

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SEOUL KOREAN RESTAURANT DI PALEMBANG

Agung Indriansyah

Politeknik Darussalam

Korespondensi penulis: agungindriansyah@gmail.com

Sherly Malini

Politeknik Darussalam

Email: sherlydosen@gmail.com

Abstract: *This study is entitled "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Seoul Korean Restaurant in Palembang". This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Seoul Korean Restaurant in Palembang. The problem of this research is whether service quality has a positive effect on customer satisfaction at the Seoul Korean Restaurant in Palembang. The type of research used is descriptive of the survey method. The research sample was 60 customers, and the data collected were primary and secondary. The analysis model uses simple linear regression, correlation, coefficient of determination, and hypothesis testing using a student t-test. The results showed a positive and significant effect of service quality on customer satisfaction at the Seoul Korean Restaurant in Palembang. This shows that quality service plays an important role in shaping customer satisfaction, but it is also closely related to creating profits for the company. The higher the quality of service provided by the company, the higher the satisfaction felt by the customer.*

KeyWords: *Influence, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Seoul Korean Restaurant Di Palembang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Seoul Korean Restaurant Di Palembang. Masalah penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Seoul Korean Restaurant Di Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan metode survei. Sampel penelitian adalah sebanyak 60 pelanggan, dan data yang dikumpulkan adalah primer serta sekunder. Model analisis menggunakan regresi linier sederhana, korelasi, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis menggunakan student t-test. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pada Seoul Korean Restaurant Di Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kata Kunci: Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner di Indonesia secara kasat mata tumbuh menyebar dimana-mana, menunjukkan bahwa industri kuliner terlihat terus berkembang bahkan dikatakan sedang populer. bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang paling banyak dijalankan hingga saat ini. menyebut bahwa bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang tidak ada matinya.

Populasi besar yang dimiliki Indonesia tentunya adalah keuntungan yang menjadikan pasar bisnis kuliner seakan tidak ada habisnya. Mulai dari bisnis dengan model waralaba, kemitraan, ataupun inovasi makanan dan minuman kekinian. Variasi kuliner yang ditawarkan memberi banyak peluang usaha yang menguntungkan. Usaha kuliner di Indonesia menjadi usaha pilihan banyak orang.

Menurut (Sofjan Assauri, 2015) industri kuliner menjadi subsektor prioritas. Industri ini juga diharapkan dapat menjadi pendorong tercapainya target pertumbuhan industri nonmigas serta meningkatkan realisasi investasi di tahun-tahun ke depannya. Oleh karenanya, kreativitas di bidang kuliner harus terus berkembang dengan berbagai inovasi dan tetap menjadi tren bahkan semakin meningkat.

Menurut (Budiarta et al., 2021) Restoran adalah salah satu sarana dalam memenuhi kebutuhan pokok manusia yakni makanan dan minuman. Suatu bentuk usaha yang menyediakan makanan dan minuman yang diperuntukan bagi tamunya ini tidak cukup hanya dengan menyediakan makanan dan minuman saja, tetapi juga perlu adanya unsur pelayanan yang baik sebagai faktor penunjang.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat *American Society For Quality Control* dalam (Kotler & Keller, 2009) mengatakan kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Selanjutnya (Imama, 2021) mengatakan bahwa perkembangan ini didorong oleh perubahan pola atau gaya hidup dan kebutuhan masyarakat yang makin tinggi terutama di kota-kota besar. Karena tingkat pendapatan per kapita naik dan tumbuh, jadi peluang gaya hidup akan ikut naik.

Menurut (Siagian et al., 2004) pola hidup masyarakat tersebut diklaim membuat bisnis kuliner kian menjanjikan. Selain itu, perilaku tersebut muncul karena pesatnya perkembangan teknologi yang membuat peluang bagi industri kuliner dalam negeri untuk berkembang.

Bisnis kuliner sebagaimana bisnis pada umumnya selalu memiliki potensi kegagalan. Apalagi ditengah ketatnya persaingan, banyak yang semakin tidak jelas diferensiasi dan segmen pasarnya. Banyak restoran yang akhirnya gulung tikar dalam waktu yang amat singkat dan hanya tersisa segelintir saja.

