

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT AYAM PENYET JOKO SOLO MEDAN

Anggiat Sinaga^{*1)}, Selamat Zebua²⁾, Milani³⁾

¹Dosen Program Studi Manajemen STIE Mahkota Tricom Unggul, ²Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Raharja, Mahasiswa Program Studi Manajemen Retail Universitas Raharja
¹drsanggiatsinagamsi@gmail.com, ²[selamat.zebua@raharja.info](mailto:salamat.zebua@raharja.info), ³milani@raharja.info

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ayam Penyet Joko Medan. Populasi dalam penelitian yaitu Pelanggan PT. Ayam Penyet Joko Solo Medan yang berjumlah 50 responden, sedangkan teknik penentuan dengan sampel purposive sampling. Adapun sumber data dalam penelitian ini dari data primer dan data sekunder. Dimana data primer dari observasi, wawancara dan kuesioner. Sedangkan data sekunder dapat dari data yang sudah didokumentasikan. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi berganda yaitu $Y = 21.533 + 0,284x + e$ yang menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil uji (t) atau uji parsial menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dimana dapat dilihat nilai t hitung $3,795 > t$ tabel $2,026$ serta variabel budaya organisasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dimana dapat dilihat nilai t hitung $2,573 > t$ tabel $2,026$. Hasil koefisien determinasi dengan nilai regresi korelasi sebesar $0,841$ artinya secara bersama-sama Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Astra Credit Companies Cabang Medan II memiliki kontribusi pada taraf yang erat dan positif. Dimana nilai (R^2) sebesar $0,691$ ($69,1\%$). Sehingga dapat dikatakan bahwa $69,1\%$ variasi variabel terikat yaitu gaya kepemimpinan dan budaya organisasi pada model dapat menjelaskan variabel kinerja karyawan Pada PT. Astra Credit Companies Cabang Medan II Sedangkan sisanya sebesar $30,9\%$ dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Adapun variabel lain yang mempengaruhi pengalaman kerja yakni kemampuan dan sebagainya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Budaya Organisasi, Kinerja Karyawan, Kepuasan

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Amy Penyet Joko Medan. Population in the study were customers of PT. Chicken Penyet Joko Solo Medan, amounting to 50 respondents while the determination technique with a purposive sampling sample. The data sources in this study are from primary data and secondary data. Where is the primary data from observations, interviews and questionnaires. While secondary data can be from data that has been documented. While the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the regression analysis are $Y = 21,533 + 0,284x + e$ which shows that the quality of service has a positive and significant effect on customer satisfaction. While the results of the test (t) or partial test shows that the leadership style has a positive and significant effect on the performance of employees where it can be seen the t value of $3.795 > t$ table 2.026 and organizational culture variables also have a positive and significant effect on the performance of employees where it can be seen the value of t count $2.573 > t$ table $2,026$. The results of the coefficient of determination with a correlation regression value of 0.841 means that together the Leadership Style and Organizational Culture of Employee Performance at PT. Astra Credit Companies Medan II Branch contributes to a close and positive level. Where the value (R^2) of 0.691 (69.1%). So it can be said that 69.1% of the dependent variable variations namely leadership style and organizational culture in the model can explain employee performance variables at PT. Astra Credit Companies Medan II Branch While the remaining 30.9% is influenced by other variables outside the model. The other variables that affect work experience are abilities and so on.

Keywords: Service Quality, Corporate Culture, Performance, Satisfaction

1. Pendahuluan

Ayam Penyet Joko Solo adalah salah satu restoran yang memiliki nama yang mampu mengundang rasa penasaran untuk datang ketika membaca nama restoran tersebut. Di dalam rasa penasaran tersebut timbul rasa keingintahuan, sehingga rasa keingintahuan tersebut terjawab maka peran manajemen adalah membuat pelanggan yang datang merasa nyaman dan timbul keinginan untuk datang kembali mengunjungi restoran tersebut dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh restoran dapat memuaskan pelanggan. Dalam persaingan yang sangat kompetitif. Ayam Penyet Joko Solo dituntut untuk terus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya. maka sudah selayaknya Ayam Penyet Joko Solo menciptakan kepuasan kepada pelanggannya.

Fakta yang terjadi di Ayam Penyet Joko Solo ada beberapa pelanggan merasa kurang puas dengan karyawan yang salah dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan, karyawan yang kurang tanggap dengan permintaan pemesanan makanan yang mereka inginkan, sehingga menimbulkan rasa ketidakpuasan pelanggan terhadap perusahaan.

