



Kualitas Pelayanan Pada Konsumen (Survey Pada Konsumen Kedai Sate Taichan Anggun Lestari)

Octary Faradila

Manajemen Pemasarakatan
Politeknik Ilmu Pemasarakatan, Depok, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang ada di Sate Taichan Anggun Lestari. Dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variable yaitu variable Kualitas Pelayanan yang dibagi menjadi 5 dimensi yaitu Tangibels, Responsiveness, Relebility, Assurance, dan Emphaty. Penelitian ini dilaksanakan di Sate Taichan Anggun Lestari. Populasi sample yang digunakan adalah konsumen dari Sate Taichan Anggun Lestari. Dengan jumlah sample sebanyak 52 orang. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah Simple Random Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner, dengan skala pengukuran instrument menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan uji frequensi, hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan yang ada di sate taichan anggun lestari 83% sudah sangat baik.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Era globalisasi pada saat ini yang disertai oleh perkembangan teknologi informasi, terutama pada lingkungan bisnis sangat terasa bagi para pembisnis pada lingkungan bisnis global. Seluruh perusahaan dihadapkan dengan persaingan yang sangat kompetitif.

Perkembangan teknologi informasi seperti jaringan internet, dan teknologi digital lainnya membuka celah pemasaran/distribusi produk yang tidak terbatas pada ruang, tempat, dan waktu. Jaringan dan teknologi digital lainnya ini, juga memungkinkan pertukaran informasi baik mengenai produk, produsen, maupun customer secara global dan menyeluruh. Hal tersebut dapat diakses oleh pelaku ekonomi dengan mudah sehingga transaksi bisnis tidak lagi terpaku melalui kertas tapi bisa dilaksanakan melalui jalan raya elektronik dengan menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan seperti shared database, electronic fund transfer, electronic data interchange, electronic commerce, dsb. Oleh karena itu, mobilitas ekonomi pun semakin cepat dan kompetitif.

Kemajuan perekonomian di era globalisasi ini mendorong pertumbuhan pada sektor jasa. Dimana salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan jasa adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Seringkali perusahaan masih berfokus hanya pada pencapaian produktivitas dan profitabilitas dengan mengabaikan aspek kualitas. Dalam perkembangannya perusahaan jasa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, harus bersaing dalam masalah kualitas. Sebab kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan dan kepercayaan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan pada konsumen untuk menjalin ikatan

hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen pada perusahaan. Dalam memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas layanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik. Kualitas jasa merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 1997:83). Penyampaian jasa atau layanan yang berkualitas dianggap sebagai suatu strategi yang penting agar perusahaan sukses dan dapat bertahan.

Peningkatan sumberdaya manusia Indonesia merupakan sebuah tuntutan dibanding dengan pilihan dalam era globalisasi ini. Perkembangan di bidang ekonomi yang sudah semakin tak terbatas, arus informasi yang semakin kencang dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat membuat sumber daya manusia menjadi kunci keberhasilan dalam mengatasi tantangan dan perubahan zaman. Dalam bahasa lain, bisa kita katakan, bangsa yang meningkatkan sumber daya manusianya akan menguasai dunia dan sebaliknya bangsa yang tidak menginvestasikannya akan menjadi bangsa terjajah. Artinya, kualitas manusia Indonesia harus selalu bisa beradaptasi dengan perubahan, bahkan mencipta perubahan itu sendiri.

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis semakin tajam baik di pasar domestik maupun pasar global. Semakin banyak tempat-tempat perbelanjaan maupun tempat kuliner yang menimbulkan banyak persaingan. Para pengelola tempat kuliner di daerah Bengkulu termasuk *Sate Taichan Anggun Lestari* juga ingin memperoleh

pangsa pasar yang tinggi. Salah satu untuk memenangkan persaingan yaitu dengan memberikan mutu produk yang lebih baik, harganya lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya akan menyebabkan konsumen lebih puas (Nugroho dan Priarta, 2011:28). Hal tersebut dilakukan para pengelola perusahaan untuk mempertahankan konsumennya dan terus meningkatkan mutu pelayanannya. Karena konsumen merupakan salah satu aset yang sangat penting dan menentukan maju mundurnya perusahaan.