Kegagalan berkembang yang dialami oleh berbagai pelaku industri kuliner ini tentu disebabkan berbagai faktor. Ada beberapa kesalahan yang menyebabkan banyaknya pembisnis kuliner di Indonesia gulung tikar, diantaranya manajemen keuangan yang buruk, lemah dalam mengontrol operasional, kesalahan dalam mengantisipasi kompetitor, kurang pengetahuan dan pengalaman dalam bisnis kuliner.

Menurut (Tsai & Wu, 2011) dalam berbisnis kuliner, khususnya restoran, yang perlu diperhatikan yaitu bukan hanya soal rasa, tetapi juga keunggulan produk, pelayanan, dan harga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh para

pengusaha restoran. Urusan rasa, itu sudah menjadi hal mutlak. Kemudian, keunggulan lain yang harus ditonjolkan misalnya penyajian makanan dan minuman yang menarik, promosi yang menggiurkan, dan beberapa hal lainnya. Konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan pokok bagi setiap orang (Hariyati & Sovianti, 2021).

Menurut (Kurnia & Sitorus, 2022), setiap perusahaan tentu ingin memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggannya. Namun demikian, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka *loyalitas* pelanggan pun tercipta sehingga pendapatan bisnis pun meningkat. Bahkan ditengah persaingan bisnis yang kian ketat, perusahaan yang dijalankan tetap mampu bertahan dan unggul karena pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang diinginkan.

Faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk, kualitas pelayanan, penetapan harga, pengalaman belanja yang menyenangkan (pengalaman belanja pelanggan yang berbanding lurus dengan kemudahan selama proses pembelian, artinya, proses belanja yang mudah, cepat, dan fleksibel), pembuktian dari orang lain (orang lain menerima pengalaman yang baik dan merasa puas dari pengalaman orang lain), dan strategi pemasaran.

Penjelasan tersebut memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan atau konsumen sangat tergantung pada salah satunya yaitu kualitas layanan yang diberikan pengusaha atau perusahaan, artinya, terdapat relevansi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Menurut (Sofjan Assauri, 2015) pemasaran yang berorientasi pada pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas sangat efektif untuk mempertahankan pelanggan. Ketanggapan perusahaan terhadap harapan pelanggan akan menciptakan kepuasan dan *loyalitas* pelanggan.

Sebagai suatu industri, restoran merupakan bidang usaha yang menuntut penekanan pada kualitas pelayanan tinggi, sehingga pelanggan memiliki lebih banyak alternatif produk, harga, kualitas yang bervariasi sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi. Hal ini dipengaruhi kebutuhan dan gaya hidup dasar manusia (Mursid, 2014).

Untuk mengetahui kondisi berdasarkan fenomena atau peristiwa yang ada, maka akan dilakukan studi melalui penelitian khususnya di Palembang dengan mengambil objek Restoran yaitu meninjau sejauh mana kualitas layanan dan pencapaian maksimal kepuasan pelanggan dari usaha tersebut.

Alasan memilih usaha tersebut karena cukup diminati oleh kalangan pemuda, orang tua bahkan remaja terutama para pecinta makanan khas Korea di Palembang. Selanjutnya, alasan memilih aspek kualitas layanan dan kaitannya terhadap kepuasan pelanggan adalah karena keduanya diketahui memiliki *relevansi*. Selain itu adalah karena adanya hal-hal teknis yang menjadi solusi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang prima. Itulah yang menjadi alasan pelayanan berkualitas penting bagi pelanggan. Adanya pelayanan yang terbaik kepada pelanggan menjadi tolak-ukur kesuksesan dalam menciptakan *loyalitas* dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan maka beralasan pula untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul, yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Seoul Korean Restaurant di Palembang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut (Putra et al., 2013) mendefinisikan “Kualitas pelayanan suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap *excellence* (keterandalan) dan sales counter yang di lakukan oleh pelanggan”. Menurut (Hryono, 2020) Kualitas pelayanan yang terdiri dari variable Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara bersama-sama dan parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan pelayanan adalah sesuatu yang harus di berikan dan di upayakan oleh penyedia jasadengan baik kepada konsumen. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang di harapkan konsumen dengan apa yang di berikan oleh perusahaan.

