



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Geprek Jombang Di Kabupaten Jombang

Dani Agung Wicaksono^{1*}, Nadia Maharani², Nurti Indah Sari Prakoso³

^{1,2,3}Prodi D.IV Teknologi Pengolahan Hasil Ternak, Politeknik Negeri Banyuwangi, Banyuwangi

Corresponding Author : dani@poliwangi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada pada Warung Makan (WM) Geprek Jombang di Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang. Penelitian ini menggunakan 5 dimensi yang ada pada kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Populasi pada penelitian ini yakni seluruh konsumen WM Geprek Jombang, penelitian menggunakan metode pengambilan data *purposive sampling* dengan total sampel yang diambil 120 sampel responden. Metode ini digunakan untuk memilih responden sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan diantaranya umur minimal 17 tahun, dan memiliki rasio berkunjung minimal 2 kali. Hasil penelitian ini ditunjukkan oleh hasil uji F yang dimana nilai sig. 0,000 < 0,05 yang artinya variabel-variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan Uji T menunjukkan hasil antara lain, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Variabel jaminan memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan dengan variabel lainnya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the quality of service available at Warung Makan (WM) Geprek Jombang in Jombang District, Jombang Regency. This study uses 5 dimensions that exist in service quality, namely reliability, responsiveness, tangible, assurance, empathy. The population in this study were all consumers of WM Geprek Jombang, the research used purposive sampling data collection method with a total sample of 120 respondents. This method is used to sort respondents according to predetermined criteria, including a minimum age of 17 years, and a ratio of visiting at least 2 times. The results of this study are indicated by the results of the F test where the value of sig. 0.000 < 0.05, which means that these variables together have a significant effect on consumer satisfaction. The T-test shows the results, among others, responsiveness, assurance and empathy have a significant influence on the variable of consumer satisfaction. The assurance variable has the most dominant influence compared to other variables.

Keyword : *Service Quality, Customer Satisfaction.*

1. Pendahuluan

Padatnya penduduk di wilayah kabupaten Jombang dapat berpotensi untuk membantu mengembangkan perekonomian daerah, salah satunya dalam bidang kuliner. Melihat potensi yang ada, membuat usaha di bidang kuliner di Kabupaten Jombang mengalami perkembangan dengan berbagai inovasi dan jumlah yang semakin banyak. Khususnya di Kecamatan Jombang yang memiliki rumah makan dengan jumlah 2.000 rumah makan dengan 4 kategori yakni, restoran, rumah makan, depot dan warung (BPS Kabupaten Jombang, 2021). Dampak semakin banyaknya unit usaha pada bidang ini, dapat membuat persaingan semakin ketat. Sehingga konsumen dituntut memiliki banyak ide inovatif dan lebih mempertimbangkan produk yang akan mereka beli. Pertimbangan konsumen meliputi harga, bentuk, kemasan, model, kualitas, dan fungsi barang tersebut (Ahmad, 2018).



Warung Makan Geprek merupakan rumah makan lokal milik pribadi yang pemiliknya asli Jombang dan hanya memiliki cabang di daerah kota Jombang. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana respon pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang didapatkan saat membeli produk ayam geprek. WM Geprek atau biasa disebut Warung Makan Geprek merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner ayam geprek sebagai produk utama. Pemilik mendirikan gerai Warung Makan Geprek pertama dengan memanfaatkan halaman rumahnya untuk dijadikan warung sederhana yang berlokasi di Perumahan Jombang Citra Raya Pandanwangi yang saat ini menjadi kantor pusat. Warung Makan Geprek dituntut untuk dapat memenuhi permintaan konsumen yang menginginkan makanan yang praktis, bersih, berkualitas, harga terjangkau dan memiliki menu bervariasi. Warung Makan Geprek memiliki ciri khas yaitu dengan menawarkan konsep restoran Geprek bergaya *modern* yakni konsep restoran prasmanan.

Perusahaan yang berhasil memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap konsumen dapat menjadi tolok ukur keberhasilan suatu usaha (Kotler dan Keller, 2018). Kualitas pelayanan yang optimal juga dapat berpengaruh terhadap citra positif perusahaan. Penilaian akan kualitas pelayanan ada lima dimensi yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) (Putrana *et al.*, 2022). WM Geprek harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas baik, sehingga konsumen dapat mengetahui seberapa besar harapan dapat terpenuhi. Hal ini WM Geprek berupaya untuk memberikan layanan terbaik terhadap pelanggannya, tetapi ada beberapa permasalahan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan WM Geprek belum memenuhi harapan konsumen.

