



**ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN
PRAMUSAJI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
RESTORAN THE TCO SEMARANG DAN RESTORAN
SIM SIX GARDEN SEMARANG**

Skripsi

**diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Program Studi PKK Konsentrasi Tata Boga**

Oleh

Wahyudi

NIM.5401412023

**PROGRAM STUDI PKK KONSENTRASI TATA BOGA
JURUSAN PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Wahyudi

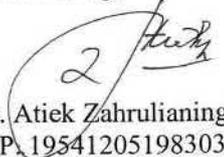
NIM : 5401412023

Program Studi : PKK Konsentrasi Tata Boga

Judul : Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Pramusaji Dengan
Kepuasan Pelanggan Restoran The Tco Semarang Dan Restoran
Sim Six Garden Semarang .

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi Program Studi PKK Konsentrasi Tata Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang.

Semarang, 24 Mei 2019
Pembimbing,



Dr. Atiek Zahrulianingdyah, M.Pd
NIP. 195412051983032001

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Pramusaji Dengan Kepuasan Pelanggan The Tco Semarang Dan Restoran Sim Six Garden Semarang” telah dipertahankan di depan sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Teknik UNNES pada tanggal 25 Juli 2019.

Oleh

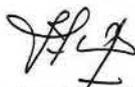
Nama : Wahyudi

NIM : 5401412023

Program Studi : PKK Konsentrasi Tata Boga

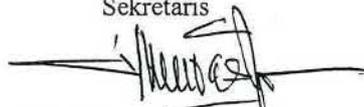
Panitia:

Ketua



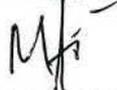
Dr. Sri Endah W., M.Pd.
NIP. 196805271993032010

Sekretaris



Dra. Musdalifah, M.St.
NIP.196211111987022001

Penguji I



Muhammad Ansori, S.Tp, M.P.
NIP. 197804102005011001

Penguji II



Octavianti Paramita, S.Pd, M.Sc.
NIP. 198110092005012001

Pembimbing



Dr. Atiek Zahrulianingdyah, M.Pd
NIP. 195412051983032001

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik UNNES



Dr. Nur Qudus M.T, IPM
NIP. 196911301994031001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Negeri Semarang (UNNES) maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
3. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Semarang, 24 Mei 2019

Yang membuat pernyataan,



Wahyudi
NIM. 5401412023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Kesombongan tidak mampu menutupi kebodohan, bahkan justru memperjelas.

Kebodohan hanya bisa terkikis oleh kerendahan hati untuk terus belajar. (KH.

Ahmad Mustofa Bisri)

Persembahan :

- Untuk Ayah dan Ibu serta keluargaku yang tidak pernah berhenti mendoakan dan mendukungku
- Istriku, Putri cantikku
- Semua teman-temanku yang selalu memberi dorongan dan semangat yang tanpa pamrih apapun
- Almamaterku

ABSTRAK

Wahyudi. 2019. “*Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Pramusaji Dengan Kepuasan Pelanggan Restoran The Tco Semarang Dan Restoran Sim Six Garden Semarang*”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Dr. Atiek Zahrulianingdyah, M.Pd.

Berkembangnya industri pelayanan makan dan minum yang pesat termasuk di Kota Semarang menuntut pelaku usaha menciptakan kepuasan pelanggan guna mempertahankan kesetiaan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan sehingga keberlangsungan usaha tetap terjaga. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan restoran.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen restoran The Tco Semarang dan Sim Six Garden Semarang. Sampel ditentukan dengan teknik *accidental sampling*, dengan responden sebanyak 40 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis data untuk mengetahui hubungan variabel X dengan variabel Y di restoran The Tco Semarang dan Sim Six Garden Semarang menggunakan korelasi *pearson product moment* dengan *software* SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y di restoran The Tco dengan nilai signifikansi 0,00 dan nilai *pearson correlation* 0,782. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y di restoran Sim Six Garden dengan nilai signifikansi 0,00 dan nilai *pearson correlation* 0,677.

Kesimpulan yang diambil pada penelitian ini adalah 1) ada hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan restoran The Tco Semarang 2) ada hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan restoran Sim Six Garden Semarang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Pramusaji, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Wahyudi. 2019. *"Analysis of the Correlation between Waiter Service Quality and Restaurant Customer Satisfaction at The Tco Semarang Restaurant and Sim Six Garden Restaurant Semarang"*. Family Welfare Education Department. Faculty of Engineering. Semarang State University. Advisor: Dr. Atiek Zahrulianingdyah, M.Pd.

The rapid development of the food and beverages service industry, including in the city of Semarang, requires businesses to create customer satisfaction in order to maintain customer loyalty to the services offered so that business continuity is maintained. The purpose of this study was to determine the relationship of service quality with restaurant customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the correlation between the service quality of the waiters with customer satisfaction

The population in this study are costumers of The Tco Semarang restaurant and Sim Six Garden Semarang. The sample was determined by accidental sampling technique, with 40 respondents. The data collection method uses a questionnaire. Data analysis to determine the correlation of variable X with variable Y at The Tco restaurant Semarang and Sim Six Garden Semarang using Pearson product moment correlation with SPSS software.

The results of analysis showed that there was a correlation between the X variable with the Y variable in The Tco restaurant with a significance value are 0.00 and the Pearson correlation value of 0.782. The results showed that there was a relationship between variable X and Y in Sim Six Garden restaurant with a significance value of 0.00 and Pearson correlation value of 0.677.

The conclusions of this study are 1) there was a correlation between the service quality of waiters and customer satisfaction at The Tco Semarang restaurant 2) there was a correlation between the quality service of waiters and customer satisfaction at Sim Six Garden Semarang restaurant.

