

**PENGARUH KEPUASAN ATAS DIMENSI *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
RUMAH MAKAN INDO ALAM SARI KARAWANG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Abet Nego Feriando

2017120086

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

**Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2022**

**THE EFFECT OF SATISFACTION ON THE SERVICE
QUALITY DIMENSION ON CONSUMER LOYALTY AT
INDO ALAM SARI RESTAURANT KARAWANG**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's
Degree in Management

By:

Abet Nego Feriando

2017120086

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

**Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2022**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN ATAS DIMENSI *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
RUMAH MAKAN INDO ALAM SARI KARAWANG**

Oleh:

Abet Nego Feriando

2017120086

Bandung, 13 Febuari 2022

Ketua Program Sarjana Manajemen,

(Dr. Istiharini, S.E., MM. CMA.)

Pembimbing Skripsi,

(Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Abet Nego Feriando
Tempat / Tanggal lahir : Karawang, 10 Febuari 1999
NPM : 2017120086
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi *Service Quality* Terhadap Loyalitas
Konsumen Rumah Makan Indo Alam Sari Karawang

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

Pembimbing : Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri.

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain) termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta atau yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapat gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana yang dimaksud dalam

Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 28 Januari 2022

Pembuat Pernyataan :



(Abet Nego Feriando)

ABSTRAK

Persaingan dunia bisnis ini semakin ketat khususnya di bidang kuliner. Persaingan dalam bisnis kuliner ini meningkat karena banyak pengusaha muda yang mencoba untuk usaha dalam bidang kuliner karena memiliki profit dapat dibidang tidak kecil dan selain profit yang cukup besar mereka juga sangat membantu sekali dalam pendapatan negara Indonesia ini. Salah satu usaha bidang kuliner di kota Karawang yaitu rumah makan Indo Alam Sari Karawang yang terletak di jalan raya tarumanegara interchange, kota Karawang. Restoran IAS ini sangat terkenal sekali dengan makanan sunda dan *chinese food*. Penulis melakukan *preliminary research* terhadap 25 responden dan ditemukan dari 25 responden hanya 7 responden yang masih ingin kembali lagi dan juga dari 25 responden hanya 5 orang yang ingin merekomendasikan Rm. Indo Alam Sari. Penulis juga telah melakukan observasi langsung ke Rm. Indo Alam Sari untuk melihat jumlah pengunjung yang datang dengan jumlah pengunjung yang datang ke kompetitornya dimana ditemukan lebih banyak pengunjung yang datang ke kompetitornya dibandingkan dengan yang datang ke Rm. Indo Alam Sari.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui kepuasan atas dimensi *service quality* terhadap loyalitas konsumen rumah makan indo alam sari karawang. Pada penelitian ini digunakan metode deskriptif yang bersifat eksplanatori. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, studi literature, dan angket yang disebarakan kepada 100 responden.

Metode dalam penentuan sampel yaitu *judgement sampling*. Kriteria responden pada penelitian ini adalah orang yang sudah pernah pergi ke rumah makan IAS dan tidak mau kembali lagi dan merekomendasikan kepada orang lain. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan juga regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukPkan bahwa kepuasan atas dimensi *service quality* yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara signifikan adalah dimensi *assurance* dan *responsiveness* dengan kontribusi sebesar 77.5% dan 22.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *service quality*, loyalitas konsumen, kepuasan, *assurance*, *responsiveness*.

ABSTRACT

Competition in the business world is getting tougher, especially in the culinary field. Competition in the culinary business is increasing because many young entrepreneurs are trying to do business in the culinary field because their profits are arguably not small and apart from a large enough profit they are also very helpful in the income of the Indonesian state. One of the culinary businesses in the city of Karawang is the Indo Alam Sari Karawang restaurant which is located on the tarumanegara interchange highway, Karawang city. This IAS restaurant is very famous for Sundanese and Chinese food. The author conducted preliminary research on 25 respondents and found from 25 respondents only 7 respondents still wanted to come back again and also from 25 respondents only 5 people wanted to recommend Rm. Indo Alam Sari. The author has also made direct observations to Fr. Indo Alam Sari to see the number of visitors who came to the number of visitors who came to its competitors where it was found that more visitors came to its competitors than those who came to Rm. Indo Alam Sari.