2. Tinjauan Pustaka Dan Hipotesis

Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap timbal balik yang diarahkan kepada konsumen setelah mereka memperoleh dan menggunakan barang dan jasa, agar konsumen merekomendasikannya kepada orang lain (Valien *et al.*, 2018). Ini adalah penilaian evaluatif pasca pemilihan yang dipengaruhi oleh tahap pemilihan pembelian khusus dan pengalaman penggunaan atas apa yang diingat dan merek mana yang dipilih. Apa yang terjadi saat menggunakan suatu produk juga dapat mempengaruhi kondisi mood, dan mood yang muncul dapat mempengaruhi penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap perusahaan (Andrew *et al.*, 2019).

2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Stevany *et al.* (2021) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen memiliki empat faktor utama yang perlu diperhatikan, antara lain :

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika telah memiliki pengalaman positif terhadap produk yang digunakannya. Kualitas produk memberikan dampak positif bagi konsumen, seperti perasaan puas, dan pembelian berulang tidak dikesampingkan.

2. Kualitas Pelayanan



Kualitas Pelayanan akan lebih tertarik dan nyaman menggunakan suatu produk jika pelayanannya berkualitas. Pemberian pelayanan yang baik merupakan strategi utama yang digunakan dalam bisnis karena sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

3. Sosial

Konsumen merasa nyaman meskipun tujuan utama seorang konsumen ialah untuk menyantap santapan di rumah makan ini memiliki kenikmatan tersendiri untuk menyantap makanan bersama keluarga, teman serta rekan kerja konsumen tersebut dapat mempengaruhi kepuasan.

2.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang digunakan sebagai penentu variabel, yang dapat membantu peneliti untuk melakukan pengukuran terhadap perubahan yang terjadi secara tidak langsung. Menurut Krisdianti dan Sunarti (2019) Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat sebagai berikut :

1. Konsumen akan melakukan pembelian ulang dan cenderung akan setia memakai produk tersebut.
2. Konsumen akan membeli lebih banyak apabila perusahaan mengeluarkan produk baru atau penyempurna produk yang ada.
3. Konsumen akan bersedia memberikan komentar tanpa paksaan tentang produk yang tentunya menguntungkan perusahaan.
4. Menyumbangkan ide atau gagasan-gagasan kepada perusahaan.

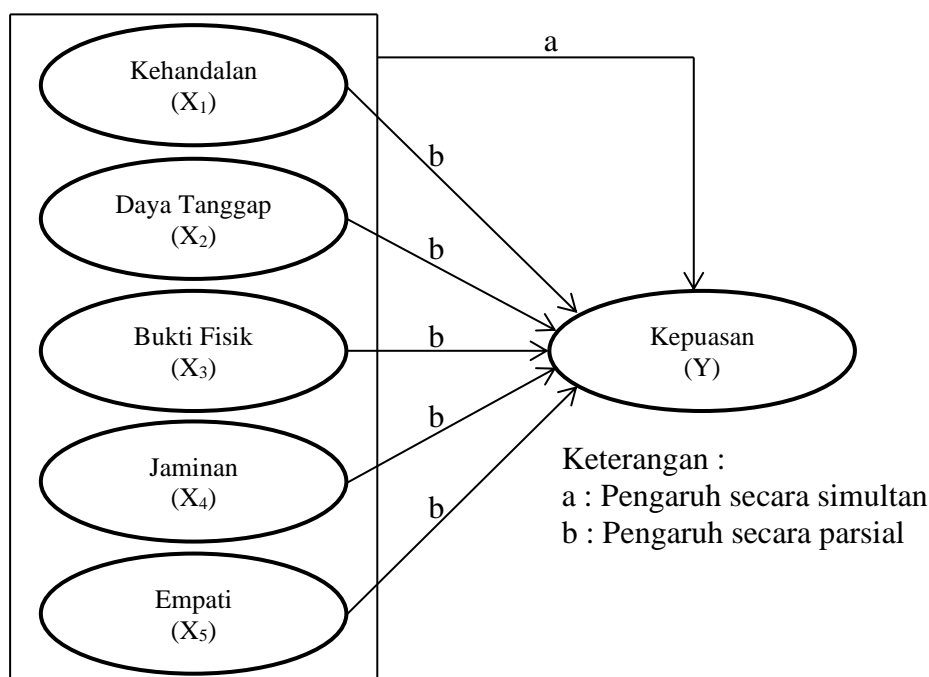
2.3 Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen

Pemberian kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan membuat konsumen menjadi loyal dan akan mempengaruhi pembelian ulang (Sudarso, 2016). Perusahaan harus mengatur strategi yang tepat untuk mempertahankan jumlah konsumen bahkan mendapatkan konsumen baru. Baik buruknya penilaian kualitas pelayanan akan diberikan oleh konsumen berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan (Valien *et al.*, 2018). Konsumen dapat memberikan penilaian dengan cara membandingkan pelayanan yang diterimanya sudah atau tidak sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, baik tidaknya harapan setiap konsumen tergantung pada kemampuan perusahaan dalam pemberian kualitas pelayanan yang maksimal dan konsisten.

Stevany *et al.*, (2021) menyatakan bahwa pelayanan adalah beberapa kegiatan yang tidak terlihat akibat interaksi antara konsumen dan karyawan perusahaan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Yuniarti (2015) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terkait pelayanan kepada konsumen, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, dan sosial. Kotler dan Keller (2018), menambahkan pada dasarnya konsumen tidak hanya membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tetapi konsumen membeli manfaat, jika konsumen puas dengan manfaat yang diterima maka akan berdampak positif bagi perusahaan karena konsumen secara tidak langsung ikut mempromosikan produk yang mereka jual. Berdasarkan hal tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya jika suatu perusahaan

dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan konsisten demi tercapainya kepuasan pelanggan.

Kerangka konsep penelitian yang didesain adalah sebagaimana yang terlihat dalam Gambar 1.

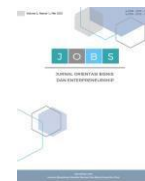


Sumber : Didesain dari berbagai literatur

Gambar 1. Kerangka Kerja Konsep Penelitian

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara simultan maupun parsial sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. H1: Variabel keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), bukti fisik (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Geprek Jombang.
2. H2: Variabel keandalan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Geprek Jombang.
3. H3: Variabel daya tanggap (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Geprek Jombang.
4. H4: Variabel bukti fisik (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Geprek Jombang.
5. H5: Variabel jaminan (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Geprek Jombang.
6. H6: Variabel empati (X_5) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Geprek Jombang.



7. Variabel daya tanggap (X_2) mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Geprek Jombang.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan model pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang dapat mengacu pada kenyataan, gejala, atau fenomena yang konsisten, konkrit, dapat diamati, terukur, dan memiliki sebab-akibat. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel dan berguna untuk menguji hipotesis yang diberikan (Windharti, 2018).

Penelitian ini menggunakan sebanyak 120 sampel, jumlah sampel ini didapatkan dari perkalian variabel *independent* dan *dependent* dengan menggunakan anggota sampel sebanyak 20. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 6 variabel, 5 *independent* dan 1 *dependent* dengan perhitungan $6 \times 20 = 120$ responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memperhitungkan faktor-faktor tertentu. Teknik *purposive sampling* ini digunakan karena cocok untuk penelitian kuantitatif atau penelitian yang tidak menggeneralisasi (Sugiyono, 2019).

4. Hasil Penelitian

Pengujian awal yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji validitas data, dimana uji ini dilakukan setelah penyebaran kuesioner di WM Geprek Jombang dengan total 120 responden ($N=120$). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 25 for windows* dengan hasil pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Data.