Tujuan Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa menjadi sarana mempererat hubungan batin antara pengusaha dan konsumen. Saat harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen akan merasa dihargai di tempat usaha tersebut. Konsumen merasa uang yang dibelanjakan sebanding dengan keinginan dan harapannya.

Maka dari itu, penyedia layanan harus meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dengan berbagai cara. Seperti memaksimalkan pengalaman pengunjung hingga merasa nyaman dan senang saat diperlakukan dengan baik. Jangan sampai pengunjung merasakan sebaliknya. Seperti tidak dihargai dengan pelayanan yang cuek dan kurang ramah. Kualitas pelayanan bisa dimaksimalkan melalui berbagai cara, Seperti selalu bersikap sopan, ramah, dan profesional. Semua pekerja harus kompak memiliki perasaan agar bisa menjaga profesionalitas. Meskipun tidak semua konsumen bisa belanja dengan sikap baik, sebagai pemilik usaha harus tetap menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa menjadi nilai lebih.

Kualitas pelayanan sangat penting dipahami karena berdampak langsung pada citra sebuah usaha. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan usaha. Jika sebuah bisnis sudah mendapat nilai positif konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik, Serta dapat menjadi pelanggan tetap. Tentu hal ini akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha.

Fungsi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen. Terlepas konsumen dapat menerima dengan baik atau tidak. Setiap pengelola usaha memiliki kewajiban untuk menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan.

Fungsi kualitas pelayanan yakni untuk memberikan perasaan nyaman dan puas kepada konsumen. Dengan demikian konsumen akan memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan ke tempat usaha kedua atau bahkan lebih. Hal ini berdampak positif terhadap citra usaha di mata masyarakat luas.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi kualitas pelayanan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati. Lima dimensi tersebut akan menimbulkan persepsi mengenai kualitas jasa pada suatu perusahaan (Dhini Rama Dhanian, 2010).

Menurut (Chusnah & Purwanti, 2020) mengemukakan bahwa dari sepuluh dimensi kualitas pelayanan, dapat di rangkum menjadi lima dimensi, yaitu :

1. *Tangibels*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan.
2. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan diartikan sebagai suatu keadaan yaitu harapan para pelanggan terhadap suatu layanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggan. Jika pelayanan jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Begitu juga sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa senang. Harapan para pelanggan dapat diketahui dari pengalamannya sendiri pada saat merasakan pelayanan, dan informasi dari orang lain atau informasi media periklanan.

Menurut (Marjaya & Pasaribu, 2019) mengemukakan bahwa kepuasan ialah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Faktor-faktor mempegaruhi kepuasan pelanggan

1. Kualitas Produk

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelangganmu adalah kualitas produk yang kamu tawarkan kepada pelanggan. Dengan kualitas produk yang baik, pelanggan bisa merasa puas dan senang.

Apabila pelanggan merasa puas, mereka akan kembali memilih produkmu ketika mereka membutuhkannya kembali. Jika hal ini terjadi, pelanggan kamu akan menuntut untuk terus menyediakan produk yang kamu tawarkan, sehingga kebutuhan akan produk ini akan terus naik.

2. Pelayanan

Tidak kalah pentingnya dengan kualitas barang atau jasa yang kamu tawarkan, pelayanan yang kamu berikan terhadap pelangganmu juga sangat penting. Sebab, pelayanan yang baik bisa menjadi kunci untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Meskipun kualitas produkmu baik, jika pelayanan yang kamu berikan buruk dan tidak memuaskan, pelanggan tentu akan beralih ke bisnis lain dengan pelayanan yang lebih baik. Karena itu, pelayanan yang baik juga mencerminkan citra bisnis kamu di mata pelanggan dan masyarakat.

3. Biaya yang Terjangkau

Biaya yang terjangkau menjadi salah satu faktor kepuasan pelanggan. Apalagi jika dibarengi dengan kualitas yang baik dan pelayanan yang memuaskan, bisnismu dijamin akan lancar dengan berbagai pelanggan setia yang terus menanti untuk mencoba produk atau layanan yang kamu berikan

4. Faktor Pengiriman

Faktor pengiriman yang cepat juga berperan untuk memuaskan pelangganmu. Kamu harus bisa memilih ekspedisi yang mampu membantumu mengirim produk ke tangan pelangganmu dengan selamat dan cepat.

