



Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun

Maya Dita Puspita

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun

ABSTRACT

This study aim to explain the effect of service quality dimensions consist is (tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) and customer relationship management to customer satisfaction in the Penyet Ria Restaurant Madiun. The research instrument used a questionnaire distributed to 100 customer Penyet Ria Restaurant Madiun taken using purposive sampling. Using multiple linier regression analysis. Result of this study explain that the variable dimensions of service quality and customer relationship management partial tested, only tangible, reliability, responsiveness, and customer relationship management have significant effect to customer satisfaction in the Penyet Ria Restaurant Madiun, but the variable assurance and emphaty no significant effect to customer satisfaction in the Penyet Ria Restaurant Madiun. The dominant factor effect to customer satisfaction in the Penyet Ria Restaurant Madiun is variable reliability.

Keywords : *dimensions of service quality, customer relationship management, and customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis khususnya dalam bidang kuliner di Indonesia saat ini semakin kreatif dan inovatif. Para pelaku bisnis berlomba-lomba mengikuti pola konsumsi masyarakat Indonesia yang lebih menyukai makanan cepat saji yang dinilai lebih praktis, sehingga diharapkan dapat mengetahui dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Perubahan dalam dunia bisnis yang semakin cepat mengharuskan restoran dapat merespon perubahan yang terjadi. Persaingan bisnis restoran dan rumah makan yang semakin ketat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha tersebut. Agar dapat memenangkan persaingan, mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada, restoran dituntut mempunyai kemampuan menciptakan strategi usaha untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Sebagaimana pendapat Kotler dan Armstrong (1997:5), pemasaran seharusnya dimengerti bukan seperti pengertian lama yang menciptakan penjualan (*telling and selling*), tetapi dalam arti yang baru yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan.

Salah satu faktor utama untuk memenangkan persaingan dalam dunia usaha kuliner yang semakin ketat adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang bermutu dan berkualitas serta hubungan pelanggan yang selalu terjaga dengan baik. Kualitas pelayanan sangat penting dikelola restoran dengan baik sebagai salah satu tingkat keunggulan yang diharapkan restoran untuk memenuhi harapan dan tuntutan pelanggan akan pelayanan berkualitas saat ini dan memaksa restoran untuk menata kembali pelayanan yang disediakan sebelumnya.

Restoran Penyet Ria Madiun merupakan salah satu dari beberapa restoran yang ada di Madiun. Restoran Penyet Ria Madiun selalu ramai didatangi pelanggan dan sering terjadi

antrian yang panjang terutama pada malam hari atau hari-hari tertentu, seperti bulan Ramadhan dan hari raya. Bersamaan dengan adanya harapan dan keinginan pelanggan akan pelayanan dan terjalannya hubungan pelanggan yang baik menciptakan kepuasan pelanggan dapat terlihat pada restoran Penyet Ria Madiun yang memiliki beragam menu yang ditawarkan, berbagai fasilitas yang disediakan, suasana restoran yang unik dan nyaman serta yang membedakan restoran Penyet Ria Madiun dengan restoran lain adalah menyediakan level kepedasan sambal yang dapat dipilih langsung oleh pelanggan, menyediakan berbagai alternatif menu paketan dan prasmanan yang harganya lebih murah.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: 1) Menguji signifikansi pengaruh positif dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial terhadap kepuasan pelanggan restoran Penyet Ria Madiun. 2) Menguji signifikansi pengaruh positif manajemen hubungan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan restoran Penyet Ria Madiun.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kepuasan Pelanggan

Menurut Utami (2011:262), kepuasan adalah suatu status emosional, reaksi pembelian dan mereka yang dapat menyebabkan kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kenetralan, kesenangan, atau kesetiaan. Pelanggan yang sangat terpuaskan kemungkinan besar akan tetap setia walaupun mendapat penawaran yang menarik dari perusahaan pesaing. Sedangkan menurut Tjiptono (2014:356), ketidakpuasan terjadi setelah konsumen menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun produsen atau penyedia jasa (bahkan bisa pula distributornya), berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek (*brand switching*), dan berbagai macam perilaku komplain.