No.	Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Keterangan
1.	Kehandalan (X_1)	$X_{1,1}$	0,753	0,179	0,000	Valid
		$X_{1,2}$	0,735	0,179	0,000	Valid
		$X_{1,3}$	0,718	0,179	0,000	Valid
		$X_{1,4}$	0,702	0,179	0,000	Valid
2.	Daya Tanggap (X_2)	$X_{2,1}$	0,746	0,179	0,000	Valid
		$X_{2,2}$	0,777	0,179	0,000	Valid
		$X_{2,3}$	0,785	0,179	0,000	Valid
		$X_{2,4}$	0,774	0,179	0,000	Valid
3.	Bukti Fisik (X_3)	$X_{3,1}$	0,776	0,179	0,000	Valid
		$X_{3,2}$	0,802	0,179	0,000	Valid
		$X_{3,3}$	0,665	0,179	0,000	Valid
		$X_{3,4}$	0,737	0,179	0,000	Valid
4.	Jaminan (X_4)	$X_{4,1}$	0,692	0,179	0,000	Valid
		$X_{4,2}$	0,792	0,179	0,000	Valid
		$X_{4,3}$	0,768	0,179	0,000	Valid
		$X_{4,4}$	0,818	0,179	0,000	Valid
5.	Empati (X_5)	$X_{5,1}$	0,83	0,179	0,000	Valid
		$X_{5,2}$	0,774	0,179	0,000	Valid
		$X_{5,3}$	0,720	0,179	0,000	Valid



		X _{5,4}	0,851	0,179	0,000	Valid
6.	Kepuasan Konsumen (Y)	Y ₁	0,676	0,179	0,000	Valid
		Y ₂	0,750	0,179	0,000	Valid
		Y ₃	0,853	0,179	0,000	Valid
		Y ₄	0,852	0,179	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dari variabel penelitian keandalan, daya tanggap, bukti fisik, jaminan, empati dan kepuasan konsumen mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Baris df (*degree of freedom*) N-2 yaitu $120 - 2 = 118$, sehingga jika dilihat dari r_{tabel} diperoleh nilai 0,179. Pengujian validitas ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%)(Rukajat, 2018). Hasilnya, semua item pernyataan dalam kuesioner dapat disimpulkan valid, dan pernyataan yang disajikan dalam kuesioner penelitian dapat digunakan sebagai uji penelitian selanjutnya. Jika korelasi rhitung lebih besar dari rtabel maka pernyataan kuesioner dapat dinyatakan valid. Uji validitas dapat dilakukan untuk mengetahui seberapa baik kuesioner menjalankan fungsinya.

Uji reliabilitas pada penelitian ini berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi butir-butir pernyataan dari suatu kuesioner yang dilakukan secara berulang dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, maka kuesioner akan dinyatakan reliabel (konsisten). Hasil uji reliabilitas bisa dilihat pada Tabel 2.

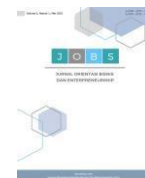
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Data

No.	Variabel	r _{alpha}	Keterangan
1.	Kehandalan (X ₁)	0,703	Reliabel
2.	Daya Tanggap (X ₂)	0,770	Reliabel
3.	Bukti Fisik (X ₃)	0,731	Reliabel
4.	Jaminan (X ₄)	0,764	Reliabel
5.	Empati (X ₅)	0,802	Reliabel
6.	Kepuasan (Y)	0,790	Reliabel

Sumber : Data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 2 di atas, hasil uji reliabilitas untuk semua variabel menunjukkan nilai r_{alpha} $>$ nilai kritis 0,60, yang berarti semua item pernyataan untuk setiap variabel reliabel dan dapat dilakukan uji tambahan.

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan hasil pengujian data berupa persamaan. Tabel 3 menunjukkan persamaan dan hasil uji regresi linier berganda:

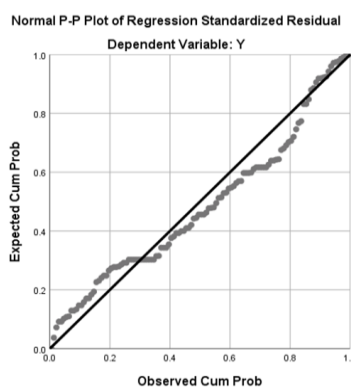
**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	4,575	1,596		2,867	,005
Kehandalan (X ₁)	,037	,099	,034	,374	,709
Daya Tanggap (X ₂)	,175	,067	,194	2,600	,011
Bukti Fisik (X ₃)	-,160	,093	-,168	-1,718	,089
Jaminan (X ₄)	,459	,127	,446	3,604	,000
Empati (X ₅)	,242	,103	,267	2,360	,020

Sumber : Data diolah dari hasil penelitian

Menurut hasil SPSS, nilai R Square adalah 0,469 atau 46,9%. Artinya variabel dependability, responsiveness, tangibles, assurance, dan empathy dapat mempengaruhi perubahan variabel kepuasan konsumen sebesar 46,9% secara bersamaan, sedangkan sisanya sebesar 53,1% dipengaruhi oleh faktor di luar model penelitian ini, seperti brand image, promosi, lokasi, harga, dan lain-lain yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan normal P-P (regression standardized residual plot) dalam uji normalitas, dengan ketentuan jika data terdistribusi di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka data dinyatakan normal; jika tidak data tidak normal. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:



Sumber : Data diolah dari hasil penelitian

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Uji multikolinearitas menentukan apakah ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi; jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi interferensi multikolinearitas; Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih besar dari 10 maka terjadi interferensi multikolinearitas .

