

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI TEBING BAR DAN CAFÉ KUPANG

Yudha Eka Nugraha

Email: yudhaekanugraha@gmail.com

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

The purpose of this research is to determine the effect of service quality on customer satisfaction in Tebing Bar and Cafe Kupang. The population of this study were guests who used the services of Tebing Bar and Cafe Kupang from April 2018 to June 2019, which were 3,424 guests who visited and sought an average of 70 guests per day which were served by Tebing Bar and Cafe employees. Kupang. By using the Slovin formula, the authors took a sample of 97 respondents. Data obtained through questionnaires were then analyzed using quantitative research methods with descriptive analysis and simple linear regression analysis processed using the SPSS program. The results of this research through a simple regression analysis, shows that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction in Tebing Bar and Cafe Kupang services by 62% and the remaining 38% which is influenced by other factors. This means that if the quality of service is improved, customer satisfaction will also increase.

Keywords: *Quality, Tourist Satisfaction, Tourist*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menjawab masalah tersebut, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan di Tebing Bar dan Cafe Kupang. Populasi dari penelitian ini adalah tamu yang menggunakan jasa Tebing Bar dan Cafe Kupang selama bulan April tahun 2018 sampai dengan bulan Juni tahun 2019 adalah 3.424 tamu yang berkunjung dan dicari rata-rata perhari tamu adalah sebesar 70 orang tamu yang ditangani oleh karyawan Tebing Bar dan Cafe Kupang. Dengan menggunakan rumus slovin, penulis mengambil sampel berjumlah 97 responden. Data yang diperoleh melalui kuesioner kemudian dianalisis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana yang hasilnya diolah menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini melalui analisis regresi sederhana, diperoleh hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tebing Bar dan Cafe Kupang sebesar 62% dan sisanya 38% yang di pengaruhi oleh faktor lain. Artinya jika kualitas layanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Wisatawan, Wisatawan

1. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang harus dicapai untuk terus mempertahankan kualitas pelayanan perusahaan yang lebih baik ke depannya, tentu bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang komersial sudah pasti memiliki target untuk memperoleh profit yang optimal. Didalam menjalankan sebuah bisnis, umumnya yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan, yang merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terutama pelayanan. Demikian pula dengan bisnis hospitality merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada asas kenyamanan, sehingga masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini dan tujuan perusahaan akan dapat terwujud. Kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:119) kualitas berkaitan erat dengan kepuasan konsumen atau pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan, ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik konsumen. Pada gilirannya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, dengan cara perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen atau pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan.

Sekalipun upaya mewujudkan keunggulan layanan bukanlah pekerjaan mudah, namun apabila sebuah organisasi mampu

melakukannya, maka manfaat yang didapat sangat besar, baik bagi perusahaan, konsumen, maupun karyawan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:123), kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Organisasi bisnis dan non bisnis pun berlomba- lomba mencanangkan langganan adalah raja "Kepuasan Anda adalah Tujuan Kami", "*We care for customer*" dan sejenisnya.

Tebing Bar dan Cafe Kupang yang merupakan cafe yang baru saja didirikan pada tanggal 15 September 2015 yang terletak di Jalan Yos Sudarso Tenau. Cafe ini memiliki daya tarik berupa pemandangan pantai yang menarik pengunjung yakni dapat melihat sunset yang indah dan tampilan makanan yang menarik. Tebing Bar dan Cafe Kupang memiliki karyawan berjumlah 7 orang diantaranya 2 karyawan perempuan dan 5 karyawan laki-laki. Kapasitas cafe ini dapat menampung kurang lebih 30 orang. Dari data di atas jenis tamu yang menggunakan jasa Tebing Bar dan Cafe Kupang antara lain: dewasa (*adult*) dan anak-anak (*child*)

Tabel 1.1 Data Tamu Tebing dan Bar Cafe 2017

No.	Bulan	Total Tamu
1.	Januari	878
2.	Februari	1.055
3.	Maret	1.056
4.	April	1.094
5	Mei	1.200
6.	Juni	1.201
	TOTAL	6.484