Tabel 1: Daftar Keluhan Pelanggan

Bulan	Jumlah Keluhan	Jenis Keluhan
Januari	4	Karyawan kurang ramah Toilet kotor
Februari	3	Pesanan cenderung lama disajikan. Pelayanan kurang memuaskan
Maret	3	Sayuran tidak segar Porsi makanan tidak sesuai keinginan pelanggan.
April	2	Hidangan yang tidak sesuai pesanan Diminta untuk selesai dan pergi secepatnya
Mei	6	Pelayan mengambil peralatan makan dan minum sebelum waktunya. Perabotan atau peralatan makan yang kotor Toilet kotor
Juni	6	Pelayan tidak ramah kepada pelanggan Pelayan tidak menunjukkan meja kosong untuk pelanggan yang baru datang Makanan yang disajikan tidak sesuai dengan yang ada di menu makan
Juli	2	Pesanan terlalu lama datang Pesanan salah antar
Agustus	3	Makanan yang disajikan kurang higienis Rasa menu tidak standar
September	4	Toilet kotor Pelayan tidak ramah
Oktober	4	Hidangan tidak sesuai pesanan Ruang sholat tidak bersih
November	5	Perabotan atau peralatan makan kotor Pelayanan kurang memuaskan
Desember	10	Pelayan kurang ramah Sayuran kurang segar Pelayan mengambil peralatan makan dan minum sebelum waktunya Pesanan salah antar

		Toilet kotor
--	--	--------------

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah keluhan yang dirasakan pelanggan dalam setiap bulannya berfluktuasi, dimana pada bulan Januari–Maret bertambah dan pada bulan April berkurang, dan bertambah lagi pada bulan berikutnya, jumlah keluhan paling tinggi terjadi di bulan Desember sebesar 10 orang. Berfluktuasinya daftar keluhan pelanggan tersebut yang secara tidak langsung mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan Ayam Penyet Joko Solo tidak stabil dan cenderung menurun.

2. Landasan Teori

a. Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa selalu dituntut untuk terus dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Hal ini selalu diharapkan pada diri pelanggan agar setiap kali menerima pelayanan dari karyawan perusahaan merupakan pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Kualitas jasa merupakan sesuatu dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik (Tjiptono, 2012). Jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya (Zeithaml et.al dalam (Daryanto, 2012). Jasa atau layanan memiliki empat karakteristik utama yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa atau layanan berbeda secara signifikan dengan barang fisik. Bila barang merupakan suatu objek, benda, material yang bisa di lihat, di sentuh dan diraba dengan panca indra, maka jasa atau layanan justru merupakan suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses kinerja, atau usaha yang sifatnya abstrak.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru di konsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

3. *Variability*

Layanan sangat bervariasi, kualitas tergantung pada siapa yang menyediakan mereka dan kapan dan dimana kualitas layanan disediakan. Ada beberapa penyebab variabilitas layanan dimana jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersama-sama sehingga membatasi control kualitas.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Perishability berarti bahwa jasa atau layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak bisa disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan (Keller, 2012).

Setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas, diantaranya:

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan Salah satu karakteristik jasa/layanan adalah *inseparability*, artinya di produksi dan di konsumsi pada bersamaan. hal ini kerap

kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi konsumen dalam proses penyampaian layanan.

2. Keterlibatan karyawan secara insentif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berapa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan.
3. Dukungan terhadap konsumen internal kurang memadai karyawan
4. Gap komunikasi tidak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalin kontak dan relasi dengan konsumen
5. Memperlakukan semua konsumen dengan cara yang sama Konsumen merupakan individu unik dengan preferensi, dan emosi masing-masing (Tjiptono, 2014).

b. **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dalam setiap organisasi terutama perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Bila rasa kepuasan dari seorang pelanggan dapat diciptakan maka perusahaan akan dapat dengan mudah menghadapi ketatnya persaingan dunia usaha saat ini. Manfaat dari kepuasan pelanggan yakni:

1. Berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*
3. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan
4. Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan proyeksi aliran kas masa depan.
5. Meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok.
6. Menumbuhkan rekomendasi getok tular positif.
7. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand-extensions* dan *add-on service* yang ditawarkan perusahaan.
8. Meningkatkan *bargaining power* relatif terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi (Tjiptono, 2014).

Ada empat metode yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yakni:

1. Sistem keluhan dan saran, seperti kotak saran di lokasi-lokasi strategis kartu pos berperangko, saluran telepon bebas pulsa, website, email, fax, blog dan lain-lain.
2. *Ghost shopping (mystery shopping)*, yakni salah satu bentuk riset observasi partisipatoris yang memakai jasa orang-orang yang menyamar sebagai pelanggan perusahaan dan pesaing sembari mengamati secara rinci aspek-aspek layanan kualitas produk.
3. *Lost customer analysis*, yakni menghubungi atau mewawancarai para pelanggan yang beralih pemasok dalam rangka memahami penyebabnya dan melakukan perbaikan layanan: serta (4) *survey* kepuasan pelanggan, baik via pos, telepon, email, website, blog, maupun tatapan muka langsung.
4. Sistem keluhan dan saran Dalam mengukur kepuasan pelanggan akan pelayanan yang diberikan perusahaan, ada kalanya perbankan terkadang memberi sebuah kotak saran maupun kritikan yang disediakan guna memberi akan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini merupakan salah satu cara dari berbagai macam pengukuran dari kualitas pelayanan perusahaan (Tjiptono, 2014).

3. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Rusiadi, Nur Subiantoro, 2014). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pada Ayam Penyet Joko Solo Medan dimana jumlah konsumen adalah 50 orang. Sedangkan untuk uji validitas menggunakan 30 konsumen Ayam Penyet lain. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel secara sampel jenuh dimana seluruh populasi dapat dijadikan sampel. Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 76 responden. Sedangkan untuk uji validitas sebanyak 30 konsumen diluar 46 konsumen yang menjadi objek penelitian.

Pengumpulan data yang tepat sangat penting, karena menentukan baik buruknya suatu penelitian. Pengumpulan data merupakan usaha untuk memperoleh bahan-bahan keterangan serta kenyataan yang benar-benar nyata dan dapat dipertanggungjawabkan. Metode yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

1. Observasi

Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.

2. Kuesioner/Angket

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui”.

Definisi operasional adalah dimana variabel-variabel dari suatu faktor berkaitan dengan faktor lain dan dapat diukur nilainya. Dalam definisi operasional ini terdiri atas dua variabel yang diteliti yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan penjelasan definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut definisi operasional dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel yakni :

Tabel 2: Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan merupakan suatu proses memberikan pelayanan yang prima kepada setiap pelanggan guna untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginannya serta menciptakan rasa kepuasan kepada para pelanggannya,	1. Bukti Fisik 2. Kehandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan (Y)	Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	Skala <i>Likert</i>

4. Pembahasan

Analisis Deskriptif

Tabel 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	(%)
<25	26	52%
25-35	15	30%
36-45	5	10%
46-55	4	8%
Jumlah	50	100%

Sumber: Ayam Penyet Joko Solo Medan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pelanggan yang berusia <25 tahun yang berjumlah 26 orang (52%), pelanggan yang berusia 25-35 tahun berjumlah orang (30%), pelanggan yang berusia 36-45 berjumlah 5 orang (10%) serta pelanggan yang berusia 46-55 tahun berjumlah 4 orang (8%).

Tabel 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	(%)
Pria	27	54%
Wanita	23	46%
Total	50	100

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin pada Pada Ayam Penyet Joko Solo Medan paling banyak adalah pelanggan yang berjenis pria yang berjumlah 27 orang (54%) sedangkan wanita 23 orang (46%).

Tabel 5: Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (Orang)	(%)
SMU	18	36%
DIPLOMA	15	30%
S1	12	24%
S2	5	10%
Jumlah	50	100%

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pelanggan yang berpendidikan SMU berjumlah 18 orang atau (36%), pelanggan yang berpendidikan Diploma berjumlah 15 pelanggan atau (30%), pelanggan yang berpendidikan S1 berjumlah 12 orang atau (24%) serta pelanggan yang berpendidikan S2 berjumlah 5 orang atau (10%).

Statistik deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran sekilas mengenai data budaya organisasi, kepuasan kerja dan kepuasan konsumen. Sehingga lebih mudah dibaca dan bermakna. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6: Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	50	33	75	62. 58	7.691
Y	50	22	45	39. 28	4.160
Valid N (listwise)	50				

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X) dengan sebanyak 50 responden memiliki rata-rata sebesar 62,58 satuan dengan minum sebesar 33 dan maksimum 75 serta standar deviasi sebesar 7,691 satuan.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7: Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	21.5 33	4.19 2		5. 137	.0 00		
X	.284	.066	.524	4. 265	.0 00	1.0 00	1. 000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel di atas, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 21,533 + 0,290X + e$$

Hasil dapat dilihat dari keterangan sebagai berikut:

1. Pada model regresi ini, nilai konstanta yang tercantum sebesar 21,533 dapat diartikan jika variabel bebas dalam model diasumsikan sama dengan nol, secara rata-rata variabel diluar model tetap akan meningkatkan Kualitas Pelayanan sebesar 21,533 satu-satuan atau dengan kata lain jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan, kepuasan pelanggan sebesar 21,533 satuan.
2. Nilai besaran koefisien regresi b_1 sebesar 0,290 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa ketika Kualitas pelayanan mengalami peningkatan satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,290 satuan.