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kehandalan (X_1)	0,568	1,762	Bebas Multikolinieritas
Daya Tanggap (X_2)	0,834	1,200	Bebas Multikolinieritas
Bukti Fisik (X_3)	0,490	2,043	Bebas Multikolinieritas
Jaminan (X_4)	0,304	3,294	Bebas Multikolinieritas
Empati (X_5)	0,364	2,748	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai tolerance dari variabel kehandalan $0,568 > 0,1$ dan VIF $1,762 < 10$, daya tanggap $0,834 > 0,1$ dan VIF $1,200 < 10$, bukti fisik $0,490 > 0,1$ dan VIF $2,043 < 10$, jaminan $0,304 > 0,1$ dan VIF $3,294 < 10$ dan empati $0,364 > 0,1$ dan VIF $2,748 < 10$, Maka dapat disimpulkan bahwa korelasi antar variabel bebas menunjukkan tidak ada gangguan multikolinieritas.

Uji Glejser digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas pada penelitian ini. Dengan meregresi variabel independen dan nilai residual absolutnya, uji Glejser diterapkan. Tidak ada masalah heteroskedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen dan residual absolut lebih besar dari 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai t_{hitung}	Sig.	Keterangan
Kehandalan (X_1)	-1,455	0,149	Bebas Heteroskedastisitas
Daya Tanggap (X_2)	-1,384	0,169	Bebas Heteroskedastisitas
Bukti Fisik (X_3)	-1,147	0,254	Bebas Heteroskedastisitas
Jaminan (X_4)	1,723	0,088	Bebas Heteroskedastisitas
Empati (X_5)	-1,409	0,162	Bebas Heteroskedastisitas

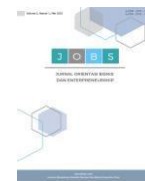
Sumber : Data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan hasil uji Glejser terlihat jelas bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Geprek Jombang. Hal ini ditunjukkan oleh hasil penghitungan statistik F_{hitung} sebesar 20,141 dengan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kelima variabel *independent* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent*. Pengaruh besarnya variabel *independent* dapat dibuktikan dengan nilai *R Square* sebesar 0,469 (46,6%)



kepuasan konsumen pada Warung Makan Geprek Jombang dipengaruhi oleh kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) dan sisanya 0,446 (44,6%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dicantumkan seperti, kompetensi, akses, dan kemampuan memahami pelanggan. Hal ini dapat menjadi acuan pihak manajemen Warung Makan Geprek Jombang untuk meningkatkan kualitas, khususnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan untuk uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa pada variabel X_1 Kehandalan (*Reliability*) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Makan Geprek Jombang, Hal ini dibuktikan oleh hasil statistik uji t dengan nilai sebesar 0,374 lebih kecil dari 1,985 ($0,374 < 1,985$) dan taraf signifikansi sebesar 0,709 lebih besar dari 0,05 ($0,709 > 0,05$).

Sedangkan untuk pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pada variabel X_2 daya tanggap (*Responsiveness*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Makan Geprek Jombang, Hal ini dibuktikan oleh hasil statistik uji t dengan nilai sebesar 2,600 lebih besar dari 1,985 ($2,600 > 1,985$) dan taraf signifikansi sebesar 0,011 lebih kecil dari 0,05 ($0,011 < 0,05$).

Untuk pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa pada variabel X_3 bukti fisik (*tangible*) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Warung Makan Geprek Jombang, Hal ini dibuktikan oleh hasil statistik uji t dengan nilai $t_{hitung} = 1,718$ lebih kecil dari 1,985 ($-1,718 < 1,985$) dengan taraf signifikansi sebesar 0,089 lebih besar dari 0,05 ($0,089 > 0,05$).