Keyword: Service Quality, Waiter, Customer Satisfaction

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Pramusaji Dengan Kepuasan Pelanggan Restoran (Studi Kasus Perbandingan Di Restoran The Tco Semarang Dan Restoran Sim Six Garden Semarang)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan meraih gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Boga Universitas Negeri Semarang. Shalawat dan salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, mudah-mudahan kita semua mendapatkan syafaat-Nya di yaumul akhir nanti, Amin.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Nur Qudus, M.T, IPM, Dekan Fakultas Teknik, Dr. Sri Endah Wahyuningsih M.Pd, Ketua Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Dra. Musdalifah, M.Si, Ketua Program Studi PKK Konsentrasi Tata Boga atas fasilitas yang disediakan bagi mahasiswa.
3. Dr. Atiek Zahrulianingdyah, M.Pd, Dosen pembimbing yang penuh perhatian dan atas berkenaan memberi bimbingan dan dapat dihubungi sewaktu-waktu disertai kemudahan menunjukkan sumber-sumber yang relevan dengan penulisan skripsi ini.

4. Muhammad Ansori, S.Tp, M.P. dan Octavianti Paramitha, S.Pd, M.Sc selaku dosen penguji yang telah memberi masukan yang sangat berharga berupa saran, ralat, perbaikan, pertanyaan, komentar, tanggapan, menambah bobot dan kualitas skripsi ini.
5. Bapak Doni Panjaitan, pemilik restoran The Tco Semarang yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di restoran The Tco Semarang, Ibu Ambar, manajer operasional Sim Six Garden Semarang. Semarang yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di restoran Sim Six Garden Semarang.
6. Semua dosen Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik UNNES yang telah memberi bekal pengetahuan yang berharga.
7. *Indonesian Chef Association* Khususnya BPD Jawa Tengah melalui organisasi ini saya dapat bertemu para *chef, Food and beverages expert*, pelaku usaha kuliner, asesor sertifikasi profesi bidang pariwisata, dan lain-lain yang membuat wawasan saya tentang dunia pariwisata bertambah sehingga saya bisa lebih memahami beberapa teori yang dikutip pada skripsi ini.
8. Berbagai pihak yang telah memberi bantuan untuk skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua kalangan.

Semarang, Mei 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Identifikasi masalah	5
1.3 Pembatasan masalah.....	6
1.4 Rumusan masalah	6
1.5 Tujuan penelitian	6
1.6 Manfaat penelitian.....	6
1.7 Penegasan istilah.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	10

2.1 Industri Pelayanan Jasa	10
2.1.1 Definisi dan karakteristik jasa	10
2.1.2 Klasifikasi jasa	11
2.2 Kualitas pelayanan	11
2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan	11
2.2.2 Dimensi kualitas pelayanan.....	13
2.2.3 Kriteria kualitas pelayanan (Servqual)	14
2.3 Kepuasan pelanggan.....	17
2.3.1 Pengertian kepuasan pelanggan.....	17
2.3.2 Kriteria Kepuasan Pelanggan	19
2.4 Restoran.....	20
2.4.1 Pengertian Restoran	20
2.5 Pramusaji	21
2.5.1 Pengertian Pramusaji	21
2.5.2 Kriteria Pramusaji yang baik	21
2.5.3 Tugas dan Tanggung Jawab Pramusaji.....	21
2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.7 Kerangka Berpikir	22
2.8 Hipotesis Penelitian.....	23
2.8.1 Hipotesis kerja (Ha).....	24
2.8.2 Hipotesis Nol (Ho).....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Lokasi Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel	26

3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	26
3.4	Variabel penelitian	27
3.4.1	Variabel terikat	27
3.4.2	Variabel bebas	28
3.5	Jenis dan Sumber Data	28
3.6	Metode Pengumpulan Data	29
3.6.1	Observasi.....	29
3.6.2	Metode Angket	29
3.6.3	Kisi-Kisi Kuisisioner	30
3.7	Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	31
3.7.1	Uji Validitas	31
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.8	Analisis Data.....	35
3.8.1	Analisis Deskriptif	36
3.8.2	Tingkat Capaian Responden (TCR).....	37
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	38
3.8.4	Uji Hubungan Kualitas Pelayanan Pramusaji Dengan Kepuasan Pelanggan.....	39
3.8.5	Uji beda (T Test)	39
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Karakteristik Responden	41
4.1.2	Analisis Diskriptif Variabel Penelitian	44
4.1.3	Analisis Diskriptif Indikator Variabel Penelitian	49

4.1.4	Pengukuran hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan restoran The Tco	65
4.1.5	Pengukuran hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan restoran Sim Six Garden.....	68
4.1.6	Perbedaan Kualiatas Pelayanan Pramusaji Restoran The Tco dan Restoran Sim Six Garden	70
4.1.7	Perbedaan Kepuasan Pelanggan Restoran The Tco dan Restoran Sim Six Garden	72
4.2	Pembahasan	73
4.3	Keterbatasan Penelitian	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Simpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Data Jumlah Perusahaan Jasa Pelayanan Makan Dan Minum	1
3.1. Kisi – Kisi Kuisisioner	30
3.2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	32
3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	33
3.4. Pedoman Tingkat Reliabilitas	34
3.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)	35
3.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	35
3.7. Kategori Deskriptif Presentase	36
3.8. Kriteria Tingkat Capaian Responden	37
4.1. Jenis Kelamin Responden Restoran The Tco	41
4.2. Jenis Kelamin Respdnen Restoran Sim Six Garden	42
4.3. Usia Responden Restoran The Tco	42
4.4. Usia Responden Restoran Sim Six Garden	43
4.5. Pekerjaan Responden Restoran The Tco.....	43
4.6. Pekerjaan Responden Sim Six Garden.....	44
4.7. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan Pramusaji The Tco	44
4.8. Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan The Tco.....	46
4.9. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan Pramusaji Sim Six Garden .	47
4.10. Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Sim Six Garden	48
4.11. Kategorisasi Indikator <i>Reliability</i> The Tco	50
4.12. Kategorisasi Indikator <i>Responsiveness</i> The Tco	51
4.13. Kategorisasi Indikator <i>Assurance</i> The Tco	52
4.14. Kategorisasi Indikator <i>Empathy</i> The Tco.....	53
4.15. Kategorisasi Indikator <i>Tangible</i> The Tco.....	53
4.16. Kategorisasi Indikator <i>Reliability</i> Sim Six Garden	55
4.17. Kategorisasi Indikator <i>Responsiveness</i> Sim Six Garden	56
4.18. Kategorisasi Indikator <i>Assurance</i> Sim Six Garden	56

