konsumen terkait produk yang

dipesannya sehingga para konsumen tidak memiliki keraguan dalam pemesanan menu di restoran.

Pengaruh positif pemberian motivasi kerja terhadap pegawai didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Subakti (2013) yang berjudul “Pengaruh Motivasi, Kepuasan, dan Sikap Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Café X Bogor”. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif antara motivasi kerja terhadap kinerja karyawan di Café X. Adanya pengaruh motivasi terhadap kinerja didukung dari tanggapan para karyawan terutama karena faktor kebutuhan fisik. Alasan kebutuhan fisik ini dianggap sebagai kebutuhan penting bagi para karyawan yang memicu semangat untuk terus bekerja. Faktor kebutuhan fisik dalam motivasi kerja meliputi, kesesuaian gaji, kondisi tempat bekerja seperti daya listrik dan penerangan, serta fasilitas penunjang pekerjaan.

Sedangkan, hasil penilaian terhadap dimensi empati menunjukkan bahwa dari 3 pernyataan dalam kuisioner, pernyataan yang paling banyak mendapatkan penilaian 5 atau “sangat baik” yaitu mengenai “karyawan memastikan kenyamanan dan kebutuhan konsumen tanpa diminta” dengan rata-rata 4,3. Sedangkan pernyataan mengenai “karyawan memastikan kelengkapan pesanan tanpa diminta” merupakan pernyataan yang mendapatkan skor 5 atau “sangat baik” paling sedikit dengan selisih yang tidak begitu jauh dan rata-rata yang sama, yaitu 4,3. Dimensi empati menjadi dimensi yang paling sedikit mendapatkan penilaian sangat baik dengan jumlah 56 sampel (52,8%). Sedangkan perolehan penilaian baik yaitu sebanyak 48 sampel (45,3%). Selain itu, dimensi empati juga mendapatkan skor cukup dari 2 orang sampel (1,9%). Empati merupakan pemberian perhatian yang tulus dengan cara memahami keinginan konsumen restoran. Penilaian empati dalam

penelitian ini meliputi, sikap pegawai dalam memastikan kelengkapan pesanan, kenyamanan, dan kebutuhan konsumen tanpa diminta.

Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen sangatlah penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan empati. Hal ini disampaikan dalam penelitian oleh Damayanti dan Hamali (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Bandoengsche Melk Centrale Kota Bandung”. Dalam penelitian tersebut menunjukkan ketidaksetujuan responden terhadap indikator empati sehingga kualitas pelayanan dalam wujud empati yang diberikan oleh pihak restoran belum maksimal dikarenakan karyawan restoran belum dapat memahami kebutuhan spesifik para pelanggan. Manajemen restoran sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan dalam wujud empati, yaitu karyawan restoran berupaya lebih maksimal dalam memahami kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, pentingnya untuk para karyawan restoran menanyakan atau memastikan kembali terkait kebutuhan para pelanggan tanpa diminta.

Hasil penilaian kepuasan konsumen dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 54 orang (50,9%) yang memberikan penilaian sangat puas dan 52 (49,1%) yang memberikan penilaian puas dengan rata-rata skor total yaitu 4,2. Aspek kepuasan konsumen yang memiliki rata-rata skor terbesar yaitu mengenai pelayanan yang diberikan di restoran Kedai Niang, dengan rata-rata skor 4,5. Sedangkan aspek kepuasan konsumen dengan rata-rata terendah yaitu mengenai kesediaan untuk tetap menjadi konsumen apabila terjadi kenaikan harga, dengan rata-rata skor 3,5. Hal ini disebabkan karena konsumen akan lebih memilih untuk

berkunjung ke restoran lain yang memiliki harga lebih murah dengan cita rasa makanan yang mirip dibandingkan tetap setia berkunjung ke Kedai Niang.

Loyalitas konsumen merupakan suatu wujud kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan terus menerus yang dikarenakan timbulnya rasa sangat puas terhadap produk atau jasa yang didapatkannya. Konsumen akan cenderung merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain agar merasakan kepuasan yang sama serta akan melakukan pembelian ulang. Kepuasan dan loyalitas konsumen merupakan aspek penting yang menentukan keberlangsungan suatu usaha restoran. Pelayanan yang baik akan mewujudkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Sebaliknya, pelayanan yang buruk akan dapat menyebabkan pada ketidakpuasan konsumen sehingga konsumen tersebut tidak akan kembali lagi bahkan akan mengajak konsumen lain untuk berkunjung ke restoran lainnya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani, dkk (2015) yang berjudul “Kepuasan Sebagai Variabel Antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen pada Restoran Baru”. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa kepuasan konsumen mempunyai pengaruh langsung yang signifikan terhadap terbentuknya loyalitas konsumen. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka akan semakin membuat konsumen loyal.

Setelah dilakukan uji korelasi *Rank Spearman* dengan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha=0,05$), maka didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan secara keseluruhan mendapatkan nilai $p < 0,05$ yang berarti memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan konsumen. Selain itu, angka koefisien korelasi menunjukkan hasil yang

berada dalam rentang 0,26 – 0,5 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat korelasi yang cukup kuat. Angka koefisien korelasi bernilai positif sehingga dapat dikatakan arah hubungan variabelnya bersifat positif atau searah yang berarti semakin bagus kualitas pelayanan di restoran Kedai Niang, maka makin meningkat juga kepuasan konsumen. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan dengan Suryandriyo (2018) yang berjudul “Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran” yang dilaksanakan di 3 restoran berbeda, yaitu Warung SS, *The House of Raminten*, dan Solaria. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *service quality* dan *customers service* sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ronitawati dan Desi (2016) dengan judul “Analisis Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepuasan Konsumen pada Penyelenggaraan Makanan di Kantin Universitas Esa Unggul” menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen pada penyelenggaraan makanan di kantin Universitas Esa Unggul. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian oleh Ramdhani, dkk (2015) yang berjudul “Kepuasan Sebagai Variabel Antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen pada Restoran Baru” yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pembentukan kepuasan konsumen. Selain itu, dimensi *tangible* (faktor fisik) dan *assurance* (jaminan) pada penelitian tersebut memiliki nilai yang negatif terhadap pembentukan kepuasan konsumen.