Sedangkan untuk pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa pada variabel X_4 jaminan (*assurance*) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen WM Geprek Jombang. Hal ini dibuktikan oleh hasil statistik uji t dengan nilai $t_{hitung} = 3,604$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,985$ ($3,604 > 1,985$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Untuk pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa pada variabel X_5 empati (*emphaty*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen WM Geprek Jombang, Hal ini dibuktikan oleh hasil statistik uji t dengan nilai $t_{hitung} = 2,360$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,985$ ($2,360 > 1,985$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dengan taraf signifikansi sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05 ($0,020 < 0,05$).

Sedangkan untuk pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa variabel *independent* (X) yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) adalah variabel X_4 yaitu jaminan (*assurance*). Variabel jaminan sendiri nilai standar koefisien paling besar dari variabel lainnya. Hasil ini diperoleh dari analisis data uji regresi linear berganda dimana variabel X_4 memiliki nilai sebesar 0,459 yang mana dapat disimpulkan yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen di WM Geprek Jombang ialah variabel X_4 Jaminan (*Assurance*).

6. Kesimpulan

Variabel reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Geprek Jombang, sehingga hipotesis pertama dalam



penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel reliabilitas berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Geprek Jombang, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima yaitu reliabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel daya tanggap berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Geprek Jombang, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima: daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena variabel bukti fisik (*Tangible*) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan maka hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima yang menunjukkan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Geprek Jombang. Variabel jaminan (*Assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Geprek Jombang, sehingga hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima, dimana jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Karena empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Geprek Jombang, maka hipotesis keenam dalam penelitian ini diterima yaitu empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel jaminan memiliki nilai paling besar dari variabel lainnya dan merupakan variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Agustin, R. P., Suparwo, A., Yuliyana, W., Sunarsi, D., dan Nurjaya, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada *Word Of Mouth* Jasa Pengurusan Nenek di Cv.Speed Nenekin.
- Ahmad, Z. F. (2018). Analisis Kualitas Layanan Konsumen Pada Rumah Makan “ Waroeng Steak And Shake ” Yogyakarta.
- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., dan Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar *Jeans House* Kota Palu. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 37–50.
- Andrew, J., Howard, K., Harianto, A., dan Petra, U. K. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen di Carnivor Surabaya.
- Andriyani, K. (2020). Pengaruh Perilaku, Usia, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Melalui Aplikasi Kai Access Pada Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.
- Aprilia, F. (2015). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “ Jawa Timur Park 2 ” Kota Batu). 24(1), 1–6.
- Aprillia, A., dan Fatimah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 242–245.
- Apriyani, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little a Coffee Shop* Sidoarjo) Dwi. 51(2), 1–7.
- Aqib, Z., dan Rasidi, M. H. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan. Andi.
- Arifin, M. D. (2020). Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Toko Bangunan Menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)*, *Importance Performance Analysis (Ipa)* dan *Customer Satisfaction Indeks (Csi)* (Studi Kasus Pada Tb Baja Mulya). 21(1), 1–9.
- Bennett, J., Greene, G., dan Schwartz-Barcott, D. (2013). *Perceptions of Emotional Eating Behavior. a Qualitative Study of College Students*. *Appetite*, 60(1), 187–192.
- Bps Kabupaten Jombang. (2021). Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang 2021. 1–50.
- Bungin, B. (2001). *Metode Penelitian Sosial*. Airlangga University Press.
- Bungin, B. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana.