5. Kemudahan

Tidak ada pelanggan yang suka jika diharuskan menunggu lama. Saat kamu memberikan kemudahan pada pelangganmu, mereka akan merasa lebih senang dan puas akan pelayanan yang kamu berikan. Kemudahan ini bisa dalam bentuk opsi berbelanja atau transaksi pembayaran.

METODE

Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu pengaruh pelayanan sebagai variabel bebas atau *independent* (variabel X) terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat atau *dependent* (variabel Y). penelitian ini dilakukan di Seoul Korean Restaurant Palembang yang beralamat di Jl. Mayor santoso No. 1540 ilir timur I Palembang. Adapun subyek penelitian yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Seoul Korean Restaurant yang berada di wilayah Palembang.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yaitu langkah-langkah yang dipakai untuk mengumpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan didalam penelitian ini, dengan pembahasannya tentang lokasi dan subjek populasi atau sampel penelitian.

Prosedur penelitian yang dilakukan penulis dalam menyusun laporan akhir ini antara lain melalui tiga tahapan yaitu :

1. Tahap persiapan

Tahapan persiapan bertujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas dan lengkap mengenai masalah yang diteliti. Tahap ini diawali dengan pengamatan lapangan untuk menentukan permasalahan atau fokus peneliti.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap ini penulis mengumpulkan data sesuai dengan focus dan tujuan penelitian. Pengumpulan data atau informasi melalui wawancara, observasi dan studi pustaka.

3. Tahap pelaporan

Pada tahap ini merupakan kegiatan akhir dalam penyusunan laporan akhir yang kemudian diikuti dengan percetakan dan pengadaaan laporan akhir.

Identifikasi Variabel

Setiap kegiatan penelitian tentu memusatkan perhatiannya pada beberapa fenomena atau gejala utama dan pada beberapa fenomena lain yang relevan. Dalam penelitian sosial dan psikologis, umumnya fenomena tersebut merupakan konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subjek penelitian yang dapat bervariasi secara kuantitatif ataupun kualitatif. Konsep inilah yang disebut variabel (Hardani. Ustiawaty, 2020).

Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Sugiyono, 2019) yang merumuskan variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat serta nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dua variabel, yaitu:

1. Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain. Besar efek tersebut diamati dari ada tidaknya, timbul hilangnya, besar mengecilnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan pada variabel lain (Azwar, 2007).
2. Variabel bebas atau *independent variable* (X) yaitu suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain dapat pula dikatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang pengaruhnya terhadap variabel lain ingin diketahui. Variabel ini dipilih dan sengaja dimanipulasi oleh peneliti agar efeknya terhadap variabel lain tersebut dapat diamati dan diukur (Syahza, 2021).

Identifikasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) : kualitas pelayanan
2. Variabel bebas atau *independent variable* (X) : Kepuasan pelanggan

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana (*simple linear regression*) adalah merupakan cara untuk memodelkan hubungan antara dua set variabel. Hasilnya adalah persamaan regresi linier yang dapat digunakan untuk membuat prediksi tentang data. Oleh karena penelitian ini menganalisis 2 variabel, maka digunakan prosedur analisis data Bivariat, yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat menggunakan perangkat SPSS 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner kepada 60 responden pada pelanggan Seoul Korean Restaurant Palembang. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Adapun klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi responden	frekuensi
1	Laki-laki	37	61,7%
2	Perempuan	23	38,3%
Jumlah		60	100%

Sumber: data primer yang diolah (SPSS 2020)

Berdasarkan tabel 1 menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki sebanyak 37 orang atau 61,7%, sedangkan sisanya berjenis kelamin perempuan sebanyak 23 orang atau 38,3%.