4.19. Kategorisasi Indikator <i>Empathy</i> Sim Six Garden	57
4.20. Kategorisasi Indikator <i>Tangible</i> Sim Six Garden	58
4.21. Kategorisasi Indikator Kesesuaian Harapan The Tco.....	59
4.22. Kategorisasi Indikator Minat Berkunjung Kembali The Tco.....	59
4.23. Kategorisasi Indikator Kesiediaan Merekomendasikan The Tco	60
4.24. Kategorisasi Indikator Kesesuaian Harapan Sim Six Garden	63
4.25. Kategorisasi Indikator Minat Berkunjung Kembali Sim Six Garden.....	64
4.26. Kategorisasi Indikator Kesiediaan Merekomendasikan Sim Six Garden.....	65
4.27. Uji Normalitas The Tco.....	66
4.28. Hasil Uji Korelasi X Dengan Y Restoran The Tco.....	67
4.29. Uji Normalitas Sim Six Garden	68
4.30. Hasil Uji Korelasi X Dengan Y Restoran Sim Six Garden	69
4.31. Homogenitas Data Kualitas Pelayanan Pramusaji Restoran The Tco dan Restoran Sim Six Garden	70
4.32. Uji Beda Kualitas Pelayanan Pramusaji Restoran The Tco dan Restoran Sim Six Garden	71
4.33. Homogenitas Data Kepuasan Pelanggan Restoran The Tco dan Restoran Sim Six Garden	72
4.34. Uji Beda Kepuasan Pelanggan Restoran The Tco dan Restoran Sim Six Garden.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kontinum Barang Dan Jasa	11
2.2. Kerangka Berpikir	26
4.1. Kualitas Pelayanan Pramusaji The Tco	46
4.2. Kepuasan Pelanggan The Tco	48
4.3. Kualitas pelayanan pramusaji Sim Six Garden	49
4.4. Kepuasan Pelanggan Sim Six Garden	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel X dan Y di Restoran The Tco	83
2. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel X dan Y di Restoran Sim Six Garden.....	84
3. <i>Lay Out</i> Restoran The Tco	85
4. <i>Lay Out</i> Restoran Sim Six Garden.....	86
5. Kuisisioner Penelitian.....	87
6. Kategorisasai Data Variabel X(Kualitas Pelayanan)	92
7. Kategorisasai Data Variabel Y(Kepuasan Pelanggan).....	93
8. Diskriptif Prsentase Restoran The Tco	94
9. Diskriptif Prsentase Restoran Sim Six Garden.....	96
10. Tingkat Capaian Responden (TCR) The Tco	98
11. Tingkat Capaian Responden (TCR) Sim Six Garden	99
12. Daftar Menu The Tco.....	100
13. Daftar Menu Sim Six Garden	109
14. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing.....	117
15. Surat Ijin Penelitian d The Tco.....	118
16. Surat Ijin Penelitian di Restoran Sim Six Garden.....	119

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Semarang adalah kota yang menjadi ibu kota Provinsi Jawa tengah yang terletak di lereng gunung Ungaran dan juga terletak di pesisir utara pulau Jawa hal itu yang mejadikan Semarang selain menjadi kota industri juga sebagai kota pariwisata. Selain letak geografisnya, Kota Semarang juga memiliki sejarah dan peninggalan sejarah seperti kelenteng Sam Poo Kong, Lawang Sewu, Kota Lama yang menambah atraksi wisata di Kota Semarang.

Berkembangnya industri pelayanan makan dan minum di Semarang tidak dapat dipungkiri lagi seperti yang dapat kita amati di Kota Semarang kini bermunculan restoran, hotel, dan café baru baik itu perusahaan yang baru berdiri, cabang dari perusahaan yang sudah ada, maupun *brand* baru dari suatu manajemen usaha jasa. Perkembangan industri jasa di Kota Semarang dapat dilihat dari tabel jumlah industri jasa yang tercatat di data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

Data tersebut berdasarkan jumlah ijin yang masuk ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

Tabel 1.1. Data Jumlah Perusahaan Industri Jasa Pelayanan Makan Dan Minum

No.	Uraian	Tahun						
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Restoran	46	57	70	124	121	137	169

2	Rumah Makan	115	121	124	139	146	165	
3	Café	9	9	25	32	79	85	91

(Dinas Pariwisata Kota Semarang: 2017)

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 1.1 jumlah usaha di bidang pelayanan makan dan minum yang ada di kota Semarang yang resmi (berijin) dengan rentang waktu mulai 2010 sampai 2016 selalu mengalami peningkatan.

Tjiptono (2014:24) mengatakan perkembangan jasa sangat pesat dalam beberapa dasawarsa terakhir dikarenakan sejumlah faktor, seperti adanya peningkatan pengaruh sektor jasa dalam menciptakan peluang bisnis baru dan kesempatan kerja, waktu luang yang semakin banyak, presentase wanita yang memasuki angkatan kerja semakin besar, tingkat harapan hidup semakin meningkat, produk-produk yang dibutuhkan semakin kompleks, adanya peningkatan kompleksitas kehidupan, meningkatnya perhatian terhadap ekologi dan kelangkaan sumber daya, dan perubahan teknologi yang semakin cepat dan banyak hal yang menggantikan sumber daya manusia.

Barsky (dalam I Gusti Bagus Ray Utama 2017:98) berpendapat bahwa telah menjadi suatu kepercayaan umum, khususnya di dunia bisnis bahwa kepuasan pelanggan menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungan dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

... in line with the fact that service quality is a determinant of customer satisfaction, because service quality comes from outcome of the services from service providers in organizations (Khoirala dan Shresta)

Maksud dari pendapat diatas yaitu bahwa kualitas layanan merupakan penentu kepuasan pelanggan, karena kualitas layanan berasal dari hasil layanan dari penyedia layanan dalam organisasi.