- Fitri, A. (2018). Pengaruh Pelayanan Karyawan dalam Menarik Minat Konsumen Rm. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Banjarmasin.
- Fitriana, B. (2015). Pengaruh Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi Terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras di Wilayah Jakarta Barat.
- Ghozali, I. (2001). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Spss. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm Spss 25. Universitas Diponegoro.
- Hemakumara, G., dan Rainis, R. (2018). *Spatial Behaviour Modelling Of Unauthorised Housing In Colombo, Sri Lanka*. *Kemanusiaan*, 25(2), 98–107.
- Husaini, M., Artiningih, D. W., dan Zamilah, E. (2020). Hubungan Tingkat Pendidikan dan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas dan Manfaat Beras Organik di Kota Barabai. *Journal Uniska Kediri*.
- Ismail, T., dan Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. 5(3), 413–423.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Informatika.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*. Pt. Indeks.
- Krisdianti, D. L., dan Sunarti. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang *Town Square*.
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Farooq, A., dan Dhir, A. (2020). *Unusual Purchasing Behavior During The Early Stages of The Covid-19 Pandemic: The Stimulus-Organism-Response Approach*. *Journal of Retailing And Consumer Services*, 57(March).
- Mahendra, M. M., dan Ardani, I. G. A. K. S. (2015). Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik *The Body Shop* di Kota Denpasar. 2(1), 445–456.
- Mahindra, R. (2018). Analisis Perbedaan Gender Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pembelian Impulsif di Distro Rown Surakarta). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 1–26.
- Massie, S. P., Kindangan, P., dan Palandeng, I. D. (2021). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Objek Wisata Sumaru Endo Remboken. 8(5), 132–136.
- Mowen, J. C., dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen (2 Ed.)*. Erlangga.
- Parasuraman, A., Zeitham, V., and Berry, L. L. (1988). *Servqual: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception Of Service Quality*. *Journal Of Retailing*, 64, 12–40.
- Pertiwi, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Resto Campus di Jl. Air Dingin Pekanbaru. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau.
- Perwanto, E. A., dan Sulistyastuti, D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Gava Media.
- Pratiwi, Nuning. (2017). Penggunaan Media Video *Call* Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1), 213–214.
- Putrana, I. W., Wajdi, M., dan Saraswati, K. W. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. 20(1), 109–119.
- Rahmat, M. (2021). Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Rumah Ayam Geprek D'ja Lampriet. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Banda Aceh.
- Rosanti, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, 21(1), 1–9.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sailendra, A. (2020). *Langkah - Langkah Praktis Membuat Sop (Standard Operating Procedures)*. Trans Idea Publishing.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research dan Development*. In Diterbitkan Oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (Pusaka).
- Sarah, S. (2015). Strategi Membangun Persepsi Konsumen pada Rumah Makan “Ayam Geprek Spesial” Cabang Yogyakarta dan Surakarta.



- Setiadi, N. J. (2013). Perilaku Konsumen. Kencana.
- Siwi, T. P. U. (2020). Hubungan Motivasi dan Perilaku Manusia dalam Berinovasi. *Majalah Ilmiah Manajemen*, 09(01), 34–45.
- Sondakh, B. R., Tampi, J. R. E., dan Tumbel, T. M. (2019). Pengaruh Bukti Langsung, Kehandalan, Jaminan, Daya Tanggap dan Empati, Terhadap Kepuasan Pasien pada Puskesmas. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 101.
- Stevany, K., Aditama, A. G., Rosalina, A. A., dan Sulistyono, F. T. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Restoran Selama Pandemi Covid-19. 9(1), 7–16.
- Sudarso, A. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. Deepublish.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D. Alfabeta.
- Suhartini, T. (2018). Makna Kerja Bagi Pendidik Pendidikan Anak Usia Dini: Studi Fenomenologi di Paud 'Aisyiyah Bustanul Athfal di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 168–169.
- Sunyoto, D. (2016). Metodologi Penelitian Akuntansi. Pt Refika Aditama.
- Surat Edaran No 12 Tahun. (2020). Pemulihan Aktivitas Perdagangan Yang Dilakukan Pada Masa Pandemi Covid-19 dan New Normal.
- Syafaruddin, Syukri, M., dan Risqi Syahputra Nasution, A. (2021). *Analisis Quality In Fact And Quality Perception. Ability: Journal Of Education And Social Analysis*, 2(4), 18–30.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2016). *Servis, Quality And Satisfaction* (Edisi 4). Andi.
- Ulfah, N. A. (2020). Analisis Disiplin Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Glow Supermarket Banjarmasin.
- UU Perlindungan Konsumen. (1999). UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. 1–37.
- Valien, K., Atmaja, W., Sujana, I. N., dan Suwena, K. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt . Pos Cabang Singaraja. 10(1), 12–23.
- Wekke Suardi, I. Dkk. (2019). Metode Penelitian Sosial. in *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Windharti, R. (2018). Penelitian Sosial. Istana Media.
- Wulandari, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Jogja di Aceh Barat Daya. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, 21(1), 1–17.
- Yuniarti, V. S. (2015). Perilaku Konsumen Teori dan Praktik. Cv Pustaka Setia.
- Yusuf, M. (2017). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif , dan Penelitian Gabungan.