The purpose of this study was to determine satisfaction with the service quality dimension on consumer loyalty at the Indo Alam Sari restaurant in Karawang. In this study used a descriptive method that is explanatory. Collecting data using observation methods, literature studies, and questionnaires distributed to 100 respondents.

The method in determining the sample is judgment sampling. The criteria for respondents in this study were people who had never been to an IAS restaurant and did not want to recommend it to others. The analysis technique in this research is descriptive analysis, classical assumption test, and also multiple linear regression.

The results of this study indicate that satisfaction with service quality dimensions that significantly affect customer loyalty is the dimension of assurance and responsiveness with a contribution of 77.5% and 22.5% is influenced by other factors not discussed in this study.

Keywords: service quality, customer loyalty, satisfaction, assurance, responsiveness.

KATA PENGANTAR

Pertama – tama penulis ingin memanjatkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya dapat menyelesaikan penyusunan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Atas *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen Rumah Makan Indo Alam Sari Karawang”** yang telah diselesaikan untuk memenuhi syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Ekonomi di Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR).

Pada proses penulisan penelitian ini penulis mendapatkan banyak dukungan dan juga pengetahuan dari orang lain, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Kan Goan Siu dan Lusi selaku orang tua dari penulis yang selalu memberikan dukungan terhadap setiap keputusan dan perbuatan yang diperbuat oleh penulis. Rylana Dellera selaku kakak dari penulis yang selalu memberikan dukungan atas setiap perbuatan yang telah dilakukan.
2. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan kritikan, saran, dan juga dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku dekan dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
4. Ibu Dr. Istiharini, S.E., MM. CMA. selaku ketua program studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
5. Seluruh dosen yang ada di Universitas Katolik Parahyangan karena sudah memberikan ilmu yang sangat berguna untuk masa depan dari penulis.
6. Wulandari selaku orang yang selalu mendengarkan keluh kesah dari penulis dan juga memberikan dukungan yang sangat berarti bagi penulis.
7. Ilham Athallah, Randy Renaldy, Jaka Pangestu, Hasan Maulana, Jason Tan, Shannazh Amalia, Syahla, Faisal Firdaus dan masih banyak lagi teman teman saya yang selalu mendukung dan memberikan informasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Guntur Morales, Dennis Bergkhamp, Marcelino Sutan, Lucky, Gifto Ranza, Gabriel Pascal, Muhammad Daffa, dan masih banyak lagi teman teman dari SMA penulis

dalam mendukung dan memberikan motivasi agar selalu semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

9. Seluruh keluarga Manajemen UNPAR 2017 yang selalu memberikan informasi penting dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Dengan selesainya penelitian ini penulis mengharapkan bahwa dapat membantu pihak rumah makan Indo Alam Sari Karawang dan juga pihak lain yang ingin membuka usaha yang membutuhkan *service quality* yang baik dan juga para peneliti selanjutnya yang membutuhkan data penelitian ini. Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melindungi kita dalam penyertaan-Nya dan memberikan balasan atas motivasi, dukungan, saran, dan hal baik lainnya dari semua pihak secara langsung maupun tidak langsung.

Bandung, 28 Januari 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abet Nego Feriando', with a horizontal line drawn through it.

Abet Nego Feriando

DAFTAR ISI

BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Kerangka Pemikiran	6
1.6. Hipotesis Penelitian	8
BAB 2	8
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Service Quality	9
2.2. Dimensi Service Quality	11
2.3. Kepuasan Konsumen	12
2.4. Loyalitas Konsumen	12
BAB 3	14
METODE DAN OBJEK PENELITIAN	14
3.1. Metode dan Jenis Penelitian	14
3.2. Teknik Pengumpulan Data	14
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	15
3.4. Operasionalisasi Variabel	16
3.5. Pengukuran Variabel	21
3.6. Teknik Pengolahan Data	21
3.6.1. Analisis Data Secara Deskriptif	21
3.6.2. Analisis Data Secara Kuantitatif	22
1. Uji Asumsi Klasik	22
2. Analisis Regresi Linear Berganda	23
a. Uji T	24
b. Uji Statistik F	24
c. Uji Koefisien Determinasi (R²)	24
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.7.1 Uji Validitas	24
3.7.2 Uji Reliabilitas	25
3.8 Objek Penelitian	26
3.9 Profil Responden	26