Deskripsi variabel penelitian

Analisis *statistic deskriptif* dimaksudkan untuk menganalisis data berdasarkan hasil yang diperoleh jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukur variabel dalam penelitian ini yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

A. Kualitas Pelayanan

Penelitian Kualitas Pelayanan (X) menggunakan indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari 5 indikator ini digunakan 11 butir pernyataan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti Fisik (*Reability*)

Bukti Fisik (*Reability*) adalah sesuatu yang ditandai dengan pemberian pelayanan yang tepat dan benar.

Tabel 2 jawaban responden terkait indikator bukti fisik

No	Item	STP	TP	CP	P	SP
1	Penataan keindahan, dan kenyamanan (<i>indoor</i>)	0	0	2	30	28
2	Kerapian berpakaian para pegawai restoran	0	0	4	34	22
3	Kebersihan sarana dan prasarana	0	0	2	32	26

Sumber: data yang diolah (SPSS 2020)

Berdasarkan tabel 2 di atas terkait dengan indikator Bukti Fisik yaitu, jawaban terbanyak responden mendominasi adalah puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 30 responden, item kedua yang menyentuh angka 28 responden dan item ketiga menyentuh angka 38. Sedangkan jawaban kedua terbanyak adalah Sangat puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 24 responden, item kedua yang menyentuh angka 24 responden, dan item ketiga menyentuh angka 18 responden, sementara perolehan jawaban terendah adalah cukup puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 6 responden, item kedua yang menyentuh angka 8 responden, dan item ketiga menyentuh angka 4 responden.. Responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini adalah Pelanggan Seoul Korean Restaurant di Palembang dengan jumlah 60 responden.

2. Keandalan (*Tangibles*)

Keandalan (*Tangibles*) adalah hal yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.

Tabel 3 Jawaban Responden Terkait Indikator Keandalan

No	Item	STP	TP	CP	P	SP
1	Fasilitas yang diberikan (<i>Wifi, Live Music, AC, TV, dan baju tradisional Korea</i>)	0	0	2	30	28
2	Kecepatan makanan dan minuman dipesan	0	0	4	34	22
3	Ketepatan makanan dan minuman dipesan	0	0	2	32	26

Sumber: data yang diolah (SPSS 2020)

Berdasarkan tabel 3 terkait dengan indikator Keandalan yaitu jawaban terbanyak responden mendominasi adalah puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 30 responden, item kedua yang menyentuh angka 34 responden dan item ketiga menyentuh angka 32. Sedangkan jawaban kedua terbanyak adalah Sangat puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 28 responden, item kedua yang menyentuh angka 22 responden, dan item ketiga menyentuh angka 26 responden, sementara perolehan jawaban terendah adalah cukup puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 2 responden, item item kedua yang menyentuh angka 4 responden, dan item ketiga menyentuh angka 2 responden. Responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini adalah Pelanggan Seoul Korean Restaurant di Palembang dengan jumlah 60 responden.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*Responsiveness*) hal yang ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.

Tabel 4 Jawaban Responden Terkait Indikator Daya Tanggap

No	Item	STP	TP	CP	P	SP
1	Kecepatan dalam melayani	0	0	4	32	24
2	Sikap ramah terhadap pelanggan	0	0	6	32	22

Sumber: data yang diolah (SPSS 2020)

Berdasarkan tabel 4 terkait dengan indikator Daya Tanggap yaitu, jawaban terbanyak responden mendominasi adalah puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 32 responden dan item kedua yang menyentuh angka 32 responden. Sedangkan jawaban kedua terbanyak adalah Sangat puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 24 responden dan item kedua yang menyentuh angka 22 responden, sementara perolehan jawaban terendah adalah cukup puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 4 responden, item kedua yang menyentuh angka 6 responden. Responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini adalah Seoul Korean Restaurant di Palembang dengan jumlah 60 responden.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan.