Membangun kepercayaan terhadap konsumen bukanlah suatu pekerjaan yang mudah dalam kondisi persaingan yang semakin tajam. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa dikarenakan kejujuran para karyawannya serta mampu menepati janji, adanya bentuk perhatian dan motivasi dari pihak perusahaan yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen yang mempercayai perusahaan. Perusahaan mempekerjakan karyawannya yang mampu menyediakan, melayani dan menjaga keamanan transaksi serta mampu menjaga konsistensi perilaku agar dapat membangun kepercayaan juga membangun adanya hubungan yang harmonis dan saling memahami peran baik perusahaan maupun konsumen.

Menurut Supranto (2006) Kualitas Pelayanan adalah suatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa. Kualitas pelayanan terkait dengan penilaian umum mengenai superioritas pemberian jasa (Parasuraman ; Valerie. A.Zeithaml ; Leonardo L.Berry, 1998) Apabila

pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Pengukuran kualitas pelayanan dikemukakan oleh (Parasuraman ; Valerie. A.Zeithaml ; Leonard L.Berry, 1988) dengan menggunakan SERVQUAL. Alat ini digunakan mengukur harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan penyedia jasa. Terdapat lima dimensi kualitas yang dikemukakan oleh (Parasuraman ; Valerie. A.Zeithaml ; Leonard L.Berry, 1988), yaitu bukti langsung (tangibles), keandalan, (reability), daya tanggap, (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty).

Sate Taichan Anggun Lestari merupakan salah satu kedai makanan yang terbilang cukup baru di kota Bengkulu yang berdiri pada bulan Juni 2019. Banyaknya pesaing kedai yang ada di Bengkulu tentunya diperlukan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Berdasarkan survey yang telah dilakukan peneliti, Anggun Lestari selaku pemilik kedai mengatakan bahwa kualitas pelayanan di *Sate Taichan Anggun Lestari* pada awalnya masih kurang, ini dapat dilihat dari akun Instagram

@satetaichan_anggun_lestarii, pada saat itu sang pemilik kedai sedang melakukan Q&A yaitu fitur Tanya jawab yang ada di Instagram. Dalam Q&A banyak yang menyampaikan keluhan atas pelayanan yang ada di *Sate Taichan Anggun Lestari*. Selain itu pemilik kedai juga pernah melakukan live Instagram dan disana juga masih ada yang mengeluhkan pelayanan di *sate taichan anggun lestari*.

Peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di *Sate Taichan Anggun Lestari* pada saat ini yang akan dibahas

di Bab Pembahasan pada penelitian ini mengingat dahulu banyak keluhan yang disampaikan oleh konsumen terhadap pelayanan yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari. Namun dengan berjalannya waktu kualitas pelayanan di *Kedai Sate Taichan Anggun Lestari* tersebut semakin membaik.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Pengertian tentang kualitas Layanan menurut Tjiptono (2000:52) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan. Menurut Kotler dan Keller (2009:36) jasa / layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, 2005:23)

Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan/jasa. Menurut Parasuraman; Valarie. A. Zeithaml; Leonard L. Berry (1988) persepsi secara tunggal didefinisikan sebagai suatu evaluasi / penilaian keseluruhan kualitas barang/ jasa itu sendiri. Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan, Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009:111), mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible (Bukti langsung)*. Yaitu meliputi fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan, harga, dan penampilan

personal dan material tertulis. Contohnya menggambarkan secara fisik dan layanan yang diterima konsumen, seperti keadaan bangunan, fasilitas yang ada pada restoran dan kerapian penampilan karyawan.

2. *Reliability (Keandalan)*. Yaitu kemampuan untuk mewujudkan pelayanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Contohnya jika dilihat dalam bidang jasa restoran adalah bagaimana cara seorang pelayan mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen.

3. *Responsiveness (Daya tanggap)*. Yaitu kemauan untuk membantu para konsumen dengan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat. Jika dilihat dalam usaha bidang jasa restoran ini merupakan bagaimana ketanggapan seorang pelayan ketika ada keluhan atau meminta bantuan kepada pelayan.