BAB 4	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Analisis Deskriptif Kepuasan Atas Variabel X (Dimensi <i>Service Quality</i>)	28
4.1.1. Analisis Deskriptif Kepuasan Atas Dimensi <i>Tangible</i>	28
4.1.2. Analisis Deskriptif Kepuasan Atas Dimensi <i>Empathy</i>	31
4.1.3. Analisis Deskriptif Kepuasan Atas Dimensi <i>Reliability</i>	33
4.1.4. Analisis Deskriptif Kepuasan Atas Dimensi <i>Assurance</i>	36
4.1.5. Analisis Deskriptif Kepuasan Atas Dimensi <i>Responsiveness</i>	38
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Y (Loyalitas Konsumen)	41
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.3.1. Uji Normalitas	43
4.3.2. Uji Multikolinearitas	44
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	44
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.4.1. Uji F.....	45
4.4.2. Uji T (Parsial).....	46
4.4.3. Uji Koefisien Determinasi	48
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda Baru.....	48
4.5.1 Uji F.....	48
4.5.2 Uji T.....	49
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi	50
BAB 5	51
Kesimpulan dan Saran	51
5.1. Kesimpulan	51
5.1.1. Tingkat kepuasan atas <i>service quality</i> Rm. Indo Alam Sari.....	51
5.1.2. Loyalitas Konsumen Rm. Indo Alam Sari.....	51
5.1.3. Pengaruh Kepuasan atas <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Rm. Indo Alam Sari.....	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
RIWAYAT PENULIS	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Observasi.....	2
Tabel 1. 2 Hasil Preliminary Research.....	3
Tabel 1. 3 Hasil Preliminary Research.....	3
Tabel 3. 1. Tabel Operasional Variabel Dimensi Service Quality (X).....	16
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	20
Tabel 3. 3 Skala Likert	21
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas	25
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	26
Tabel 3. 6 Jenis kelamin responden.....	27
Tabel 3. 7 Pekerjaan responden.....	27
Tabel 4. 1 Kepuasan atas kebersihan ruang makan	28
Tabel 4. 2 Kepuasan atas kerapihan berpakaian pegawai.....	28
Tabel 4. 3 Kepuasan atas kebersihan alat makan yang disediakan	29
Tabel 4. 4 Kepuasan atas kebersihan toilet	29
Tabel 4. 5 Kepuasan atas kebersihan ruang dapur	30
Tabel 4. 6 Rata-rata kepuasan atas dimensi tangible	30
Tabel 4. 7 Kepuasan atas kesiapan karyawan dalam membantu memenuhi kebutuhan konsumen.....	31
Tabel 4. 8 Kepuasan atas keluhan yang ditanggapi dengan baik oleh karyawan.....	31
Tabel 4. 9 Kepuasan atas karyawan yang menyediakan kebutuhan konsumen tanpa diminta ..	32
Tabel 4. 10 Kepuasan atas karyawan yang langsung membersihkan meja sehabis dipakai oleh konsumen sebelumnya tanpa diminta.....	32
Tabel 4. 11 Nilai rata-rata kepuasan atas dimensi empathy	32
Tabel 4. 12 Kepuasan atas kesesuaian pesanan yang datang dengan yang tertera di struk pembayaran	33
Tabel 4. 13 Kepuasan atas kesesuaian porsi yang dibuat dengan yang tergambar di menu	33
Tabel 4. 14 Kepuasan atas kesesuaian produk yang diterima dengan yang dipesan konsumen .	34
Tabel 4. 15 Kepuasan atas kesesuaian harga yang tertera di menu dengan yang ada di struk pembayaran.....	34
Tabel 4. 16 Kepuasan atas kesesuaian bahan makanan yang dipakai dengan yang dijelaskan di menu	35
Tabel 4. 17 Nilai rata-rata kepuasan atas dimensi reliability	35
Tabel 4. 18 Kepuasan atas sikap sopan karyawan kepada konsumen saat menjawab pertanyaan	36
Tabel 4. 19 Kepuasan atas pengetahuan karyawan atas produk yang dijual	36
Tabel 4. 20 Kepuasan atas sambutan hangat yang diberikan karyawan saat konsumen baru datang.....	37
Tabel 4. 21 Kepuasan atas kenyamanan berkomunikasi dengan karyawan.....	37
Tabel 4. 22 Nilai rata-rata kepuasan atas dimensi assurance.....	38
Tabel 4. 23 Kepuasan atas kecepatan layanan yang diberikan	38
Tabel 4. 24 Kepuasan atas kecepatan penanganan keluhan konsumen	39
Tabel 4. 25 Kepuasan atas kesadaran karyawan untuk mengantarkan konsumen ke meja yang tersedia.....	39