(Sumber: Tebing Bar dan Cafe Kupang,2017)

Berdasarkan observasi awal pada Tebing Bar dan Cafe Kupang, penulis melihat bahwa staf yang melaksanakan tugas dibagian Bartender dan kitchen masih terlihat kurang dalam memberikan kualitas layanan yang unggul untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ditandai dengan munculnya berbagai masalah yang berakibat pada komplain oleh konsumen antara lain: kurangnya rasa tanggungjawab dalam memberikan

pelayanan, kurangnya rasa cepat tanggap terhadap pelanggan dalam mengatasi masalah.

Hal-hal seperti ini memerlukan tindakan perubahan yang nyata untuk menjaga kestabilan dan operasional perusahaan. Kualitas layanan yang unggul akan tercipta apabila dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Mengingat begitu pentingnya kualitas pelayanan yang berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Tebing Bar dan Café Kupang”.

2. KONSEP DAN TEORI

Pada konsep diuraikan definisi operasional penelitian agar tidak menimbulkan persepsi yang berbeda antara penulis/peneliti dengan pembaca. Adapun konsep yang digunakan adalah sebagai berikut ini.

2.1 Kualitas Layanan

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat sehingga cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik.

Menurut Tjiptono (2016:59) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang dapat diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Menurut Kotler dan Fandy Tjiptono (2016:284) mengungkapkan ada lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa diantaranya yaitu

1. Berwujud (*tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (*empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan
3. Cepat tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan

pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.

4. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat serta konsisten.
5. Kepastian (*assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan konsumen.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan dikutip

Giese dan Cote (Suryadana dan Oktovia, 2015:94) mengemukakan bahwa sekalipun banyak definisi kepuasan konsumen namun secara umum tetap mengarah pada tiga komponen utama yaitu:

1. Respon tipe dan intensitas kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari sangat puas menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.
2. Fokus: fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual, dan toko.
3. Waktu respon: respon terjadi pada waktu tertentu antara lain setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

2.3 Model Kualitas Layanan

Model kualitas layanan adalah suatu model yang menekankan pada pentingnya kualitas pelayanan yang diterapkan dalam rangka memberikan atau memenuhi kepuasan pelanggan ini juga dikemukakan oleh Gordon (Payangan,2014:147) yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah suatu mode pelayanan yang diterima pelanggan berdasarkan adanya hubungan interaksi, terciptanya lingkungan fisik, dan berorientasi tujuan. Dasar pemikiran ini berkembang menjadi satu model sebagai berikut:

1. Model kualitas interaksi yaitu suatu model yang diperkenalkan dalam memberikan suatu pelayanan berkualitas yang dapat mengubah sikap perilaku dan kemampuan (keahlian) dalam memberikan bentuk pelayanan memuaskan.
2. Model kualitas lingkungan fisik yaitu suatu model pemberian pelayanan sesuai dengan kondisi kenyataan fisik berdasarkan kondisi yang stabil (*abient contion*) sesuai dengan fisik (*phsycal desain*) dan adanya kondis lingkungan sosial (*environment social*).
3. Model kualitas hasil yaitu suatu model pemberian pelayanan yang diterima berdasarkan hasil tepat dursi waktu, penampakan fifik yang nyata dan valance (memberi kesan).

3. METODE

Sugiyono (2014: 6) menyatakan bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Metode penelitian meliputi prosedur dan teknik penelitian. Metode penelitian sangat penting untuk membantu memecahkan masalah-masalah penelitian. Dengan menguasai metode penelitian, bukan hanya dapat

memecahkan berbagai masalah penelitian, namun juga dapat mengembangkan bidang keilmuan yang digeluti.