Menurut Thio 2001 (dalam Lovenia 2012:1) dalam kondisi persaingan yang sangat ketat seperti ini hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai adalah sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan.

Menurut Rina Rahmawati (2014 :77) Bisnis makanan tidak hanya mengandalkan barang (*goods*) yang dijual. Jika bisnis makanan ingin bertahan dan berkembang perlu memperhatikan juga kualitas pelayanan atau jasa (*services*) yang menyertainya.

Dalam perjalanan berlangsungnya industri jasa hal yang juga penting untuk eksistensi dari perusahaan jasa adalah loyalitas pelanggan. Muhammad Adam (2015:59) mengungkapkan Salah satu ukuran kesuksesan dalam pemasaran jasa adalah ketika tumbuhnya kesetiaan pelanggan sebagai pengguna produk. Pelanggan adalah orang yang memakai produk barang atau jasa perusahaan yang berarti pelanggan adalah sumber dari pendapatan perusahaan. Pelanggan yang berulang (*repeat customer*) adalah orang yang sudah percaya terhadap produk yang perusahaan jual. Kepercayaan tersebut timbul dari baeberapa pengalaman pelanggan dalam memilih, memilah, dan memakai produk yang sejenis dengan

yang perusahaan jual. Pelanggan dalam memilih produk yang digunakan memiliki beberapa kriteria menurut pelanggan itu sendiri sehingga ketika pelanggan sudah percaya terhadap produk perusahaan maka perusahaan wajib untuk mempertahankan kualitas produk fisik maupun pelayanannya.

Pramusaji adalah salah satu bagian dari tim suatu restoran yang memiliki peran penting dalam mewujudkan terciptanya kepuasan pelanggan karena pramusaji adalah orang yang berhadapan dan berkomunikasi secara langsung dengan tamu restoran. Pramusaji adalah orang yang pertama kali menyapa ketika tamu datang dan melayani setiap keperluan tamu berkaitan dengan pelayanan makan dan minum di restoran. Pramusaji yang baik harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga kepuasan pelanggan dapat terwujud.

Salah satu tempat strategis dalam bisnis pelayanan makan dan minum adalah di lingkungan kampus perguruan tinggi karena selain target pasar keluarga juga banyak terdapat anak muda khususnya mahasiswa yang tinggal di sekitar kampus. Di kota Semarang terdapat banyak perguruan tinggi dan dua perguruan tinggi yang besar adalah Universitas Negeri Semarang dan Universitas Diponegoro. Penelitian ini memilih restoran sebagai objek penelitian yang lokasinya berdekatan dengan kedua universitas tersebut yaitu restoran The Tco dan restoran Sim Six Garden.

The Tco adalah salah satu restoran yang berdiri di Kota Semarang tepatnya di jalan taman siswa Banaran, Gunung Pati, Semarang yang berdiri sejak 9 oktober 2013. Menurut keterangan dari wawancara Doni Panjaitan pemilik restoran The Tco Semarang target utama pelanggan restoran The Tco adalah keluarga dan anak

muda khususnya mahasiswa. The Tco dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan restoran keluarga yang cukup besar yang letaknya dekat dengan salah satu Universitas yang besar di Kota Semarang yaitu Universitas Negeri Semarang. Dalam *Google Review* per september 2017 rata-rata ulasan restoran The Tco mendapat bintang 4,4.

Sim Six Garden adalah salah satu restoran yang berdiri di Kota Semarang tepatnya di Jalan Ngesrep Nimur V no.25, Tembalang Semarang. Restoran Sim Six Garden juga menargetkan konsumen keluarga dan anak muda khususnya mahasiswa sebagai pelanggannya. Sim Six Garden dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan restoran keluarga yang cukup besar yang letaknya dekat dengan salah satu Universitas yang besar di Kota Semarang yaitu Universitas Diponegoro. Dalam *Google Review* per september 2017 rata-rata ulasan restoran Sim Six Garden mendapat bintang 4,4.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul skripsi “ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN PRAMUSAJI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN THE TCO SEMARANG DAN SIM SIX GARDEN SEMARANG”

1.2 Identifikasi masalah

Identifikasi masalah yang akan dibahas dalam skripsi yang berjudul “ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN PRAMUSAJI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN THE TCO SEMARANG DAN SIM SIX GARDEN SEMARANG” adalah :

1. Permasalahan pelayanan dalam industri jasa yang masih banyak dikeluhkan

pelanggan

2. Persaingan dalam industri jasa yang semakin ketat yang mengharuskan pelaku usaha jasa untuk memiliki nilai lebih
3. Rendahnya kesadaran pelaku usaha dalam memahami kualitas pelayanan

1.3 Pembatasan masalah

Sehubungan dengan luasnya permasalahan mengenai pelayan jasa berdasarkan latar belakang lingkup penelitian hanya terbatas pada :

1. Kualitas pelayanan berdasarkan konsep “*servqual*”
2. Penilaian kualitas pelayanan hanya untuk kinerja pramusaji

1.4 Rumusan masalah

Permasalahan yang akan diteliti dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Adakah hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan restoran The Tco Semarang?
2. Adakah hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan restoran Sim Six Garden Semarang?

1.5 Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan restoran The Tco Semarang
2. Mengetahuai hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan loyalitas pelanggan restoran Sim Six Garden Semarang

1.6 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini dimaksudkan bisa bermanfaat untuk :

1. Untuk mahasiswa peneliti: dapat menambah pengetahuan tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan serta perbandingan dari dua restoran yang berbeda sehingga dapat dijadikan acuan dan referensi ketika mahasiswa mau memulai usaha khususnya di bidang pelayanan makan dan minum.
2. Untuk Unnes khususnya program studi tata boga: menambah daftar bacaan dan dapat dijadikan literatur oleh mahasiswa yang mau menjalankan penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
3. Untuk masyarakat umum: dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan ketika akan memulai usaha khususnya di bidang pelayanan makan dan minum.

1.7 Penegasan istilah

Penegasan istilah dalam skripsi ini agar tidak terjadi salah penafsiran terhadap judul skripsi dan memberikan gambaran yang lebih jelas untuk pembaca.