Tabel 4. 26 Kepuasan atas kecepatan karyawan dalam memberikan tempat parkir bagi konsumen yang baru datang	40
Tabel 4. 27 Nilai rata-rata kepuasan atas dimensi responsiveness	40
Tabel 4. 28 Nilai rata-rata kepuasan atas service quality	41
Tabel 4. 29 Saya akan mengunjungi dan membeli kembali produk yang ada di Rm. Indo Alam Sari	41
Tabel 4. 30 Saya akan membeli lebih dari 1 produk yang tersedia	41
Tabel 4. 31 Saya akan merekomendasikan kepada orang lain	42
Tabel 4. 32 Saya tidak akan tertarik kepada produk yang lain selain produk Rm. Indo Alam Sari	42
Tabel 4. 33 Nilai rata-rata loyalitas konsumen	43
Tabel 4. 34 Hasil uji multikolinearitas	44
Tabel 4. 35 Hasil Uji F	45
Tabel 4. 36 Hasil Uji T	46
Tabel 4. 37 Tabel Uji Koefisien Determinasi	48
Tabel 4. 38 Hasil Uji F	48
Tabel 4. 39 Hasil Uji T	49
Tabel 4. 40 Tabel Uji Koefisien Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Minat pembeli dari tahun 2016 - 2021	1
Gambar 1. 2 Ulasan Konsumen Rm. Indo Alam Sari Karawang	4
Gambar 1. 3 Tampak Depan Rm. Indo Alam Sari Karawang	4
Gambar 1. 4 Model Penelitian	8
Gambar 4. 1 Normal P - Plot	43
Gambar 4. 2 Scatter Plot	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Responden.....	56
Lampiran 2 Penilaian Kepuasan Atas Service Quality dan Loyalitas Konsumen.....	57
Lampiran 3 Jawaban Responden	61

BAB 1


PENDAHULUAN

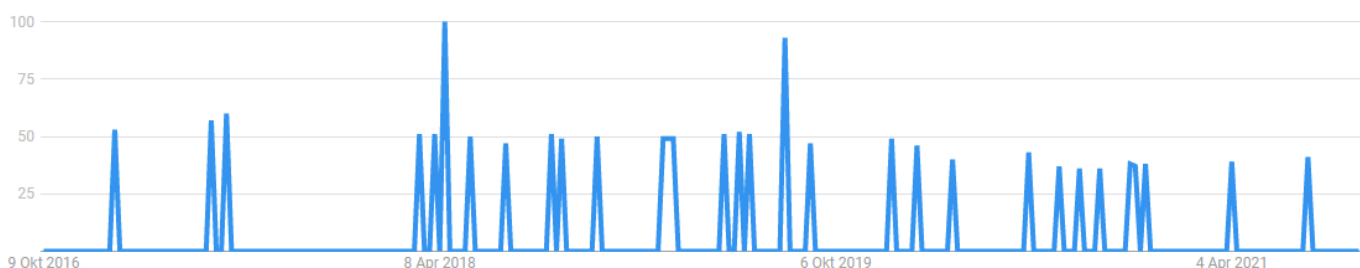
1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis sekarang ini semakin meningkat khususnya dalam bidang kuliner. Bisnis dibidang kuliner meningkat akibat meningkatnya kesuksesan dari pengusaha – pengusaha muda dalam dunia bisnis khususnya di bidang kuliner. Selain karena pengusaha muda juga bisnis di bidang kuliner ini memiliki profit yang dapat terbilang cukup besar dan memiliki pengaruh yang besar terhadap pendapatan negara Indonesia. Pendapatan negara dari usaha di bidang kuliner sebesar 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dan pemerintah sangat mendukung sektor industri kuliner agar terus berkembang karena memiliki tingkat untuk berkembang yang sangat tinggi menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (kemenparekraf) (2021).