4. *Assurance (Jaminan)*. Yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan atau kebaikan dari personal serta kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keinginan. Contohnya adalah bagaimana kepastian yang ada dalam restoran tersebut, seperti jaminan keselamatan dan jaminan keamanan dalam bertransaksi

5. *Empathy (Empati)*. Yaitu mencakup menjaga dan memberikan tingkat perhatian secara individu atau pribadi terhadap kebutuhan-kebutuhan konsumen. Layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*)

dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini hanya menggunakan satu variable bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di *Kedai Sate Taichan Anggun Lestari*. Penelitian dilakukan di kedai Sate Taichan Anggun Lestari di Jl.Penurunan, kota Bengkulu. Populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen Kedai Sate Taichan Anggun Lestari dengan sample 52 orang. Teknik penarikan sample menggunakan *simple random sampling* metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuisisioner dengan menggunakan skala pengukuran instrument likert. Skala akan diberikan kepada konsumen *Sate Taichan Anggun Lestari*, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi skor skala yang diperoleh maka semakin bagus juga kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Sate Taichan Anggun Lestari*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *uji validitas, uji reliabilitas, dan uji frekuensi*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapatkan berdasarkan pengolahan data, diperoleh informasi mengenai karakteristik responden yang dapat dilihat pada table 1 di bawah ini :

Tabel 1.1 Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PEREMPUAN	46	88.5	88.5	88.5
LAKI-LAKI	6	11.5	11.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah

perempuan dengan frekuensi 46 dari 52 responden.

Tabel 1.2 Jenis Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PELAJAR/MAHASISWA	47	90.4	90.4	90.4
BELUM/TIDAK BEKERJA	3	5.8	5.8	96.2
PNS	1	1.9	1.9	98.1
KARYAWAN	1	1.9	1.9	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari konsumen sate taichan anggun lestari adalah Pelajar/mahasiswa dengan frekuensi 47 dari 52 responden. Untuk mengetahui ketepatan instrument penelitian dalam mengukur variable yang diteliti, peneliti melakukan uji validitas variable kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh instrument dalam variable kualitas pelayanan memiliki r hitung nilainya lebih dai 0,361.

Uji Validitas

Hasil pengujian kepada 30 responden didapat kan semua item pertanyaan pada variable ini adalah valid dengan nilai rhitung>rtabel (dengan tingkat koefisien 0,05% dengan nilai r-tabel sebesar 0,361). Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Ghozali (2001)

Selanjutnya untuk mengetahui drajat konsistensi instrument, peneliti melakukan pengujian reliabilitas instrument yang terdapat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Reliability Statistics
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.995	19

Sumber:

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa seluruh instrument dalam penelitian ini adalah reliabel karena memiliki nilai cronbach's Alpha di atas 0,7.

Berdasarkan hasil pengukuran skor skala per dimensi instrument diketahui bahwa 17 instrument mendapatkan skor skala diatas 80% yang berarti kualitas pelayanan di Sate taichan Anggun Lestari sangat baik, sedangkan 2 instrumen mendapatkan skor skala dibawah 80% dapat dikategorikan kualitas pelayanan pada 2 indikator tersebut baik. Hal ini dapat disimpulkan semakin tinggi skor skala yang didapatkan, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang di peroleh oleh indicator data tersebut Untuk melihat hasil skor skala indikator perdimensi pada kualitas pelayanan ini dapat dilihat pada tabel 3 dibawah :

3.1 Tabel Dimensi Tangibles (Nyata)

A	TANGIBLES ATAU NYATA	Skor Total	Presentase	Keterangan
1	Lokasi Sate Taichan Anggun Lestari sangat strategis sehingga mudah dicari	226	82,5%	Sangat baik
2	Suasana di kedai sate taichan anggun lestari sangat nyaman sehingga saya betah makan dan minum dilokasi	226	82,5%	Sangat baik
3	Informasi harga dan menu makanan disate taichan anggun lestari dapat dilihat secara jelas	217	79,2%	Baik
4	Fasilitas di kedai sate taichan anggun lestari cukup memadai	223	81,4%	Sangat baik

Berdasarkan tabel 3.1 yaitu *Dimensi Tangibles (nyata)* diatas indikator 1 mendapatkan skor skala 226 dengan presentase 82,5% dan keterangan sangat baik. Indikator 2 mendapatkan skor skala sama dengan indikator 1 yaitu 226 dengan presentase 82,5% dengan keterangan sangat baik. Indikator 3 mendapatkan skor skala 217 dengan presentase 79,2% dengan keterangan baik. Dan indikator 4

mendapatkan skor skala 223 dan presentase 81,4% dengan keterangan yang sangat baik.