Sebelum dilakukan penelitian, disiapkan rancangan penelitian dengan cakupan komponen-komponen yang diperlukan. Menurut Moleong (2000: 236), rancangan penelitian dapat membimbing peneliti dalam proses pengumpulan data, analisis, dan interpretasi yang dicapai dapat digeneralisasikan terhadap situasi-situasi yang berbeda. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2014: 21) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif yang diperoleh dari sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data kualitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung suatu makna. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa: a) data gambaran umum lokasi penelitian, b) data informasi mengenai profi Tebing Bar dan Café Kupang, c) data hasil wawancara mengenai pelayanan di Tebing Bar dan Café Kupang. Data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka-angka atau perhitungan-perhitungan. Data kuantitatif yang digunakan berupa: a) data tabulasi hasil kuisisioner, b) data jumlah wisatawan yang mengunjungi Tebing Bar dan Café Kupang, dan c) data hasil olahan SPSS.

Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri yang dilengkapi dengan alat-alat bantu seperti alat tulis, alat rekam, kamera, kuisisioner dan pedoman wawancara. Kuisisioner disusun sesuai tinjauan pustaka yang digunakan, yaitu diturunkan dari variabel x : kualitas layanan dan variabel y : kepuasan wisatawan. Kuisisioner ini adalah instrument yang harus diisi

oleh responden untuk mengetahui hasil dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Tebing Bar dan Café Kupang.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2013:115), populasi dari penelitian awal tamu berkunjung dari data tamu 3 bulan terakhir (April, Mei, Juni) adalah 3.424 orang. Bila menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan/presisi (e) sebesar 10%, maka diperoleh jumlah sampel yang layak dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis pendahuluan terdapat tiga uji diantaranya uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas data disertakan dengan hasil pengujian diantaranya:

a. Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka diterapkan kriteria statistik sebagai berikut: Instrumen dikatakan valid apabila semua indikator memiliki angka diatas nilai batas 0,30. Berikut adalah hasil uji validitas melalui SPSS I6 pada indikator-indikator kualitas pelayanan.

Tabel 4.1 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	KET
X	P1	0,938	0,30	VALID
	P2	0,973	0,30	VALID
	P3	0,951	0,30	VALID
	P4	0,973	0,30	VALID
	P5	0,976	0,30	VALID
	P6	0,936	0,30	VALID
	P7	0,962	0,30	VALID
	P8	0,948	0,30	VALID
Y	P1	0,792	0,30	VALID
	P2	0,782	0,30	VALID
	P3	0,795	0,30	VALID
	P4	0,743	0,30	VALID
	P5	0,788	0,30	VALID

(Sumber: Olahan Data Kuesioner 2018)

b. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengetahui ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur

Tabel 4.2. Reliability Statistics Kualitas Layanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	8

(Sumber: Diolah Penulis melalui SPSS V.16 2018)

Dari perhitungan SSPS v.16 maka diperoleh nilai Cronbach's Alpha kualitas Layanan 0,986. Dengan demikian semua pernyataan dari kepuasan konsumen dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,60 (Sugiyono,2013).

Tabel 4.3 Reliability Statistics Kepuasan Konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
.648	5

(Sumber: Diolah Penulis melalui SPSS v.16 (2019))

Dari perhitungan SSPS v.16 maka diperoleh nilai Cronbach's Alpha kepuasan pelanggan 0,648. Dengan demikian semua pernyataan dari

kepuasan konsumen dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,60 (Sugiyono,2013)

Berdasarkan tabel di atas dari 97 orang responden presentase responden memilih sangat setuju 8 orang (8%), ragu-ragu sebanyak 30 orang (31%) memilih tidak setuju sebanyak 11 orang (11%), dan presentase tertinggi sebanyak 48 orang (49 %) memilih setuju. Total nilai rata-rata keseluruhan berjumlah 3,55