Salah satu usaha dalam bidang kuliner atau restoran di Karawang yang cukup terkenal adalah rumah makan Indo Alam Sari yang cukup terkenal di kota Karawang. Rumah makan Indo Alam sari ini terletak di jalan raya tarumanegara interchange, purwadana, kecamatan telukjambe timur, kabupaten Karawang. Rumah makan Indo Alam Sari menyajikan berbagai makanan sunda yang sangat cocok bagi masyarakat kota Karawang yang termasuk provinsi Jawa Barat. Selain masakan khas sunda rumah makan Indo Alam Sari juga menyajikan *Chinese food* dan juga *seafood* seperti cah kangkung sapi, cumi goreng tepung, sapo tahu dan sebagainya, tetapi semakin lama rumah makan Indo Alam Sari mengalami penurunan dalam jumlah pengunjung yang mereka terima setiap harinya.

Gambar 1. 1 Minat pembeli dari tahun 2016 - 2021

Minat seiring waktu 



Sumber: Analisa *google trends*

Dari data yang ada diatas dapat dipersingkat bahwa pada tahun 2016 sampai tahun 2019 memiliki cukup banyak peminat yang ingin datang ke rumah makan Indo Alam

Sari Karawang lalu pada tahun 2020 sampai 2021 memiliki penurunan minat dengan *range* angka dari 46 sampai 38. Dibawah ini juga dicantumkan hasil observasi jumlah pengunjung pada jam makan siang dan malam dari rumah makan Indo Alam Sari dan kompetitornya.

Tabel 1. 1 Hasil Observasi

Waktu	Rm. Indo Alam Sari	Rm. Dewi Air
Senin		
Jam 12 sampai 2	12 Orang	27 Orang
Jam 5 sampai 7	18 Orang	39 Orang
Selasa		
Jam 12 sampai 2	10 orang	35 Orang
Jam 5 sampai 7	17 Orang	29 Orang
Rabu		
Jam 12 sampai 2	21 Orang	25 Orang
Jam 5 sampai 7	19 Orang	36 Orang
Kamis		
Jam 12 sampai 2	15 Orang	37 Orang
Jam 5 sampai 7	12 Orang	42 Orang
Jumat		
Jam 12 sampai 2	17 Orang	31 Orang
Jam 5 sampai 7	20 Orang	35 Orang
Sabtu		
Jam 12 sampai 2	21 Orang	29 Orang
Jam 5 sampai 7	27 Orang	52 Orang
Minggu		
Jam 12 sampai 2	25 Orang	35 Orang
Jam 5 sampai 7	32 Orang	49 Orang

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Harga makanan yang ditawarkan dari kompetitor Rm. Indo Alam Sari yang memiliki lebih banyak pengunjung dibandingkan dengan Indo Alam Sari tersebut memiliki harga yang lebih tinggi seperti makanan sapo tahu sapi yang dimana rumah makan dewi air memiliki harga Rp 57.000,00 sedangkan di rumah makan indo alam sari yaitu Rp 48.000,00. Lalu bihun goreng ayam yang dimana di rumah makan indo alam sari seharga Rp 26.000,00 dan sedangkan di rumah makan dewi air seharga Rp 41.000,00, lalu ada udang bakar yang

dimana rumah makan indo alam sari memberikan harga Rp 54.000,00 sedangkan untuk kompetitornya sebesar Rp 107.000,00 dan masih banyak lagi menu menu yang harganya lebih murah dibandingkan kompetitornya dan ada juga produk makanan yang harganya hampir sama dengan kompetitornya.

Penulis telah melakukan wawancara terhadap 25 responden yang pernah pergi ke rumah makan IAS. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh penulis ditemukan beberapa alasan yang membuat mereka tidak mau kembali dan merekomendasikan rumah makan tersebut kepada orang lain.

Tabel 1. 2 Hasil Preliminary Research

Jumlah Responden	25
Tidak mau kembali	18
Mau kembali	7
Tidak mau merekomendasikan	20
Mau merekomendasikan	5

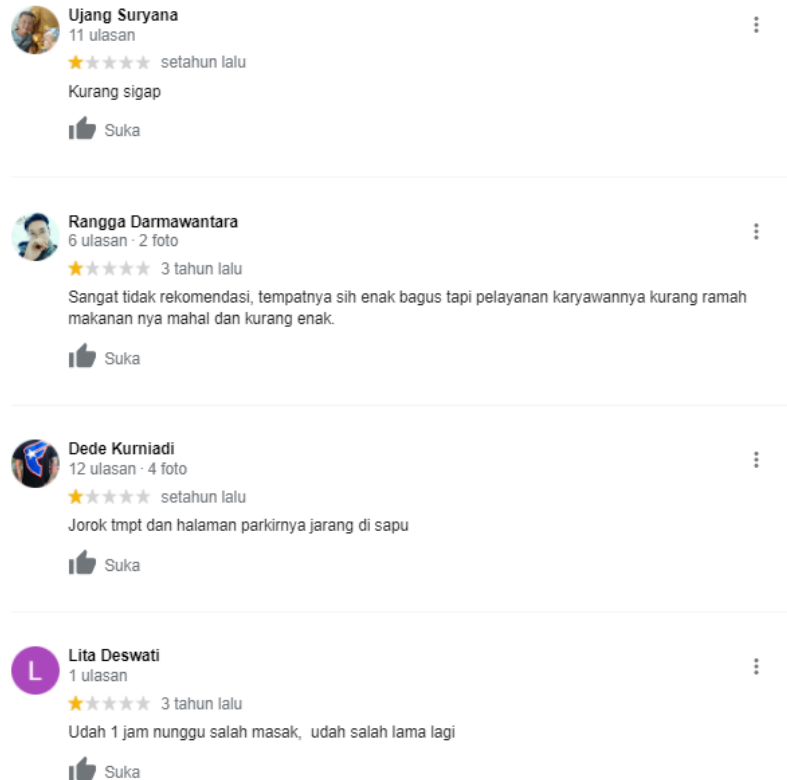
Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Tabel 1. 3 Hasil Preliminary Research

Alasan	Jumlah Jawaban
Porsi makanan yang tidak sesuai dengan gambar yang ada di menu	17 Responden
Pelayanan yang lambat dalam pengambilan dan pengantaran pesanan	23 Responden
Pengetahuan karyawan terhadap produk yang ada di rumah makan Indo Alam Sari rendah	17 Responden
Attitude pelayan yang membuat konsumen tidak nyaman (mengobrol terlalu keras, tertawa terlalu keras, dsb)	22 Responden
Tempat yang tidak terawat atau dapat terbilang kotor	21 Responden
Ketersediaan makanan yang ada di menu tidak lengkap atau sering <i>out of stock</i>	20 Responden
Kualitas bahan makanan yang disajikan terkadang tidak fresh atau tercium bau tidak sedap	19 Responden

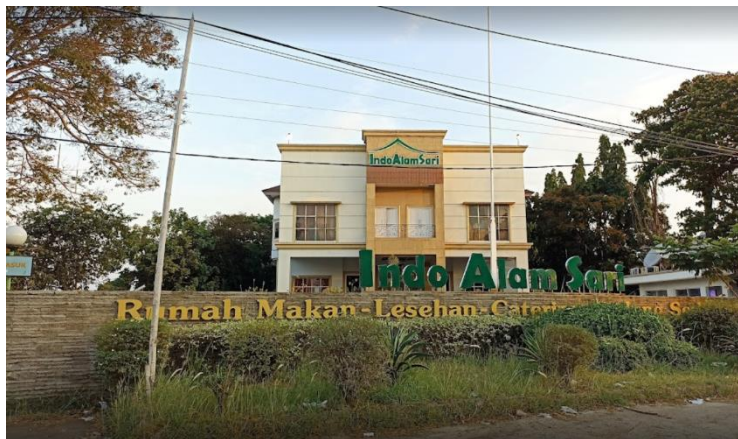
Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Gambar 1. 2 Ulasan Konsumen Rm. Indo Alam Sari Karawang



Sumber: Hasil ulasan di *Google* dari pengunjung

Gambar 1. 3 Tampak Depan Rm. Indo Alam Sari Karawang



Sumber: Hasil Foto dari *Google*

Berdasarkan ulasan diatas dan juga hasil dari *preliminary research* yang telah dilakukan didapati bahwa responden tidak mau kembali lagi dan merekomendasikan rumah makan Indo Alam Sari kepada orang lain karena pelayanan yang lambat dalam hal pengambilan dan pengantaran order yang berhubungan dengan teori *responsiveness*, porsi yang tidak sesuai dengan gambar yang ada di menu, ketersediaan makanan yang ada di menu dan bahan makanan yang tidak fresh dan tercium bau tidak sedap mengacu kepada teori *reliability*, suasana yang kotor dan tidak terawat membuat konsumen tidak nyaman mengacu kepada teori *tangible*, attitude pelayanan yang membuat konsumen kurang merasa nyaman yang mengacu ke teori

empathy dan pengetahuan karyawan terhadap menu yang ada mengacu kepada teori *assurance*. Menurut Parasuraman *et al* (1988) dalam Tandijaya (2018) *service quality* merupakan perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima oleh si konsumen dan dari hasil preliminary research yang telah dilakukan mereka berkata bahwa *service quality* dari Rm. Indo Alam Sari membuat mereka tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan dan membuat mereka tidak ingin kembali lagi dan tidak ingin merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain yang dapat diartikan bahwa konsumen tidak loyal terhadap restoran tersebut. Menurut Mowen dan Minor (2008) dalam jurnal Putro, Samuel, dan Brahmana (2019) mengatakan bahwa loyalitas konsumen merupakan suatu kondisi dimana konsumen memiliki sikap positif terhadap suatu merek dan memiliki keinginan untuk meneruskan pembelian di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil dari jawaban diatas maka penulis pun ingin melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan judul “**Pengaruh Kepuasan atas Dimensi *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang**”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kepuasan konsumen pada dimensi *service quality* (TERAR) rumah makan Indo Alam Sari Karawang?
2. Bagaimana loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang?
3. Bagaimana pengaruh dimensi *service quality* (TERAR) terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kepuasan konsumen pada *service quality* rumah makan Indo Alam Sari Karawang
2. Mengetahui loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang
3. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen pada *service quality* terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang

1.4. Manfaat Penelitian

1. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengatasi masalah masalah yang terjadi di dalam perusahaan tersebut dan membuat profit dan kinerja dari perusahaan pun meningkat

2. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis menambah wawasan dan juga membantu dalam penerapan teori tersebut di dunia kerja khususnya teori *marketing* yaitu *service quality* yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

3. Pembaca / Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti yang lain untu dijadikan referensi dan bagi pembaca dapat membantu mereka dalam bisnis ataupun tugas pendidikan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Service quality merupakan salah satu hal penting dalam bisnis kuliner. Menurut Anderson et al (1994) dalam Chandra, Hafni, Chandra, dan Purwati (2018) bahwa peningkatan kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan pelanggan yang menjamin keuntungan jangka panjang yang lebih baik dalam bentuk pangsa pasar dan profitabilitas yang lebih tinggi.

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Dwayne (2009:111) dalam jurnal Sugianto dan Sugiharto (2013) *service quality* memiliki 5 dimensi yaitu:

1. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat.

2. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

3. *Assurance* (kepastian)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.

4. *Empathy* (empati)

Penyediaan perhatian, perhatian individual kepada pelanggan.