Di lihat dari lokasi Kedai Sate Taichan Anggun Lestari ini memang berada di lokasi strategis yang membuat para konsumen tidak kesusahan dalam mencari lokasi dan juga secara keseluruhan lokasi sate taichan anggun lestari ini dekat dengan pusat kota sehingga dapat sangat mudah ditemukan. Memang benar adanya suasana di *kedai sate taichan anggun lestari* dapat membuat para konsumen nyaman terlebih lagi dengan alunan music yang selalu diputar membuat para konsumen betah berada di kedai Sate Taichan Anggun Lestari. Dibanding instrument lainnya indikator 3 adalah nilai yang paling rendah karena memang di kedai sate taichan kurang memfasilitasi informasi yang ada pada kedai tersebut. Dan untuk fasilitas yang terlihat di kedai Sate Taichan Anggun lestari sudah cukup memadai.

Berdasarkan hasil skor skala dan presentasi yang diperoleh pada *Dimensi Tangibles* ini dapat disimpulkan bahwa Dimensi ini termasuk dalam kategori presentase yang tinggi, karena sesuai dengan presentase yang diperoleh setiap indikator selalu mencapai range diatas 80%. Dalam dimensi ini hanya ada 1 indikator yang belum mencapai angka 80% , akan tetapi itu sudah mendapatkan keterangan baik dari range yang telah ditentukan.

3.2 Tabel Dimensi Responsivness (Ketanggapan)

B	RESPONSIVE ATAU KETANGGAPAN	Total Skor	Presentase	Keterangan
1	Pelayan yang ada di sate taichan anggun lestari cukup mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan	223	81,4%	Sangat baik
2	Untuk prosedur pemesanan dan pembayaran sudah jelas di kedai sate taichan anggun lestari	233	85,1%	Sangat baik
3	Pelayanan sate taichan anggun lestari cepat dan tanggap kepada konsumen yang berbelanja	225	82,2%	Sangat baik

Berdasarkan tabel 3.2 yaitu *Dimensi Responsivness (ketanggapan)* tersebut bahwa indikator 1 mendapatkan skor skala 223 dan presentase 81,4%

dengan keterangan sangat baik. *indikator* 2 dengan skor skala 233 dan presentase 85,1% dengan keterangan sangat baik dan yang terakhir *indikator* 3 dengan skor skla 225 dan presentase 82,2% dengan keterangan sangat baik.

Dapat diketahui bahwa pada Dimensi Reliability atau ketanggapan Kedai Sate Taichan Anggun Lestari sudah menguasai instrument ini, terutama indikator 2 yang disebutkan bahwa untuk prosedur dan pemesan sudah jelas adanya di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari sehingga dapat dibuktikan bahwa prosedur dan alur pemesanan sudah dapat dimengerti oleh konsumen Sate Taichan Anggun Lestari. instrumen ini juga mendapatkan skor skala dan presentase yang tertinggi diantara dua lainnya. Sedangkan untuk *indikator pertama* disebutkan bahwa pelayan yang ada di *kedai Sate Taichan Anggun Lestari* sudah cukup mampu memberikan pelayanan layaknya seperti pelayan yang ada di restoran lain, sehingga *indikator pertama* ini membuktikan bahwa pelayanan di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari sudah dapat dikatakan baik. Untuk indikator 3 dikatakan bahwa pelayanan yang ada di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari cepat dan tanggap terhadap konsumen yang sedang berbelanja, memang benar adanya pada saat survey di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari para konsumen baik yang makan di lokasi maupun yang take away tidak merasakan lamanya menunggu untuk dilayani, sehingga pelayanan disini dapat dikatakan pelayanan di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari cepat dan tanggap terhadap konsumennya.

Berdasarkan presentasi yang diperoleh setiap indicator dari *Dimensi Responsivness*, bahwa dimensi ini telah memperoleh keterangan sangat baik di setiap indikatornya, tidak ada satupun indicator dalam dimensi ini dibawah range 80% yang diketahui bahwa range

dias 80% telah mendapatkan keterangan sangat baik, oleh sebab itu disimpulkan bahwa Dimensi ini dalam Kualitas Pelayanan kepada konsumen Kedai Sate Taichan Anggun Lestari telah dikategorikan sangat baik oleh para konsumen yang ada.