Tabel 4.4. Total Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel X

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	TOTAL	RERATA
1	Karyawan Tebing Bar Café memiliki kinerja yang baik saat melayani pelanggan.	10	30	40	17	0	97	3,3
2	Karyawan Tebing Bar Cafe memiliki karakter layanan yang berbeda dengan pesaing lainnya	20	35	30	12	0	97	3,0
3	Karyawan Tebing Bar Cafe dapat diandalkan dengan memberikan pelayanan yang cepat.	18	42	17	20	0	97	4
4	Karyawan Tebing Bar Café memberikan pelayanan yang sesuai	23	32	40	2	0	97	4

	dengan yang di inginkan							
5	Karyawan pada Tebing Bar Café tergolong masih muda	20	32	27	18	0	97	4
6	Karyawan Tebing Bar Cafe dapat menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap	10	40	40	7	0	97	3,55
7	Karyawan Tebing Bar Cafe memiliki penampilan yang baik dan menarik.	12	40	35	10	0	97	3,56
8	Karyawan Tebing Bar Cafe memiliki kualitas yang berbeda dan membuat pelanggan datang kembali.	8	48	30	11	0	97	3,55
	TOTAL							28,96
	RATA-RATA							3,62

(Sumber: Data Olahan Kuesioner (2018))

Berdasarkan hasil dari total rekapitulasi penilaian responden di atas, menunjukkan bahwa nilai tertinggi berada pada pernyataan empat rata-rata sekur 4 yaitu Karyawan Tebing Bar Cafe dapat diandalkan dengan memberikan pelayanan yang cepat, Karyawan Tebing Bar Cafe memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang di inginkan, dan Karyawan yang ada pada Tebing Bar Cafe tergolong masih muda.

Berdasarkan tabel di atas dari 97 orang responden presentase responden memilih sangat setuju 14 orang (14%), ragu-ragu sebanyak 24 orang (25%), tidak setuju 27 orang (28%) dan presentase tertinggi sebanyak 32 orang (33 %) memilih setuju. Total nilai rata-rata keseluruhan berjumlah 3,34.

Tabel 4.5 Total Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Y

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	TOTAL	RERATA
1	Pelanggan merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan	12	38	32	15	0	97	3,5
2	Keluhan dan saran pelanggan selalu ditanggapi dengan baik	10	44	27	16	0	97	3,49
3	Pelanggan tidak complaint karena karyawan selalu melayani dengan profesional	7	38	35	17	0	97	3,42
4	Karyawan Tebing Bar Café memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang di inginkan	9	33	40	15	0	97	3,37
5	Pelanggan merasa nyaman dan senang saat berada di	14	32	24	27	0	97	3,34

	Tebing Bar Cafe						
	TOTAL						13,78
	RATA-RATA						2,75

(Sumber: Data Olahan Kuesioner (2018))

Berdasarkan hasil dari total rekapitulasi penilaian responden di atas, menunjukkan bahwa nilai tertinggi berada pada pernyataan satu rata-rata skor 3,5 yaitu pelanggan merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan.

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana model summary, maka nilai Rsequare sebesar 62,0 yang diartikan variabel kualitas layanan (X) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) pada Tebing Bar dan Cafe Kupang sebesar 62,% . Sedangkan nilai R atau hubungan sebesar 0,787 yang berarti positif , yang menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.769	1.388		.554	.581
Totally	.591	.048	.787	12.374	.000

(Sumber: Data Olahan SPSS.V 16 2018)

Berdasarkan output SSPS Diatas menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang diperoleh koefisien konstanta dan koefisien variabel yang berada di Unstandardized Coefficients B dengan taraf signifikan 0,00 maka diambil persamaan linear sederhana sebagai berikut