Uji Parsial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis pertama secara parsial dapat dilihat pada tabel 8 berikut :

Tabel 8: Hasil Uji t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

(Constant)	21.533	4.192		5.137	.000		
X	.284	.066	.524	4.265	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai signifikansinya untuk variabel Kualitas pelayanan (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau 4,265 ($n-k=50-3=47$) > t_{tabel} 20.1174 Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel kualitas pelayanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Penyet Joko Solo medan

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji determinasi dapat dilihat pada Tabel 9 Berikut ini:

Tabel 9: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.275	.260	3.579
a. Predictors: (Constant), X				
b. Dependent Variable: Y				

Berdasarkan Tabel diatas diperoleh:

1. Nilai regresi korelasi sebesar 0,524 artinya secara bersama-sama kualitas pelayanan Terhadap kepuasan konsumen Ayam Penyet Joko Solo Medan memiliki kontribusi pada taraf yang sedang.
2. Untuk variabel bebas lebih dari satu baik menggunakan *adjusted R Square*. Dimana nilai (R^2) sebesar 0,275 (27,5%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 27,5% variasi variabel terikat yaitu kualitas pelayanan pada model dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen Pada Ayam Penyet Joko Solo Medan. Sedangkan sisanya sebesar 72,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.
3. *Standard Error Of The Estimated* adalah ukuran kesalahan prediksi. *Standard Error Of The Estimated* disebut dengan standar deviasi, Dalam penelitian ini nilainya sebesar 3,579 Semakin kecil *standar deviasi* berarti model semakin baik.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nasib, 2017) (Nasib, 2019) (Nasib dan Ratih Amelia, 2018) (Fadli, 2020) (Lestari *et al.*, 2020) (Indawati Lestari; Nasib, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan dalam penelitian ini nilai signifikansinya untuk variabel Kualitas pelayanan (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau 4,265 ($n-k=50-3=47$) > t_{tabel} 20.1174 Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel kualitas pelayanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Penyet Joko Solo medan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji validitas hasil penelitian yang didapat bahwa *item* pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sedangkan hasil uji reliabel hasil penelitian yang didapat bahwa seluruh *item* pernyataan kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* berada diatas nilai batas reliabel.
2. Secara parsial (satu-persatu) didapat pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dimana variabel kualitas pelayanan nilai t_{hitung} sebesar dari t_{tabel} .
3. Secara keseluruhan (simultan) didapat pengaruh dari variabel kualitas pelayanan (X), berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) karena nilai F_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X_1),
4. Hasil determinasi diperoleh dan kualitas pelayanan dapat menunjukkan hubungan taraf yang erat dan positif terhadap kepuasan pelanggan

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya mengingat masih ada faktor lain yang berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan 30,9% maka hal itu dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya agar lebih diketahui tentang faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2. Hendaknya manajemen pada PT. Ayam Penyet Joko Solo Medan melakukan penelitian lanjutan untuk mencari variabel apa yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan selain dari variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Variabel Kualitas Pelayanan hendaknya terus ditingkatkan melalui upaya memenuhi peran seorang pimpinan untuk membina hubungan yang baik kepada parobawahannya. Sehingga diharapkan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
4. Variabel Kualitas Pelayanan sebaiknya terus ditingkatkan Karena variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dibandingkan dengan kualitas pelayanan sehingga hal ini akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Daftar Pustaka

- Daryanto (2012) *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera Bandung.
- Fadli, N. M. Z. F. A. (2020) 'Analysis Of Impact Factors On College Decisions On Private College Lecture In Medan City', *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9(3), pp. 18–24.
- Indawati Lestari; Nasib, S. C. A. S. A. ; I. E. (2019) 'Trust Identification And Smartphone Purchase Decisions (Structural Equation Modeling Approach)', in *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*, pp. 1020–1032.
- Keller, P. K. K. L. (2012) *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, N. I. *et al.* (2020) 'Online Shopping the Satisfaction through Perceived Quality and Its Impact On Customer Loyalty', *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9(3), pp. 56–61.
- Nasib (2017) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kolam Renang Bengawan Solo Pangkalan Brandan)', *Jurnal Ilmiah*

-
- Manajemen & Bisnis*, 18(1), pp. 30–44.
- Nasib dan Ratih Amelia (2018) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Kampus Terhadap Loyalitas Mahasiswa Mengikuti Program MGM (Member Get Member) Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening’, *Abdi Ilmu*, 1(1), pp. 121–133.
- Nasib, M. S. (2019) ‘Pengukuran Kepuasan Pengguna Kereta Api Indonesia (Persero) Medan Melalui Fasilitas Dan Pelayanan’, *Abdi Ilmu*, 12(2), pp. 51–57.
- Rusiadi, Nur Subiantoro, R. H. (2014) *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan (Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Lisrel)*. Medan: USU Press.
- Tjiptono, F. (2012) *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014) *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta.