

Analisis Pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*), Kehandalan (*reliability*), dan Jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Konsumen di Pit-Stop Kopi Gold Gresik

Oleh
Imroatus Sholichah
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika
Email : iekaacha99@gmail.com

ABSTRACT

*The study entitled Analysis of the Effect of Responsiveness, Reliability and Assurance on Consumer Satisfaction at Pit Stop Kopi Gold Gresik. Aims to determine the effect of Responsiveness, Reliability and Assurance on Consumer Satisfaction. This study uses quantitative research with the study population is a Gold Gresik Pit Stop customer, with a sampling technique using a formula for an unknown population to obtain a research sample of 100 respondents, data analysis using multiple linear regression analysis, with the help of SPSS software. The results showed that the responsiveness (*responsiveness*), reliability (*reliability*), assurance (*assurance*) obtained a value of 44,269 with a probability value (*sig*), because the value of $sig < 0.05$, simultaneously simultaneously significant effect on customer satisfaction at Pit Stop Kopi Gold Gresik . Responsiveness has a calculated magnitude of 0.326 or 32.6%, reliability has a calculated magnitude of 0.367 or 36.7%, a guarantee has a calculated magnitude of 0.261 or 26.1%, partially has a significant effect on consumer satisfaction at Pit Stop Gold Gresik Coffee. The reliability variable which has a value of 36.7% is the most dominant variable influencing consumer satisfaction at the Pit Stop Kopi Gold Gresik.*

Keywords: Responsiveness, Reliability, Assurance, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*), Kehandalan (*reliability*), dan Jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Konsumen di Pit-Stop Kopi Gold Gresik. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*), Kehandalan (*reliability*), dan Jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan populasi penelitian adalah pelanggan Pit Stop Kopi Gold Gresik, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus untuk populasi yang tidak diketahui sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 100 responden, analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) diperoleh nilai hitung sebesar 44.269 dengan nilai probabilitas (*sig*), karena nilai $sig < 0.05$ maka secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik. Daya tanggap (*responsiveness*) memiliki besaran hitung sebesar 0.326 atau 32.6%, kehandalan (*reliability*) memiliki besaran hitung sebesar 0.367 atau 36.7%, jaminan (*assurance*) memiliki besaran hitung sebesar 0.261 atau 26.1% maka secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik. Variabel Kehandalan

(*reliability*) yang memiliki nilai sebesar 36.7% merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.

Kata Kunci : Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan, Kepuasan Konsumen

Latar Belakang

Pada saat ini, banyak dijumpai bisnis yang berkembang di bidang usaha Minuman seperti *Coffe Shop* maupun jenis usaha yang serupa. Bisnis di bidang makanan dan minuman masih mempunyai banyak peluang dan potensi untuk berkembang luas karena banyaknya inovasi dan kreasi yang dikembangkan. Berkembangnya persaingan menjadikan semakin sulit bagi sebuah perusahaan untuk mempertahankan kesetiaan konsumennya.

Sulitnya mempertahankan kesetiaan konsumen menurut Erida (2014) dapat terjadi akibat gejolak lingkungan yang mengakibatkan pergeseran tuntutan konsumen, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih mampu beradaptasi.

Shaharudin *et al.* (2015) menjelaskan bahwa orientasi pemasaran yang menyeluruh telah berubah dari konsep produksi menjadi konsep pemasaran dan sosial. Perusahaan mengutamakan keinginan konsumennya, agar mereka memberikan respon yang baik terhadap perusahaan dalam jangka panjang. Konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli atau pengguna produk maupun jasa, namun konsumen adalah aset perusahaan yang harus dijaga kesetiannya. Dengan kata lain produsen menemukan produk atau jasa yang tepat bagi pelanggannya bukan untuk menemukan pelanggan yang tepat bagi produk tersebut, disamping itu pencapaian kepuasan konsumen bisa didapat apabila perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen (Kotler, 2010).

Dalam hal ini, rumah makan sebagai salah satu bisnis yang bergerak di bidang usaha makanan dan minuman. Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi, setiap rumah makan saling berlomba untuk memperluas pasar dan mencari konsumen yang sebanyak-banyaknya.