Penegasan istilah yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Analisis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2011:37) analisis adalah penyelidikan suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab, duduk perkaranya). Analisis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah analisis tentang penerapan kualitas pelayanan pramusaji di restoran The Tco Semarang dan Sim Six Garden Semarang, serta kepuasan pelanggan dari kedua restoran untuk diketahui perbedaannya.

2. Hubungan

Hubungan adalah mengukur derajat keeratan (korelasi) antara dua variabel baik yang sudah jelas secara literatur berhubungan atau sesuatu masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini hubungan yang akan diteliti adalah hubungan antar kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan di restoran The Tco Semarang dan Sim Six Garden Semarang.

3. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:271) Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam penelitian adalah model *SERVQUAL (service quality)* yang dikembangkan oleh Parasuman, Zeithmal, dan Berry. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang dimaksud adalah kualitas pelayanan yang diterapkan di restoran The Tco Semarang yang didasarkan pada konsep *Servqual (Service Quality)* yang diukur dengan menggunakan angket kuisisioner yang diisi oleh pelanggan.

4. Kepuasan pelanggan:

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band 1991, dalam Trisno Musanto 2004:125). Dalam penelitian ini kepuasan pelanggan yang dimaksud adalah kesesuaiannantara kenyataan dengan harapan pelanggan restoran The Tco Semarang berdasarkan dengan kosep *Servequal (Service Quality)*.

yang diukur dengan menggunakan angket kuisioner yang diisi oleh pelanggan.

5. Pramusaji:

Menurut Marsum (2005:90) pramusaji adalah karyawan/ karyawan di sebuah restoran yang bertugas menunggu tamu-tamu, membuat tamu-tamu merasa mendapat sambutan yang baik dan nyaman, mengambil pesanan makanan dan minuman serta menyajikannya, juga membersihkan restoran dan lingkungannya serta mempersiapkan meja makan (*table setting*) untuk tamu berikutnya.

Dalam penelitian ini pramusaji yang dimaksud adalah pramusaji restoran The Tco dan restoran Sim Six Garden.

6. Restoran:

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum. Restoran ada yang berlokasi dalam suatu hotel, kantor maupun pabrik, dan banyak juga yang berdiri diluar bangunan itu (Marsum WA:2005:7). Dalam hal ini restoran yang dimaksud adalah restoran The Tco Semarang dan Sim Six Garden.

BAB II

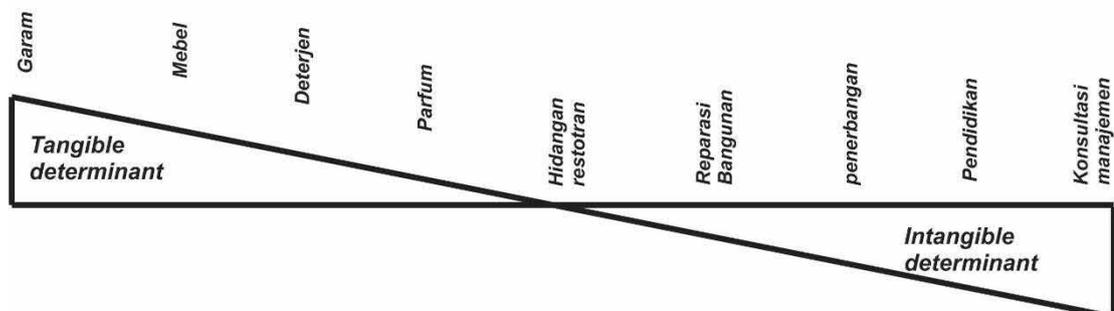
LANDASAN TEORI

Perkembangan bisnis yang pesat mengakibatkan persaingan dalam bisnis semakin ketat dalam mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan mendapatkan kepercayaan pelanggan.

2.1 Industri Pelayanan Jasa

2.1.1 Definisi dan karakteristik jasa

Menurut Kotler dan Keller (dalam Tjiptono, 2014:26) setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Maksudnya ada produk jasa murni (seperti *child care*, konsultasi psikologi, dan konsultasi manajemen), ada pula yang membutuhkan produk fisik sebagai persyaratan utama (misalnya kapal untuk angkutan laut, pesawat dalam jasa penerbangan, dan makanan di restoran).



Gambar 2.1 Kontinum barang dan jasa

2.1.2 Klasifikasi jasa

Menurut Kotler (dalam Muhammad Adam 2015:18) jasa berbeda sesuai dengan apakah jasa itu berbasis manusia (*people based*) atau berbasis peralatan (*equipment based*). Stanton (dalam Muhammad Adam 2015:19) membagi pengelompokan usaha jasa menjadi jasa komersial dan jasa non komersial.

2.2 Kualitas pelayanan

2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Hendrik Ronald dalam kata pengantar bukunya "*The Power Of Service*" ilmu bisnis yang tidak dipelajari namun bisa dilakukan dengan baik adalah *service*. Bahkan penambal ban dipinggir jalan pun dapat melakukannya. Ilmu bisnis yang paling sering diremehkan oleh banyak pebisnis adalah *service*. Ilmu ini dianggap sebagai ilmu remeh-temeh namun disisi lain paling banyak membuat para pebisnia "gatal kepala" bahkan bisnis sampai tutup. Dalam industri restoran sering pelanggan tidak mau kembali lagi karena alasan mendapatkan pelayanan yang buruk. Dengan pelayanan yang baik dan pelanggan sudah puas dan "sayang dengan kita" harga tiga kali lipatpun pelanggan mau untuk membayarnya.

Menurut Tjiptono (2014:266) kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Zeithaml 1998 (dalam Lovenia, 2012:14) menyatakan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau

keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Banyak kriteria atau ukuran kualitas yang bervariasi dan cenderung terus dapat berubah sepanjang waktu, maka tidaklah mudah untuk mendefinisikan kualitas pelayanan secara tepat. Namun demikian para ahli berpendapat bahwa kualitas secara konvensional menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti *performance*, kehandalan, mudah dalam penggunaan, dan estetika. Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis.

Penelitian yang dilakukan oleh Dabholkar, et al (2000) menyatakan bahwa kualitas jasa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka suatu perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu memaksimalkan kepuasan para pelanggannya.

Menurut Gronroos dalam buku Tjiptono (2014:268) kualitas suatu jasa yang dipersepsikan pelanggan terdiri dari 2 dimensi utama, yaitu

1. *Technical quality*, berkaitan dengan kualitas *output* jasa yang dipersepsikan pelanggan. *technical quality* dapat dijabarkan lagi menjadi tiga tipe (Zeithaml, et al):
 - *Search quality*, dapat dievaluasi sebelum dibeli, contohnya harga.
 - *Experience quality*, hanya bisa dievaluasi setelah dikonsumsi, contohnya ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan kerapuhan hasil
 - *Credence quality*, sukar dievaluasi pelanggan sekalipun telah mengkonsumsi jasa.

2. *Functional quality*, berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa, menyangkut akhir jasa kepada pelanggan.

2.2.2 Dimensi kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:271) Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam penelitian adalah model *SERVQUAL* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuman, Zeithmal, dan Berry. *SERVQUAL* dibangun atas dua factor yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan. Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuman terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan didalam kualitas pelayanan (*service quality*) yaitu :

1. Bentuk fisik/ yang berwujud (*tangibles*) yaitu kondisi fisik yang ada dalam memberikan pelayanan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi dimensi *tangible* ini biasanya digunakan perusahaan untuk menaikkan *image* dimata konsumen.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan kinerja pelayanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya dari para staff untuk membangun kepercayaan pelanggan.
5. Empati (*emphaty*) adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa.

2.2.3 Kriteria kualitas pelayanan (Servqual)

Muhammad Adam (2015:14) Ada beberapa faktor yang termasuk di dalam kriteria-kriteria penilaian kualitas pelayanan.

- a. Kriteria *reliability* atau kehandalan dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:
 - 1) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menepati janji sesuai dengan pelayanan yang sudah tentu dijanjikan.
 - 2) Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dengan tulus dan sungguh-sungguh.
 - 3) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.
 - 4) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk semaksimal mungkin menghindari kesalahan yang dapat terjadi di dalam memberikan pelayanan.

Dalam penelitian ini diambil tiga poin terpenting yaitu menepati janji, menyelesaikan keluhan, dan memberikan pelayanan sesuai keinginan pelanggan.

- b. Kriteria *responsiveness* atau daya tanggap dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:
 - 1) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan pertanyaan yang dilontarkan oleh pelanggan.

- 2) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- 3) Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk dapat menolong pelanggan dengan permasalahannya.
- 4) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang baik secara kontinyu.

Dalam penelitian ini diambil tiga poin terpenting yaitu mampu memberikan penjelasan yang benar, melakukan pelayanan dengan tepat, dan membantu pelanggan dalam permasalahannya seperti menentukan menu dll.

c. Kriteria *assurance* atau jaminan dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

- 1) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pelanggannya.
- 2) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan jaminan atau garansi terhadap pekerjaannya.
- 3) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dengan sopan santun dan ramah.
- 4) Kemampuan yang dimiliki perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik dan benar berdasarkan pengetahuan yang dimiliki perusahaan.

Dalam penelitian ini diambil tiga poin terpenting yaitu memberikan jaminan terhadap pekerjaannya, memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, menjawab

pertanyaan pelanggan sesuai pengetahuan.

d. Kriteria *empathy* atau empati dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

- 1) Kesiediaan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan perhatian secara individual dan perorangan kepada pelanggannya.
- 2) Perusahaan penyedia jasa untuk memiliki jam kerja yang sesuai atau cocok dengan semua pelanggannya.
- 3) Kesiediaan perusahaan penyedia jasa untuk memberi penjelasan atau perhatian secara pribadi kepada pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan.
- 4) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa pelayanannya.
- 5) Kesiediaan perusahaan penyedia jasa untuk mendengarkan keluhan-keluhan atau keinginan-keinginan yang spesifik mengenai pelayanan yang diberikan

Dalam penelitian ini diambil tiga poin terpenting yaitu memberikan perhatian secara individual, mendengarkan keinginan yang spesifik pelanggan, dan tidak mengganggu privasi pelanggan.

e. Kriteria *tangibles* atau berwujud dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

- 1) Peralatan atau mesin-mesin yang digunakan dalam melakukan pelayanan cukup modern dan dapat diandalkan.

- 2) Penampilan fisik dari bangunan yang menarik dan mampu mendukung proses pelayanan terhadap pelanggan.
- 3) Pakaian yang dikenakan karyawan perusahaan penyedia jasa cukup rapi, pantas, dan sopan untuk digunakan dalam memberikan pelayanan.
- 4) Lokasi yang cukup mudah untuk dicapai oleh pelanggan dan letak peralatan yang mampu mendukung proses pelayanan.

Dalam penelitian ini diambil tiga poin terpenting yaitu memberikan salam dan sapa saat pelanggan datang, pakaian pramusaji rapi dan pantas, dan penampilan fisik pramusaji yang bersih dan rapi.

2.3 Kepuasan pelanggan

Dalam visi dan misi, slogan maupun iklan sebagian besar organisasi bisnis dan non-bisnis kata 'kepuasan pelanggan' sering kali dijumpai.

2.3.1 Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan, kata 'kepuasan atau *satisfaction*' berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai 'upaya pemenuhan sesuatu' atau 'membuat sesuatu memadai'.

Pelanggan menurut Zulian Yamit (dalam Melfa Yola dan Duwi Budianto 2013:302) secara tradisional pelanggan diartikan orang yang membeli dan menggunakan produk. Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Dalam dunia perbankan pelanggan diartikan nasabah. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa

pelanggan adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk.

Kotler dan Keller (2017:177) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas.

Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2014) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Westbrook dan Reilly berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.

Kepuasan pelanggan pada usaha jasa sangat dibutuhkan untuk membentuk loyalitas pelanggan.