3.3 Tabel Dimensi Releability (Keandalan)

C	RELEABILITY ATAU KEANDALAN	Total Skor	Presentase	Keterangan
1	Sate taichan anggun lestari selalu menerima saran dan keluhan dari kosumen	230	84%	Sangat baik
2	Sate taichan anggun lestari tanggap dan berusaha memperbaiki semua keluhan dari kosumen	227	82,9%	Sangat baik
3	Para pelayan disate taichan anggun lestari serius dalam menialankan pekerjaanya	233	85,1%	Sangat baik
4	Pelayan disate taichan anggun lestari bertanggung jawab atas pelayanannya terhadap kosumen	232	84,7%	Sangat baik

Pada tabel diatas dapat di ketahui bahwa pada Dimensi Releability atau keandalan *Indikator* 1 mendapatkan skor skala 230 dengan presentase 84% dan keterangan sangat baik. Sedangkan untuk *Indikator* 2 mendapatkan skor skala 227 dengan presentase 82,9% dan keterangan sangat baik. *Indikator* 3 mendapatkan skor skala 233 dengan presentase 85,1% dan keterangan sangat baik. Dan instrumen terakhir yaitu *Indikator* 4 mendapatkan skor skala 232 dengan presentase 84,7% dan keterangan sangat baik.

Dilihat dari segi menerima keluhan dan saran Kedai Sate Taichan Anggun Lestari selalu melakukan hal ini secara berkala, seperti yang dijelaskan pada Pendahuluan pemilik Kedai ini selalu membuka Q&A yaitu salah satu fitur Tanya jawab yang ada di Instagram untuk memenuhi saran dan keluhan yang disampaikan para konsumen, jadi memang benar adanya jika *Indikator* 1 dalam dimensi reliability ini mendpatkan skor skala yang sangat baik karena sesuai dengan fakta yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari. sedangkan untuk *indicator* 2 Sate Taichan Anggun Lestari dilihat dari perubahan akan pelayanan yang ada dari dahulu hingga sekarang membuktikan bahwa Kedai Sate Taichan Anggun Lestari ini menerima

semua masukan dan saran dari para konsumen nya, seiring berjalannya waktu dari sana lah kualitas pelayanan yang ada di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari mulai membaik. Untuk Indikator 3 para pelayan di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari pada saat ini menurut penilaian konsumen sudah serius dalam menjalani pekerjaannya sebagai contoh pelayan di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari ini pada tabel 3.2 di *Indikator 3* yaitu telah cepat dan tanggap dalam melayani konsumen. Dan *Indikator 4* atau yang terakhir dalam dimensi ini adalah bagaimana pelayan pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari bertanggung jawab kepada konsumennya. Disini konsumen dapat menilai bagaimana pertanggung jawaban yang diberikan oleh para pelayan dengan memberikan presentase sebesar 84,7% berarti pertanggungjawaban pelayan pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari dapat dikatakan sangat baik.

Dalam *Dimensi Reliability* para konsumen telah menentukan bagaimana keandalan yang dimiliki oleh Kedai Sate Taichan Anggun Lestari dalam melayani konsumen, sehingga kualitas pelayanan pada dimensi ini dapat dikatakan sangat baik dengan range presentase yang di dapatkan tidak ada yang kurang, bahkan semua indikator dalam dimensi ini mendapatkan range 80% keatas dengan keterangan sangat baik.

3.4 Tabel Dimensi Assurance (Kepastian)

D	ASSURANCE ATAU KEPASTIAN	Total Skor	Presentase	Keterangan
1	Pelayan yang ada disate taichan anggun lestari sudah memiliki keterampilan	224	81,8%	Sangat baik
2	Pelayan yang ada di sate taichan anggun lestari sudah cukup ahli dalam melayani	221	80,75%	Sangat baik
3	Para pelayan di sate taichan anggun lestari jujur atas apa yang ditawarkan konsumen	227	82,9%	Sangat baik
4	Pelayan disate taichan anggun lestari sudah cukup cermat dalam membagi waktu agar pelayan yang lain tidak lama menunggu	217	79,2%	Baik

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa ada 4 *Indikator* yang ada pada dimensi Assurance (kepastian) ini. Dengan masing-masing *indikator* memiliki nilai skor skala dan

presentase yang berbeda. *Indikator 1* dengan total skor 224 dengan presentase 81,8% dan keterangan sangat baik, sedangkan *Indikator 2* mendapatkan total skor 221 dengan presentase 80,75% dan keterangan sangat baik, *Indikator ke 3* mendapatkan total skor skala 227 dengan presentase 82,9% dan keterangan sangat baik. Dan yang terakhir yaitu *Indikator ke 4* memperoleh nilai paling rendah dibanding dengan 3 Indikator lainnya yaitu total skor skala 217 dengan presentase 79,2%.

Indikator 1 mengatakan bahwa para pelayan yang ada di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari sudah memiliki keterampilan, sesuai dengan total skor yang didapat oleh Indikator 1 sehingga membuktikan bahwa pelayan pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari benar telah memiliki keterampilan sehingga dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen. Dalam *Indikator 2* bahwa pelayan di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari sudah cukup ahli dalam melayani, disini para pelayan memang sudah memiliki kecakapan dan pengetahuan dalam memberikan jaminan pelayanan kepada konsumen serta memiliki pengetahuan yang tinggi hal ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari. Dalam *Indikator 3* pelayan yang ada di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari memiliki kejujuran dalam melayani konsumen, sesuai dengan skor skala yang didapatkan bahwa membuktikan apabila pelayanan yang ada di Kedai sate Taichan Anggun Lestari jujur dan menjunjung tinggi jaminan terhadap konsumen sehingga dapat meningkatkan kualitas Pelayanan yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari. Sedangkan di *Indikator ke 4* presentase yang didapatkan kurang dari 80% ini sudah bisa dikatakan baik

akan tetapi nilai *Indikator* ke 4 ini paling kecil diantara 3 *Indikator* lainnya, ini membuktikan bahwa pelayan yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari dalam pembagian waktu terhadap melayani konsumen belum begitu memuaskan seperti pelayanan lainnya. Indikator ini sangat mempengaruhi dalam penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari, untuk itu dibutuhkan persiapan diantara para pelayan sebelum melakukan pekerjaan sehingga kualitas pelayanan yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari dapat lebih baik dan semakin dapat bersaing dengan kedai lainnya yang ada di Kota Bengkulu.

Berdasarkan skor skala dan presentase yang didapatkan pada *Dimensi Assurance* ini ada satu indikator yang tidak mencapai range 80% , walaupun demikian range dibawah 80% ini tetap dikatakan dengan kategori baik, hal ini dibuktikan bahwa indikator ke 4 pada dimensi ini hanya kurang 0,8% untuk mendapatkan kategori sangat baik, dengan hal itu *Dimensi Assurance* ini sudah dapat dikategorikan sangat baik dalam melayani konsumen pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari.

3.5 Tabel Dimensi Emphaty (Empati)

E	Emphaty	Total Skor	Presentase	Keterangan
1	Pelayan disate taichan anggun lestari selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen	230	84%	Sangat baik
2	Sate taichan anggun lestari melayani konsumen dengan ramah	234	85,5%	Sangat baik
3	Dalam pelayanan setiap konsumen mendapatkan keadilan dalam berbelanja	234	85,5%	Sangat baik
4	Sate taichan anggun lestari tau akan kebutuhannya	227	82,9%	Sangat baik

Berdasarkan tabel 3.5 yaitu *Dimensi Emphaty (empati)* diatas indikator 1 mendapatkan skor skala 230 dengan presentase 84% dan keterangan sangat baik. *Indikator 2* mendapatkan skor skala 234 dengan presentase 85,5% dan keterangan sangat baik. *Indikator 3* mendapatkan skor skala yang sama dengan indikator 2 yaitu 234 dengan presentase 85,5% dan

keterangan sangat baik. Dan *indikator 4* mendapatkan skor skala 227 dan presentase 82,9% dengan keterangan yang sangat baik.

Berdasarkan hasil skor skala dan presentase yang di dapatkan oleh setiap Indikator pada Dimensi Empati ini membuktikan bahwa pelayan yang ada di Kedai sate Taichan Anggun Lestari selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk konsumennya, sesuai dengan *Indikator 1* pelayan yang ada di Kedai sate Taichan Anggun Lestari selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumennya, pada dasarnya konsumen memang membutuhkan kemudahan akses dan informasi mengenai keinginan dan kebutuhan yang konsumen itu rasakan, dengan di berikan pelayanan yang ramah maka akan mempermudah akses dalam memenuhi kebutuhan para konsumen Kedai Sate Taichan Anggun Lestari, Indikator ini ada dalam *Indikator* ke 2 dalam Dimensi Empati ini. *Indikator* ke 3 menjelaskan bahwa setiap konsumen mendapatkan keadilan dalam berbelanja di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari sesuai dengan presentase dan total skor yang didapatkan, 85% pelayanan yang ada di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari memang adil dalam melayani setiap konsumen dan tidak memihak apabila pelayan itu mengenali konsumen diluar dari pekerjaannya. *Indikator* terakhir yaitu *Indikator* ke 4 Sate Taichan Anggun Lestari mengetahui apa saja kebutuhan dari Kedainya tersebut sehingga dalam kualitas persaingan Kedai Sate Taichan Anggun Lestari ini memiliki potensi tinggi dalam menciptakan menu dan hal-hal baru yang dapat memikat hati konsumennya. *Dimensi Emphaty* sudah dikategorikan sangat baik dengan dibuktikan dari perolehan skor skala dan presentase yang di dapatkan pada setiap Indikator, dengan perolehan skor skala dan presentase yang didapatkan diatas range