Tabel 5 Jawaban Responden Terkait Indikator Jaminan

No	Item	STP	TP	CP	P	SP
1	Perasaan aman Ketika berada dalam area restoran	0	0	4	32	24
2	Jaminan kenyamanan yang diberikan restoran ini	0	0	4	34	22

Sumber: data yang diolah (SPSS 2020)

Berdasarkan tabel 5 terkait dengan indikator Jaminan yaitu jawaban terbanyak responden mendominasi adalah puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 32 responden dan item kedua yang menyentuh angka 34 responden. Sedangkan jawaban kedua terbanyak adalah Sangat puas, hal ini dapat dilihat dari

item pertama yang menyentuh angka 24 responden dan item kedua yang menyentuh angka 22 responden, sementara perolehan jawaban terendah adalah cukup puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 4 responden dan item kedua yang menyentuh angka 4 responden. Responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini adalah Pelanggan Seoul Korean Restaurant di Palembang dengan jumlah 60 responden.

5. Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*) yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Tabel 6 Jawaban Responden Terkait Indikator Empati

No	Item	STP	TP	CP	P	SP
1	Perhatian terhadap setiap kebutuhan pelanggan	0	0	2	40	18

Berdasarkan tabel 6 terkait dengan indikator, Empati yaitu, jawaban terbanyak responden mendominasi adalah puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 40. Sedangkan jawaban kedua terbanyak adalah Sangat puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 18, sementara perolehan jawaban terendah adalah cukup puas. Hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 2 responden. Responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini adalah Pelanggan Seoul Korean Restaurant di Palembang dengan jumlah 60 responden.

B. Kepuasan Pelanggan

Penelitian Kualitas Pelayanan (Y) menggunakan indikator kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan, tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis, dan tidak ada pengaduan atau complain yang dilayangkan. Dari 3 indikator ini digunakan 3 butir pernyataan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yaitu:

Tabel 7 Jawaban Responden Terkait Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Item	STP	TP	CP	P	SP
1	Kesesuaian pelayanan dengan harapan pelanggan	0	0	2	38	20
2	Kepuasan pelayanan yang dirasakan dibandingkan restoran lainnya	0	0	2	38	20
3	Sikap tanggapan karyawan terhadap <i>complain</i> pelanggan	0	0	2	38	20

Berdasarkan tabel 7 terkait dengan variabel Kepuasan Pelanggan yaitu jawaban terbanyak responden mendominasi adalah puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 38 responden, item kedua yang menyentuh angka 38 responden dan item ketiga menyentuh angka 38.

Sedangkan jawaban kedua terbanyak adalah Sangat puas, hal ini dapat dilihat dari item pertama yang menyentuh angka 20 responden, item kedua yang menyentuh angka 20 responden dan item ketiga menyentuh angka 20, sementara perolehan jawaban terendah adalah cukup puas, hal ini dapat dilihat dari 48 item pertama yang menyentuh angka 2 responden, item item kedua yang menyentuh angka 2 responden, dan item ketiga menyentuh angka 2 responden.

Responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini adalah Pelanggan Seoul Korean Restaurant di Palembang dengan jumlah 60 responden.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mencari pengaruh antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Hasil analisis perhitungan regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,570	,919		1,709	,093
	Total_X	,239	,019	,852	12,391	<,001

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Data Yang Diolah (SPSS 2020)

Berdasarkan hasil uji regresi tersebut, maka dibentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,570 + 0,239 X$$

Persamaan regresi tersebut diinterpretasikan sebagai berikut : hubungan variabel X (kualitas layanan) terhadap Y (kepuasan pelanggan) adalah Positif. Positif artinya bahwa peningkatan kualitas layanan pada Seoul Korean Restaurant di Palembang akan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Besaran peningkatan itu adalah 0,239 satuan.

Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Pada Tabel 9 menunjukkan nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

Tabel 9 Nilai Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,852 ^a	,726	,721	,732

a. Predictors: (Constant), Total_X

Sumber: Data Yang Diolah (SPSS 2020)

Dapat dijelaskan bahwa hubungan variabel X (kualitas layanan) dengan variabel Y (kepuasan pelanggan) diperoleh nilai koefisien R = 0,852. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua variabel memiliki keeratan hubungan yang sangat kuat.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini selanjutnya dibuktikan melalui statistik Uji t (Student t-test) dengan $\alpha = 0,05$ (di sini digunakan uji 2 pihak sehingga $\alpha/2$ atau 0,025) dengan derajat kebebasan (degree of freedom): $n - k = 60 - 2 = 58$).