$Y = a + bx$ $Y = 769 + 591x$ jika nilai kualitas layanan sama dengan nol maka kepuasan pelanggan sebesar 769 Jika nilai kualitas layanan berubah atau dinaikan sebesar 1 poin maka kualitas layanan akan ikut naik sebesar 591 . Melalui hasil perhitungan uji regresi linear sederhana di ketahui bahwa ada hubungan positif antara kepuasan

pelanggan dan , semakin tinggi nilai variabel maka kualitas layanan semakin meningkat. Pengambilan keputusan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung $\geq t$ tabel maka hipotesis diterima dan dikatakan ada hubungan, demikian sebaliknya. Bisa juga dengan membandingkan nilai α (0,1) atau 10% dengan nilai signifikan (p -value), yakni: jika p -value $\geq 0,1$ maka H_0 diterima atau tidak terdapat pengaruh, sebaliknya jika p -value $\leq 0,1$ maka H_a diterima atau terdapat pengaruh.

d. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.769	1.388		.554	.581
Totally	.591	.048	.787	12.374	.000

(Sumber: Data Olahan SPSS.V 16 2018)

Dari hasil analisis SSPS diperoleh nilai t hitung sebesar 12.374 sedangkan t tabelnya 1.66071 pada tabel sig menunjukkan nilai 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,1 % dengan demikian penulis mengambil kesimpulan H_0 di tolak dan H_a di terima maka hasil dari uji hipotesis adalah: pengaruh. variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu di tabing bar dan cafe kupang.

Dari semua indikator mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan diberi skor 1-5 yang menggambarkan tanggapan responden yang berjumlah 97 orang pelanggan Tebing Bar dan Cafe . Untuk mengolah data dari responden, penulis menggunakan alat bantu SSPS V.16 . Dari hasil olah data mengenai tanggapan responden menunjukkan bahwa nilai rata-rata berpengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 5, dinyatakan positif yang artinya mempunyai hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Instrumen dikatakan valid apabila semua indikator memiliki angka diatas nilai batas 0,30 dan dikatakan realibel apabila hasil uji yang didapat semua

pernyataan dari variabel X dan Y lebih besar dari 0,60. Dari pembahasan diatas maka dapat disimpulkan nilai rata-rata uji Validitas X sebesar 3,62 dan rata-rata validitas Y adalah sebesar 2,75.

Berdasarkan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang paling dominan atau tertinggi adalah laki-laki 59%, profesi terbanyak adalah mahasiswa 40 orang dengan presentase 51 %, dan berdasarkan usia paling tertinggi adalah responden yang berusia 15-25 tahun sebanyak 45 orang dengan presentase 36%. Sedangkan berdasarkan hasil nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($12.374 \geq 1.66071$) maka hipotesis diterima. Dan pada tabel signifikan/ p-value yang di peroleh adalah 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,1. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak H_a diterima. Maka hasil uji hipotesis adalah: kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Tebing Bar dan Cafe Kupag sebesar 62,0% dan sisa 38% di pengaruhi oleh faktor lain seperti promosi dan harga .

5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Dari pembahasan dan analisis di atas tentang Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tebing Bar dan Cafe Kupang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan, Dari perhitungan skor rata-rata tanggapan 97 responden terhadap variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 indikator yaitu Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan 8 item pernyataan untuk variabel X nilai rata-rata sebesar 3,65 dengan skala interval 3,40- 4,19 kategori baik (B), pada variabel Y dengan 5 item pertanyaan untuk variabel Y nilai rata-rata sebesar 2,75 dengan skala interval 2,60-3,39 kategori

cukup baik (CB). Serta memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen serta peduli dengan setiap kebutuhan konsumen dinilai paling kecil dan membutuhkan perhatian khusus sehingga dapat ditingkatkan menjadi lebih baik.