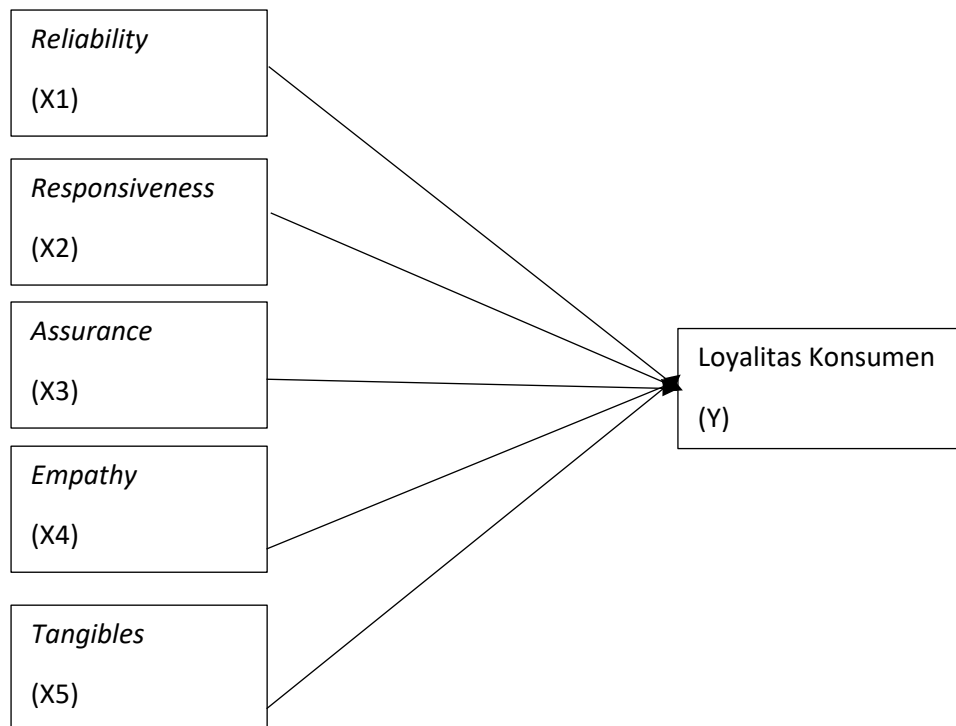
5. *Tangibles* (berwujud)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, staf, dan materi komunikasi.

Menurut Alma (2007) dalam jurnal Tjoanoto dan Kunto (2013) mengatakan bahwa jika kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa dan yang dibayangkan oleh konsumen sama atau bahkan lebih baik maka dari itu pelanggan pun akan merasakan kepuasan karena telah menerima pelayanan yang mereka inginkan. Terbentuknya kepuasan tersebut pun dapat mengakibatkan beberapa hal yang positif seperti ingin kembali lagi ataupun ingin merekomendasikan suatu perusahaan yang mereka telah rasakan sendiri pelayanan yang mereka berikan. Menurut Selang (2013) loyalitas konsumen merupakan kekuatan hubungan *relative* antar individu terhadap suatu kesatuan (merk, jasa, toko dan pemasok) dan pembelian ulang. Menurut Bloemer *et al* (1998) dalam jurnal Sutanto (2008) dimana kepuasan atau ketidakpuasan tersebut pun dapat mengarah kepada loyalitas konsumen terhadap produk atau perusahaan yang mereka sudah pernah datang atau konsumsi. Menurut Selang (2013) loyalitas konsumen sendiri pun merupakan faktor penting yang dapat menjadi alat untuk mengukur pembelian kembali dari konsumen tersebut.

Berdasarkan keluhan konsumen dari hasil *preliminary research* keluhan tersebut berhubungan dengan teori *service quality* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen rumah makan tersebut kepada orang lain, oleh karena itu penulis mengembangkan model penelitian seperti dibawah ini:

Gambar 1. 4 Model Penelitian



Sumber: Hasil olahan penulis

1.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model penelitian diatas maka penulis membuat hipotesis seperti dibawah ini:

- H1 : Pengaruh kepuasan atas dimensi *tangibles* terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang
- H2 : Pengaruh kepuasan atas dimensi *empathy* terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang
- H3 : Pengaruh kepuasan atas dimensi *reliability* terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang
- H4 : Pengaruh kepuasan atas dimensi *assurance* terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang
- H5 : Pengaruh kepuasan atas dimensi *responsiveness* terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang
- H6 : Secara bersama – sama kepuasan atas dimensi dari *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang
- H7 : Perbedaan pengaruh dari kepuasan atas 5 dimensi *service quality* (TERAR) terhadap loyalitas konsumen rumah makan Indo Alam Sari Karawang