Untuk mengetahui hal ini, maka dapat lihat Tabel 4.12 isinya tertera nilai probability/sig. adalah 0,000, menunjukkan bahwa nilai α lebih besar dari probability/sig. tersebut.

Pembahasan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Seoul Korean Restaurant di Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi (Purwanto, 2021).

KESIMPULAN

Hasil penelitian melalui statistik Uji t (student t-test) dibuktikan bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Seoul Korean Restaurant Palembang dengan taraf kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, O. P., Edy, I. C., & Marsono, S. (2021). *The Effect of System Service Quality on Individual Taxpayer Satisfaction (Study on Solo Destination Tax Online Payments) Pengaruh Kualitas Pelayanan Sistem Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Perorangan (Studi Pada Pembayaran Online Pajak Solo Destination)*. 8(2), 168–176. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.36587/exc.v8i2.1095>
- Budiarta, I. P., Solihin, Arjana, I. W. B., & Suja, I. K. (2021). [http://stp-mataram.e-journal.id/JHI.Hospitality, 10\(2\). https://doi.org/htDOI:tps://doi.org/10.47492/jih.v10i2.1086](http://stp-mataram.e-journal.id/JHI.Hospitality,10(2).https://doi.org/htDOI:tps://doi.org/10.47492/jih.v10i2.1086)
- Chusnah, C., & Purwanti, H. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Sgi. *Kinerja*, 2(01), 122–132. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.800>
- Dhini Rama Dhania. (2010). Pengaruh Stres Kerja , Beban Kerja Terhadap Kepuasan(Studi Pada Medical Representatif Di Kota Kudus). *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, 1(1), 15–23. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/PSI/article/viewFile/21/19>
- Eliyanti. (2020). PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR BADAN PERTANAHAN NASIONAL KABUPATEN WAJO. In *Universitas Muhammadiyah Makassar* (Vol. 1, Issue 1). <http://etd.eprints.ums.ac.id/14871/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cell.2017.12.025%0Ahttp://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-risikesdas-2018.pdf%0Ahttp://www.who.int/about/licensing/%0Ahttp://jukeunila.com/wp-content/uploads/2016/12/Dea>
- Hardani. Ustiaty, J. A. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed., Issue April). Pustaka Ilmu.

- Hariyati, F., & Sovianti, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Customer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 52–66. <https://doi.org/10.35814/coverage.v11i2.2019>
- Hryono, K. (2020). *BUDAYA ORGANISASI, PEMBERDAYAAN DAN ENGAGEMENT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PEGAWAI PADA BIRO UMUM SEKRETARIAT KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA REPUBLIK INDONESIA* (pp. 255–265). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/semnas-ps/article/view/16887>
- Imama, H. N. (2021). *Pengaruh efektivitas pembelajaran dan kemandirian belajar terhadap hasil belajar praktikum akuntansi dengan self efficacy sebagai moderasi The effect of learning effectiveness and independent learning on learning outcomes of accounting practicum with self*. 18(3), 435–443.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. *Laksana. Terjemahan Fajar*.
- Kurnia, N. A., & Sitorus, D. H. (2022). Pengaruh Beban Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 48–57. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i1.2536>
- Marjaya, I., & Pasaribu, F. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 129–147. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3650>
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT. Bumi Aksara.
- Octavia, D., Lubis, D. S., & Halim, J. (2022). Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Politeknik Unggul LP3M Medan Motivation. *Jurnal Ilmiah Bisma*, 2(3), 130–138.
- Purwanto, M. B. (2021). Makanan Khas Jawa (Bebek Goreng) Sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Palembang Pada Rm Bebek Gendut. *JURNAL PARIWISATA DARUSSALAM*, 1(1), 22–28.
- Putra, F. R., Utami, H. N., & Hakam, M. S. (2013). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–8.
- Siagian, S. P., Prof, P., & DR, M. P. A. (2004). *Manajemen sumber daya manusia*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sofjan Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)* (2nd ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian , Edisi Revisi Tahun 2021* (3rd ed., Issue September). UR Press.
- Tsai, Y., & Wu, S. (2011). Using internal marketing to improve organizational commitment and service quality. *Journal of Advanced Nursing*, 67(12), 2593–2604. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2011.05696.x>