2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Tebing Bar dan Cafe Kupang. Dengan demikian apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, telah diketahui bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh dan masuk dalam kategori yang baik. Namun ada beberapa hal yang masih dinilai belum memuaskan, oleh karena itu penulis mengajukan beberapa rekomendasi, yaitu: Diharapkan pihak staf pada Tebing Bar Dan Cafe Kupang terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam beberapa hal:

1. Karyawan Tebing Bar dan Cafe Kupang harus lebih meningkatkan aspek empati (*emphaty*) dan ketanggapan (*responsiveness*) dikarenakan kedua hal tersebut dapat menjadi tolak ukur dalam penilaian kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada para konsumen.
2. Karyawan Tebing Bar Dan Cafe Kupang harus mengurangi aspek ketidaksesuaian (*disprepancy*), khususnya dalam hal pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen bukan sebaliknya. Sehingga tidak terjadi keluhan bahkan kritik yang dapat menyebabkan turunnya tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tebing Bar Dan Cafe Kupang dengan demikian pihak Tebing Bar Dan Cafe Kupang harus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga tingkat kepuasan pelanggan lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol.17, No. 2, (diakses Mei 2018).
- Bahaire T. & Elliott White, M. (1999). *Community Participation In Tourism Planning And Development In The Historic City Of York*. England. *Current Issues in Tourism* 2. pages 243–276
- BPS. 2018. *Pendapatan Asli Daerah Kabupaten/Kota se-Bali, 2000-2017*. <https://bali.bps.go.id/dynamictable/2018/02/02/213/pendapatan-asli-daerah-Kabupaten-kota-se-bali-2000-2016.html>. Diakses 4 Januari 2019
- Getz, D. dan Jamal, T. 1995. The Environment–Community Symbiosis: a Case For Collaborative Tourism Planning. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 2, No.
- Ghozali, Imam. 2005. Analisis Multivariate dengan program SPSS.Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana Indonesia
- Kotler, Philip. (2005) Manajemen pemasaran jilid 1 (11th ed.) (Benyamin Molan, Trans.). Jakarta, Indonesia: PT. Indeks.
- Kottler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz. (2004). *Service marketing 5th edition people, technology, strategy*. New York: Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Manajemen pemasaran jasa. Edisi pertama. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. (2006). Manajemen pemasaran jasa. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Malhotra, N.K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Education.
- Manullang, Ida. 2008. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines Di

- Bandara Polonia Medan”. Tesis. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Mugiono. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Pembeli) di Pasar Kota Malang”. Jurnal. Vol.13, No. 4, (diakses Oktober 2010).
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murphy, P.E. 1985. *Tourism a Community Approach*. New York: Mentheun.
- Nurhafni. 2017. *Eksistensi Rumah Tradisional Uma Lengge sebagai Destinasi Wisata Budaya di Nusa Tenggara Barat*. Proceedings Education and Language International Conference. Vol 1 No. 1. 2017.p. 575-585
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research and development*. Cetakan kedua. Bandung, Indonesia: CV Alfabeta
- Tjoanoto. (2013). Pengaruh service quality terhadap customer satiffaction di restoran jade imperial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 3 (1). 8
- Umar, H. (2002). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Widjoyo & Rumambi. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan drive thru McDonald’s Basuki Rahmat di Su
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: pradnya paramita
- Putri, M.S.K. dan Setiya Budiadi. 2013. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lombok Hijau Lamongan”. *Jurnal*. Surabaya: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Rukmini (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Penanaman Modal Kabupaten Deli Serdang*. Jakarta: Indonesia
- Spillane, James J.1997. *Pariwisata Indonesia*. Kanisiua. Yogyakarta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi. Yogyakarta
- Swarbrooke. 1996. *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Yoeti. Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita

- _____2010. *Dasar-Dasar Pengertian Hospitality dan Pariwisata*. Bandung: PT. Alumni
- Zeithaml, V, et al (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. 5th edition. Mc. Grow Hill.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Jurnal of Marketing*. 60.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Marczyk, G., DeMatteo, D., & Festinger, D. (2005). *Essentials of Research Design and Methodology*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Profil Penulis

Yudha Eka Nugraha adalah alumnus Universitas Udayana Jurusan Magister Kajian Pariwisata. Yudha mulai melanjutkan karir sebagai dosen di Politeknik Internasional Bali sebagai dosen Program Studi Manajemen Perhotelan. Yudha memiliki minat penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan bila ingin berkorespondensi bisa melalui email yang tertera pada artikel ini.