Service loyalty create customer repeat purchase behavior, word of mouth, long period of usage, price tolerance, repeat purchase intention, preference, choice reduction behavior and being the first in mind customers, which are all the measures of service loyalty that strike through intense competition. Therefore, it is crucial to acknowledge the factors that drive service loyalty to the highest level. Many findings in service quality research have shown that perceived quality is a key determinant of customer satisfaction, which in turns generate service loyalty (Robert dan Cindy)

Maksud dari pendapat diatas yaitu loyalitas pelayanan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang, mempromosikan, berlangganan jangka panjang, memaklumi harga, preferensi, menjadikan layanan anda yang pertama di benak pelanggan, yang merupakan tolok ukur kesetiaan yang dalam persaingan yang ketat. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengakui faktor-faktor yang mendorong loyalitas layanan ke tingkat tertinggi. Banyak temuan dalam penelitian kualitas layanan telah menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan merupakan penentu utama kepuasan pelanggan, yang pada saatnya menghasilkan loyalitas

2.3.2 Kriteria Kepuasan Pelanggan

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
3. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesedian pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

1. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 2. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Kesiapan merekomendasikan

Merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

2.4 Restoran

2.4.1 Pengertian Restoran

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata restoran berarti rumah makan. Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum. Restoran ada yang berlokasi dalam suatu hotel, kantor maupun pabrik, dan banyak juga yang berdiri diluar bangunan itu (Marsum

WA:2005:7). Restoran terbagi menjadi dua tipe utama yaitu restoran formal dan restoran informal di masing-masing tipe ada beberapa jenis restoran. Pada penelitian ini restoran yang dipilih adalah restoran informal jenis restoran keluarga.

2.5 Pramusaji

2.5.1 Pengertian Pramusaji

Menurut Marsum (2005:90) pramusaji adalah karyawan/ karyawan di sebuah restoran yang bertugas menunggu tamu-tamu, membuat tamu-tamu merasa mendapat sambutan yang baik dan nyaman, mengambil pesanan makanan dan minuman serta menyajikannya, juga membersihkan restoran dan lingkungannya serta mempersiapkan meja makan (*table setting*) untuk tamu berikutnya.

2.5.2 Kriteria Pramusaji yang baik

Menurut Marsum (2005:90) seorang pramusaji yang baik memiliki kriteria sebagai berikut:

- mempunyai kesadaran sosial yang tinggi
- mempunyai sifat dan kebiasaan-kebiasaan yang baik
- bisa berkomunikasi secara efektif dengan para tamu
- mempunyai pribadi yang menyenangkan, ramah, dan sopan
- berjiwa pedagang ulung
- selalu bersedia untuk melayani para tamu, dan sebagainya

2.5.3 Tugas dan Tanggung Jawab Pramusaji

Menurut Marsum (2005) tugas dan tanggung jawab pramusaji pada garis besarnya dapat dibagi menjadi tiga periode

1. Sebelum restoran buka (*pre-opening*)

2. Selama restoran buka (*during operation*)
3. Sesudah restoran tutup (*after closing*)

2.6 Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulupun banyak yang meneliti variabel-variabel ini sehingga memperkuat landasan teori yang dikutip dan sebagai referensi peneliti. Penelitian terdahulu tersebut antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ariyanti, Agus Hudoyo, dan Eka Kasymir pada 2013 yang berjudul “Analisis Tingkat Pelayanan Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Pada Dua Restoran Di Komplek Pertokoan di Way Halim Permai Kota Bandar Lampung” Hasil penelitan tersebut adalah kesesuaian kinerja masing–masing restoran terhadap harapan konsumen secara keseluruhan dianggap memuaskan, dengan rata-rata kesesuaian diatas 90%.

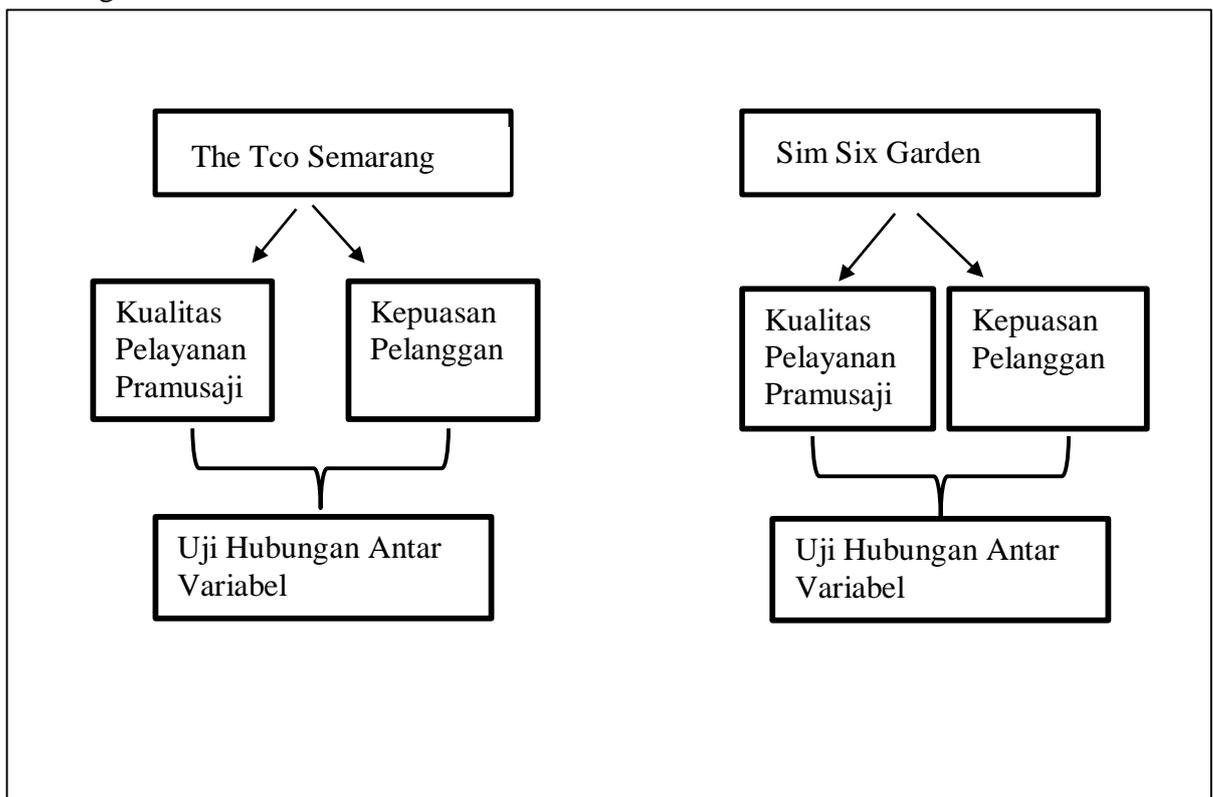
Penelitian yang dilakukan I Made Satya Graha dan Made Wardana pada tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hardy’s Nagara” hasil penelitian tersebut adalah pelayanan yang berkualitas dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hardy’s Nagara dan pelayanan yang berkualitas dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hardy’s Nagara.