80% , maka dari itu Dimensi ini telah dapat dikatakan sangat baik dalam melakukan pelayanan kepada konsumennya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa penilaian kualitas pelayanan di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari lebih banyak oleh konsumen perempuan dibanding dengan konsumen laki-laki, serta mayoritas dalam penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa dengan menunjukan kualitas yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari perlahan sudah membaik, dilihat dari indikator-indikator yang terdapat dalam tabel dimensi yang ada di dalam pembahasan, *Dimensi Tangibles(nyata)* dapat disimpulkan sudah sangat baik hanya satu Indikator yang nilainya baik yaitu pada informasi menu dan harga yang ada pada Kedai Sate Taichan Anggun Lestari, dilihat dari segi lokasi maupun suasana, semua konsumen menilai bahwa keadaan yang ada di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari sudah sangat tepat. Sedangkan untuk *Dimensi Responsivness(ketanggapan)* juga sudah dapat disimpulkan dengan kategori sangat baik dilihat dari kecepatan dan ketanggapan dari pelayan yang ada di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari. Untuk *Dimensi Reliability(keandalan)* disimpulkan dengan sangat baik dilihat dari keandalan yang ada pada diri pelayan di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada konsumen. Pada *Dimensi Assurance(kepastian)* disimpulkan bahwa semua Indikator sudah sangat baik hanya ada 1 Indikator yang mendapatkan keterangan baik dengan total skor tidak berbeda jauh dengan Indikator lainnya, karena Kedai Sate Taichan Anggun Lestari memang sudah membuktikan dapat memberikan

kepastian diantaranya dengan keterampilan yang dimiliki oleh pegawainya. Dan untuk Dimensi yang terakhir yaitu *Dimensi Emphaty(empati)* juga disimpulkan dengan keterangan sangat baik, karena pelayanan yang ada di Kedai Sate Taichan Anggun Lestari memiliki sikap yang ramah serta tau akan kebutuhan pada setiap konsumennya dengan menciptakan inovasi baru dalam Kedai Sate Taichan Anggun Lestari.

Saran dari hasil penelitian ini yaitu pada Dimensi Tangibles dan Dimensi Assurance untuk dapat meningkatkan Indikator pada dalam dimensi misalnya Kedai Sate Taichan Anggun Lestari untuk dapat mengupdate informasi terhadap menu dan harga setiap harinya agar konsumen dapat melihat secara jelas bagaimana informasi menu yang ada pada Kedai sate Taichan Anggun Lestari. Serta disarankan untuk lebih meningkatkan Indikator pada Dimensi Assurance misal karyawan lebih cepat untuk mengantar pesanan atau melayani apapun yang diminta konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Fandy. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rumah Makan Maibu Malang). Skripsi. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). Jurnal Administrasi Bisnis, 51(2), 1-7.
- Ermawati, Wahyu Putri. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Saboten Shokudo Malang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.

Lauw Jessica dan Kunto Sondang Yohanes.
2013. Analisa Pengaruh Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
di The Light Cup Cafe Surabaya Town
Square dan The Square Surabaya. Jurnal.
Manajemen Pemasaran Universitas
Kristen Petra. Vol.1, No.1.

[http://finanscial.blogspot.com/2015/04/peng
ertian-globalisasi-bisnis.html](http://finanscial.blogspot.com/2015/04/pengertian-globalisasi-bisnis.html) Di akses
pada 29 April 2020 11.35

[http://e-
journal.uajy.ac.id/8791/3/2EM14782.pdf](http://e-journal.uajy.ac.id/8791/3/2EM14782.pdf)
Di akses pada 1 Mei 2020 19.40

[https://media.neliti.com/media/publications/
72652-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-
terhadap-kep.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/72652-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf) Di akses pada 1 Mei 2020
20.15