Rumah makan yang mampu bersaing dalam pasar adalah rumah makan yang dapat menyediakan produk yang berkualitas. Menurut Parasuraman, *et al.*, (dalam Rambat L dan A. Hamdani, 2016), daya tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespons permintaan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat kepada para konsumennya. Tingkat kesediaan atau kepedulian ini akan dilihat sampai sejauh mana pihak perusahaan berusaha dalam membantu konsumennya.

Adapun bentuknya bisa dilakukan dengan penyampaian informasi yang jelas, serta tindakan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan secara langsung. Sedangkan Kotler (2015:616) mendefinisikan daya tanggap sebagai kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat.

Nirsetyo Wahdi (2017) memberikan pandangan penelitian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh rumah makan selaku produsen, bahwa meningkatnya penjualan juga berdasarkan pelayanan rumah makan tersebut. Menurut Malik, *et al.* (dalam Sugianto, 2015: 4) dalam penelitian yang dilakukan, memaparkan hasil yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan.

Menurut Parasuraman, *et al.*, (dalam Rambat L dan A. Hamdani, 2016:182) kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk

memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Dibandingkan dengan empat dimensi kualitas pelayanan lainnya yaitu wujud fisik, daya tanggap, jaminan dan kepastian, serta empati dimensi kehandalan sering dipersepsikan menjadi yang paling penting bagi pelanggan dari beragam industri jasa. Karena apabila konsumen merasakan bahwa keandalan suatu perusahaan jasa sangat sesuai dengan harapan, maka mereka akan bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar perusahaan melaksanakan transaksi seperti yang dijanjikan.

Menurut S.M. Irfan (2017), kualitas adalah salah satu parameter utama dalam mengukur tingkat kepuasan sebuah produk atau layanan dan akan berujung pada kinerja organisasi perusahaan. Pelanggan adalah kunci, yang memainkan peranan sangat penting dalam mengukur kualitas pelayanan. Akan tetapi untuk mengukur kualitas pelayanan cukup sulit bila dibandingkan dengan mengukur kualitas produk karena memiliki sifat yang tidak berwujud. Hal ini dijelaskan bahwa dalam penelitian S.M. Irfan (2017) menyebutkan bahwa kinerja rumah sakit umum yang berlokasi di Lahore, Pakistan tidak melakukan upaya nyata untuk melahirkan kualitas layanan kepada pasien mereka dan tidak melakukan upaya nyata untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasiennya.

Menurut Kotler (2012), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Bila kinerja produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga dari pembelajaran tersebut konsumen akan merasa kecewa.

Apabila terjadi sebaliknya yaitu kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa amat bergairah untuk mengkonsumsi produk atau jasa itu kembali. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (dalam Rambat L dan A. Hamdani, 2016). Metode ini menyangkut pengembangan pemahaman mengenai persepsi target *consumers* mengenai jasa yang diinginkan. Hasil penilaian persepsi kualitas jasa dari suatu organisasi tertentu kemudian dibandingkan dengan hasil perusahaan.

Pit-Stop Kopi Gold yang berada di Jalan Raya Berlian Biru, PPS - Gresik. Coffe Shop ini buka setiap hari dan memiliki jam operasional mulai pukul 11.00 hingga 23.00 WIB. Pit-Stop Kopi Gold ini sudah berkiprah sejak tahun 2017. Pit-Stop Kopi Gold Gresik menjual berbagai jenis minuman dan snack. Seiring berkembangnya zaman, Coffe Shop ini tidak hanya menjual minuman dan snack tetapi juga berbagai macam *rice bowl*.

Pit-stop Kopi Gold Gresik memiliki 5 karyawan yang dibagi menjadi empat departemen, yaitu *kitchen*, *bar*, *cashier* dan *waitress*. Saat ini, Pit-stop Kopi Gold Gresik tidak ada pelatihan awal untuk karyawan baru yang akan bekerja di kedai kopi ini. Yang menyebabkan karyawan tidak mengetahui standar yang ditetapkan oleh kedai kopi tersebut. Berbagai macam keluhan-keluhan konsumen seperti mengenai kurang cepatnya karyawan dalam menanggapi keinginan konsumen, tanggapnya karyawan dalam menjelaskan menu dan kurangnya karyawan yang mampu memberikan solusi atas keluhan konsumen. Menurut Praptiwi dan Senda (2010: 31) karyawan diberikan pelatihan berkala dan panduan lengkap mengenai

cara pelayanan konsumen yang baik, agar senantiasa dapat melayani pelanggan dengan tepat, cepat dan ramah.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*), Keandalan (*reliability*), dan Jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Konsumen di Pit-Stop Kopi Gold Gresik**

Rumusan Masalah

Dari beberapa uraian diatas maka dapat di uraikan rumusan masalah sebagai berikut :

- 1 Apakah daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik?
- 2 Apakah daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik?
- 3 Diantara daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik?

Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu:

- 1 Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.
- 2 Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.
- 3 Untuk mengetahui diantara daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik

Landasan Teori

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "*satis*" yang memiliki arti cukup baik, memadai dan "*facio*" yaitu melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut Tjiptono (2012:38) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang di rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*)

Pengertian Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Menurut Parasuraman, Zeithml, dan Berry (dalam Tjiptono dan Chandra 2011: 198) daya tanggap atau *responsiveness* adalah kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu konsumen dan merespon kembali permintaan konsumen serta menginformasikan kapan kepastian jasa akan diberikan kemudian dengan cepat melayani konsumen

Pengertian Reliabilitas (*Reliability*)

Menurut Parasuraman, Zeithml, dan Berry (dalam Tjiptono dan Chandra 2011: 198) kehandalan atau *reability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang akurat sejak awal tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan jasa sesuai waktu yang telah disepakati. Artinya dalam memberikan pelayanan setiap karyawan diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi

Pengertian Jaminan (*Assurance*),

Menurut Parasuraman, Zeithml, dan Berry (dalam Tjiptono dan Chandra 2011: 198) jaminan (*assurance*) berkaitan dengan perilaku atau kemampuan karyawan untuk menumbuhkan kepercayaan dan menciptakan rasa aman bagi konsumen. Dimensi jaminan mencakup sopan santun, menguasai pengetahuan juga berkemampuan untuk menangani pertanyaan dan masalah konsumen

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), Jaminan (*assurance*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), Jaminan (*assurance*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2014: 117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah semua orang yang pernah melakukan pembelian di Pit-Stop Kopi Gold Gresik pada bulan Oktober 2019 yang ditemui oleh peneliti secara acak sebanyak 133 responden.

Sampel

Sugiyono (2014: 118) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang dipilih berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum (Gondowijoyo, 2015: 20). Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang melakukan pembelian di Pit-Stop Kopi Gold Gresik bulan Oktober 2019

Definisi Operasional Variabel

A. Daya Tanggap (*Responsiveness*) X_1

Dalam Penelitian ini yang menjadi salah satu variabel independen adalah daya tanggap atau (X_1), dengan indikator empirik sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan secara bijaksana ($X_{1.1}$), indikatornya adalah:
 - a. Penjelasan secara bijaksana yang sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya. ($X_{1.1.1}$)
 - b. Penjelasan bijaksana yang mengantar individu untuk mendapat pelayanan yang mampu dimengerti. ($X_{1.1.2}$)

2. Memberikan penjelasan yang detail (X_{1.2}), indikatornya adalah:
 - a. Memberi penjelasan dengan bentuk penjelasan yang jelas dan mudah dimengerti. (X_{1.2.1})
 - b. Memberikan penjelasan dengan bentuk penjelasan yang bersifat transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. (X_{1.2.2})

B. Keandalan (*Reliability*) X₂

Dalam Penelitian ini yang menjadi salah satu variabel independen adalah keandalan atau (X₂), dengan indikator empirik sebagai berikut:

1. Keandalan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan pengalaman kerja (X_{2.1}), indikatornya adalah: karyawan yang memiliki pengalaman kerja lebih banyak dengan cepat, tepat dan mudah akan memberi pelayanan yang berkualitas. (X_{2.1.1})
2. Keandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi (X_{2.2}), Indikatornya adalah:
 - a. Penguasaan teknologi untuk memperoleh pelayanan yang akurat (X_{2.2.1})
 - b. Penguasaan teknologi untuk memuaskan sesuai hasil output penggunaan teknologi yang ditunjukkan. (X_{2.2.2})

C. Jaminan (*Assurance*) X₃

Dalam Penelitian ini yang menjadi salah satu variabel independen adalah jaminan atau (X₃), dengan indikator empirik sebagai berikut:

1. Mampu memberikan kepuasan dalam pelayanan (X_{3.1}), Indikatornya adalah: Setiap pegawai akan memberikan pelayanan dengan cepat (X_{3.1.21}), Setiap pegawai akan memberikan pelayanan dengan (X_{3.1.2})
2. Mampu memberikan kepastian dalam pelayanan (X_{3.2}), Indikatornya adalah: Kepastian dalam pelayanan dapat ditunjukkan sesuai dengan perilaku pelayanannya. (X_{3.2.1})

D. Kepuasan Konsumen (Y)

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan atau (Y) dengan indikator empirik sebagai berikut:

1. Membeli lagi (Y₁)
2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya (Y₂)
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing; (Y₃)
Membeli produk lain dari perusahaan yang sama; (Y₄)

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data:

a. Observasi

Observasi dijadikan sebagai metode pembantu untuk menunjang kuesioner sebagai metode utama. Selain itu, observasi akan membantu untuk mengontrol atau melihat di lapangan, seberapa jauh hasil kuesioner dengan fakta yang ada. Menurut Susilowati dan Purnama (2011: 10) Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang cukup efektif untuk mempelajari suatu sistem. Observasi adalah pengamatan langsung terhadap suatu kegiatan yang sedang dilakukan. Penulis melakukan observasi secara tersamar karena menghindari jawaban dan perbuatan karyawan yang tidak sesuai dengan sebenarnya.

- b. Kuesioner
Menurut Sugiyono (2012: 162) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang tidak bisa diharapkan dari responden.
- c. Dokumentasi
Menurut Fitriani dan Yuniwati (2013) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam hal ini penulis menggunakan dokumentasi gambar atau foto yang dapat menunjang penelitian guna mendapatkan data yang valid.

Pembahasan

a. Pengaruh daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik

Berdasarkan pengujian simultan (uji F) dengan menggunakan *software* SPSS yang telah dilakukan di atas diperoleh nilai Fhitung sebesar 44.269 dengan nilai probabilitas (sig) 0.000, karena nilai sig < 0.05 maka ada pengaruh yang signifikan secara bersama antara Daya Tanggap, Kehandalan dan Jaminan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang ditetapkan oleh peneliti, sehingga hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tanggap karyawan yang dalam memberikan pelayanan yang cepat, kehandalan karyawan dalam menyajikan menu serta jaminan bahwa konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik dapat dilayani dengan baik dapat memberikan dampak yang besar terhadap kepuasan yang dirasakan oleh setiap konsumen yang berkunjung di Pit Stop Kopi Gold Gresik ini.

b. Pengaruh daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.

Berdasarkan pengujian parsial (uji t) dengan menggunakan *software* SPSS yang telah dilakukan di atas, diperoleh nilai beta untuk variabel Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0.326 dan besaran thitung 4.379 dengan besaran sig sebesar 0.000, karena sig < 0.050, maka dapat disimpulkan variabel Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik dengan besaran pengaruh sebesar 0.326 atau 32.6%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti, jadi hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan di Pit Stop Kopi Gold Gresik yang dapat melayani pelanggan dengan cepat dan dapat menjelaskan berbagai menu yang tersedia, dapat memberikan dampak yang besar terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa apabila nilai daya tanggap mengalami kenaikan maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan pula. Berdasarkan pengujian parsial (uji t) dengan menggunakan *software* SPSS yang telah dilakukan di atas, diperoleh nilai beta untuk variabel Kehandalan terhadap Kepuasan Konsumen nilai hasil dari beta sebesar 0.367 dan besaran thitung 3.836 dengan besaran sig sebesar 0.000, karena sig < 0.050, maka dapat disimpulkan variabel kehandalan berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen Pit Stop Kopi Gold Gresik dengan besaran pengaruh sebesar 0.367 atau 36.7%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang ditetapkan oleh peneliti, sehingga hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan kehandalan pelayan dalam melayani konsumen seperti pengalaman pelayanan yang dapat memberikan *service* yang baik kepada konsumen serta ketrampilan pelayanan dalam memanfaatkan teknologi yang ada membuat konsumen merasa puas atas sikap kehandalan yang dimiliki oleh pelayanan Pit Stop Kopi Gold Gresik. Hasil koefisien yang positif menunjukkan bahwa apabila nilai kehandalan mengalami kenaikan maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan pula. Berdasarkan pengujian partial (uji t) dengan menggunakan *software* SPSS. yang telah dilakukan di atas, diperoleh nilai beta untuk variabel Jaminan terhadap kepuasan konsumen nilai hasil dari beta sebesar 0.261 dan besaran thitung 2.519 dengan besaran sig sebesar 0.013, karena $\text{sig} < 0.050$, maka dapat disimpulkan variabel Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik dengan besaran pengaruh sebesar 0.261 atau 26.1%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, sehingga hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan jaminan pelayanan yang baik dari pelayanan Pit Stop Kopi Gold Gresik seperti ketepatan mengenai menu yang dipesan oleh konsumen serta pelayanan yang cepat sesuai dengan estimasi waktu yang dijanjikan dapat memberikan dampak yang besar terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen Pit Stop Kopi Gold Gresik.

c. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik

Berdasarkan pengujian partial (uji t) dengan menggunakan *software* SPSS. yang telah dilakukan di atas, diperoleh nilai *Standardized Coefficients Beta* masing-masing variabel Daya tanggap sebesar 0.326 atau 32.6%, variable Kehandalan sebesar 0.367 atau 36.7%, variable Jaminan sebesar 0.261 atau 26.1%. sehingga berdasarkan hasil tersebut Kehandalan merupakan variable yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, sehingga hipotesis ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan kehandalan yang dimiliki oleh pelayanan di Pit Stop Kopi Gold Gresik memberikan dampak yang besar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan variabel yang lain yaitu daya tanggap dan jaminan. Kehandalan pelayanan dalam melayani konsumen dengan memanfaatkan teknologi yang ada serta ketepatan waktu dalam melayani konsumen memberikan manfaat yang besar terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari kuesioner penelitian yang telah terkumpul dengan menggunakan *software* SPSS diperoleh hasil kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.

3. Variabel Keandalan (*reliability*) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan atas penelitian di atas, maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini :

1. Bagi pihak Pit Stop Kopi Gold Gresik adalah sebagai berikut :
 - a. Sebaiknya setiap sebelum menu disajikan kepada konsumen karyawan membacakan ulang menu yang dipesan secara detail sehingga menu yang disajikan kepada konsumen tepat sesuai dengan pesanan.
 - b. Sebaiknya setiap karyawan mampu bekerja secara cepat dan tepat sehingga pelanggan tidak menunggu lama untuk memperoleh apa yang dipesan.
 - c. Sebaiknya pihak manajemen Pit Stop Kopi Gold Gresik dapat meningkatkan *image* (citra) perusahaan yang baik dan positif sehingga dapat mempertahankan konsumen setia yang selalu datang ke Pit Stop Kopi Gold Gresik. *Image* yang baik dapat diciptakan dengan memberikan pelayanan yang baik dan cepat sehingga pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Serta menu yang fresh dan sesuai dengan selera pelanggan.
 - d. Menambahkan fasilitas yang diperlukan oleh konsumen seperti Wi-Fi dan promo menarik.
 - e. Sebaiknya karyawan segera membersihkan meja yang kotor setelah pelanggan meninggalkan tempat.
 - f. Pemilik memberikan waktu minimal satu hari untuk orientasi karyawan baru agar karyawan mengetahui dasar perusahaan, instruksi pekerjaan, dan dapat melatih daya tanggap, keandalan, dan jaminan karyawan lebih baik lagi.
2. Bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, diharapkan dapat menggunakan variabel yang lain diluar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian yang nantinya diperoleh dapat saling memberikan referensi bagi perusahaan agar dapat menciptakan kepuasan konsumen atas pelayanan yang dimiliki.

Daftar Pustaka

- Agustina, Devi Citra dkk, 2014, *Pengaruh Service Quality dan Product Quality Terhadap Customer Satisfaction pada Rumah Makan Ayda*.
- Anton Mulyono Aziz dan Maya Irijayanti, 2014. Manajemen. Bandung, Mardika Group.
- Assegaff Setiawan, 2016, *The Effect of Service Quality to Customer Satisfaction by Using Internet Banking Service in Jambi*. The Asian Journal of Technology Management Vol. 9 No. 1 (2016): 21-36.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2019. Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur Menurut Lapangan Usaha.
- Buchari Alma, (2013), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Emmywati, Noneng. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. CSM Tunjungan Plasa Di Surabaya*. Jurnal Media Mahardhika, Vol 8 No. 3 Mei 2010.
- Firdaus, M. Aziz. *Metode Penelitian*. 2012. Jelajah Nusa, Tangerang Selatan.
- Fitriani, Laina Nur dan Yuniwati. 2013. "Pengaruh SK Menpan nomor 132/Kep/M.Pan/12/2002 tentang Jabatan Fungsional Pustakawan dan

- Angka Kreditnya terhadap Produktivitas Karya Ilmiah Pustakawan Universitas Diponegoro". *Jurnal Ilmu Perpustakaan* volume 2, nomor 2, tahun 2013 halaman 1-9 online dari <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/jip> . Universitas Diponegoro. Semarang
- Gondowijoyo, Fitriyani. 2015. *Sistem Inventory Management untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Hokky Krian*. Tugas Akhir Universitas Ciputra. Surabaya.
- Hoemijati. 2017. *Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Dan Customer Relation Ship Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Sedati Sidoarjo*. *Media Mahardhika* Vol. 15 No. 3 Mei 2017.
- Khasanah, Imroatul, dkk., 2010. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang*, Vol. 12 No.2, Hal:117-124.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lauw, Jessica dan Kunto, Yohanes Sondang. 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Light Cup Café Surabaya Town Square dan The Square Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(1).
- Lee, Ronald. 2011. *The Everything: Guide to Starting and Running a Restaurant 2nd Edition*. F+W, Inc, Massachusetts.
- Malik, Muhammad Ehsan. Ghafoor, Muhammad Mudasar dan Iqbal, Hafiz Kashir. 2012. *Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Saticfaction in Pakistan Telecommunication Sector*. *International Journal Of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 23, pp.123-129.
- Musyaffa A, Emmywati. 2018. *Dampak Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan PO. Tiara Mas*. *Media Mahardhika*, Vol. 17 No. 1 September 2018.
- Octabriyantiningtyas Dhyna, Erma Suryani. 2019. *The Effect of Service Quality on T-Cash Customer Satisfaction using System Dynamics Framework*. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*. Vol.5, No.1, April 2019.
- Praptiwi, Dewi dan Senda, Irawan. 2010. *Cara Mudah bagi UKM Mendobrak kebekuan Bisnis Edisi Pertama*. PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, Jakarta.
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, cetakan ke-6. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Pusporini, dkk. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Prikasih*. Hal:299-310.
- Saidani, Basrah dan Arifin, Samsul. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No.1, pp. 1-22.
- Siahaan, Marihot Pahala. 2010. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Siregar, Syofian. 2011. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- _____. 2011, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2013. *Strategi pemasaran*. Malang: Bayu media Publishing.
- Torsina M. 2010. *Usaha Restoran yang Sukses*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Wahdi Nirsetyo, 2017, *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Panti Wilasa Semarang*, Nirsetyo Wahdi, Thesis, UNDIP, Semarang.
- Widhiarso, Wahyu. 2011. *Respons Netral dalam Skala Likert: Empat ataukah Lima Alternative Respons?* Manuskrip Publikasi. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Wirawan. 2013. *Kepemimpinan: Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan Penelitian/Wirawan*. Raja Grafindo Persada, Jakarta