2.7 Kerangka Berpikir

Dalam persaingan pasar yang semakin tinggi saat ini, mewujudkan kepuasan dan loyalitas pelanggann adalah hal yang penting dan merupakan salah satu tujuan utama dari setiap perusahaan. Perusahaan harus mampu menarik konsumen baru dan mampu memepertahankan konsumen lama yang sudah ada

dengan membuat konsumen selalu merasa puas dengan kualitas pelayanan yang prima.

Berdasarkan tinjauan pustaka mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, maka dikembangkan kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan. Arikunto (2006:4) hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

2.8.1 Hipotesis kerja (Ha)

Rumusan hipotesis kerja dalam penelitian ini yaitu:

1. Ada hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan di restoran The Tco Semarang
2. Ada hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan di restoran Sim Six Garden Semarang

2.8.2 Hipotesis Nol (Ho)

Rumusan hipotesis nol pada penelitian ini yaitu:

1. Tidak ada hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan di restoran The Tco Semarang
2. Tidak ada hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan di restoran Sim Six Garden Semarang

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini:

1. Ada hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan di restoran The Tco Semarang dengan derajat hubungan kuat. Artinya jika ingin mendapatkan kepuasan pelanggan yang tinggi maka kualitas pelayanan pramusaji juga harus tinggi.
2. Ada hubungan kualitas pelayanan pramusaji dengan kepuasan pelanggan di restoran Sim Six Garden Semarang dengan derajat hubungan kuat. Artinya jika ingin mendapatkan kepuasan pelanggan yang tinggi maka kualitas pelayanan pramusaji juga harus tinggi.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya pemilik restoran selalu meningkatkan kualitas pelayanan pramusaji karena kualitas pelayanan pramusaji terbukti berhubungan kuat dengan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dikembangkan penelitian ke variabel-variabel lain yang berhubungan dengan dunia pelayanan makan dan minum sehingga dapat diketahui faktor-faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan yang membuat

restoran terus bertahan dan berkembang.

3. Bagi peneliti selanjutnya Penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Ariyanti, Dwi, Agus H, Eka K. 2013. Analisis Tingkat Pelayanan Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Pada Dua Restoran Di Komplek Pertokoan di Way Halim Permai Kota Bandar Lampung. *JIIA* Vol.1 (No.3) 118-125
- Earlike, Fitria dan Tutut, MMA. 2016. Pentingnya Peranan Skill Dan *Menu Knowledge Waiter/Waiters* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Food And Beverage Service Departement*. *Jurnal Pesona* Vol.18 (No.1) 1-11.
- Ekasari, Safrida dan Yusrizal, Firdaus. 2018. Pelaksanaan Prosedur Kerja Pramusaji di Karang Restaurant KTM Resort Batam. *JOM FISIP* Vol.25 (Edisi.2) 1-17.
- Setyawati, Eva. 2017. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment. *E Journal Universitas Pakuan*
- Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang. 2016. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Semarang: UNNES.
- Fatimah, Sithy, Rahmanita, Myrza dan Nurbaeti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Receptionist* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Safari *Garden and Resort*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* Vol.22 (No.3) 178-188.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivaribel dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Graha, I.M.S. Wardana. M. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hardy's Nagara. *E-journal Ekonomi dan Bisnis*. ISSN 2337-2067: 309-334
- Koirala, K.D dan Shresta, S.K. 2018. Measuring Service Quality and Customer Satisfaction Empirical Evidence from Nepalese Commercial Banking Sector Undertakings. *Management dynamic Journal* 10-20
- Kotler, Philip dan Keller, Lane. 2017. "*Manajemen Pemasaran*" (Alih Bahasa: Benyamin Molan): PT Indeks
- Lovenia, C.O.A. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*.(Skripsi: Universitas Diponegoro Semarang)

- Lupiyoadi, Rambat. 2013 *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat
- Marsum, W.A. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi
- Musanto, T. 2004. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol.6 (No.2) 123-136
- Mustika, Amalia, Achmadi M, dan Linda D. 2017. Penampilan Pramusaji dan Citra Restoran di Kabupaten Bogor (Cisarua-Cipayung). *Jurnal Ilmiah Pariwisata* Vol.22 (No.3) 189-195
- Rachmawati, Rina. 2014. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan). *Jurnal Teknoba* Vol.1 (No.1) 66-79
- Robert dan Cindy. The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction And Service. *Journal of Bussines Strategy and Execution* Vol.3 (No.2) 154-175
- Ronald, Hendrik. 2014. *The Power Of Service*. Jakarta: Gramedia
- Sitepu, Nirwana Sk. 2002. *Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung: Unit Pelayanan Statistika FPMPA Unpad
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa prinsip, penerapan, penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Utama, I.G.R. 2016. *Pemasaran Pariwisata*. Sleman: Deepublish
- Yola, M dan Duwi Budianto. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Produk Pada Supermarket Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri* Vol. 12 (No.12): 301-309.