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan derajat kemampuan suatu produk memberikan kepuasan kepada pemakainya, sedangkan kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Pelanggan yang mendapatkan layanan jasa dengan kualitas prima merangsang mereka untuk melakukan pembelian ulang maupun menyebarkan informasi pada pelanggan potensial lainnya (Utami, 2011:257). Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, *et al* (1988), yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

1. Bukti Fisik

Yasid (2001:110) mendefinisikan bahwa bukti fisik merupakan salah satu aspek organisasi jasa yang mudah terlihat oleh pelanggan, maka penting kiranya lingkungan fisik ini, apapun bentuknya harus didesain dalam cara yang konsisten dengan strategi posisi.

2. Keandalan

Menurut Irawan (2002:61), keandalan merupakan dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Ada dua aspek dari dimensi ini, pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada *error*.

3. Daya Tanggap

Yasid (2001:108) mendefinisikan bahwa daya tanggap adalah kemauan untuk memberikan pelayanan dan membentuk pelanggan dengan segera. Sejumlah organisasi memilih untuk berfokus pada daya tanggap terhadap keinginan pelanggan dengan “kemauan untuk membantu” melayani sesegera mungkin.

4. Jaminan

Utami (2011:268) mendefinisikan bahwa jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.

5. Empati

Irawan (2002:73) mengemukakan empati adalah dimensi yang berhubungan dengan kebutuhan ego dan aktualisasi dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Manajemen Hubungan Pelanggan

Manajemen hubungan pelanggan mengharuskan menata ulang perusahaan sekaligus cara menghadapi dan memperlakukan pelanggan. Pada intinya, manajemen hubungan pelanggan merupakan upaya yang dilakukan tanpa kenal lelah agar perusahaan senantiasa berorientasi pada pelanggan. Manajemen hubungan pelanggan adalah kebutuhan yang mutlak dan tak dapat ditunda-tunda lagi karena para pelanggan sekarang menuntut agar para *supplier* bersikap *customer-centric*. Para pelanggan berharap mudah berhubungan dengan perusahaan kapan, di mana, dan dengan cara apa saja yang mereka sukai. Perusahaan hendaknya selalu mengingat interaksi terakhirnya dengan para pelanggan dan menjadikannya dasar pijakan untuk berinteraksi ke depan (Buttle, 2007:1).

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009:52) menyebutkan bahwa bukti fisik berkenaan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahkan komunikasi. Dengan kata lain jika restoran dapat memberikan bukti fisik yang baik maka akan mendapat respon positif sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Sasongko dan Subagio (2013), Sukesi dan Hadi (2012) menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan kajian teori maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H1: Bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan

Keandalan menurut Kotler dan Keller (2009:52) berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara andal dan akurat. Apabila restoran dapat memenuhi hal tersebut, pengaruh keandalan dapat menjadi salah satu faktor untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Hasil penelitian Sasongko dan Subagio (2013), Sukesi dan Hadi (2012) menyatakan bahwa variabel keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan kajian teori maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H2: Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan

Salah satu pembentuk kepuasan pelanggan terhadap pelayanan restoran adalah waktu, yaitu pelayanan yang lebih cepat. Selain itu, pelanggan berharap tidak perlu menunggu pelayanan yang lama untuk mendapatkan pelayanan seperti di restoran lain (Irawan, 2002:65). Hasil penelitian Sukesi dan Hadi (2012) menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan kajian teori maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H3: Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan

Jaminan menurut Kotler dan Keller (2009:52) merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Jadi, dengan adanya kepercayaan dan keyakinan yang diberikan terhadap pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya. Hasil penelitian Sasongko dan Subagio

(2013), Sukei dan Hadi (2012) menyatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan kajian teori maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H4: Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

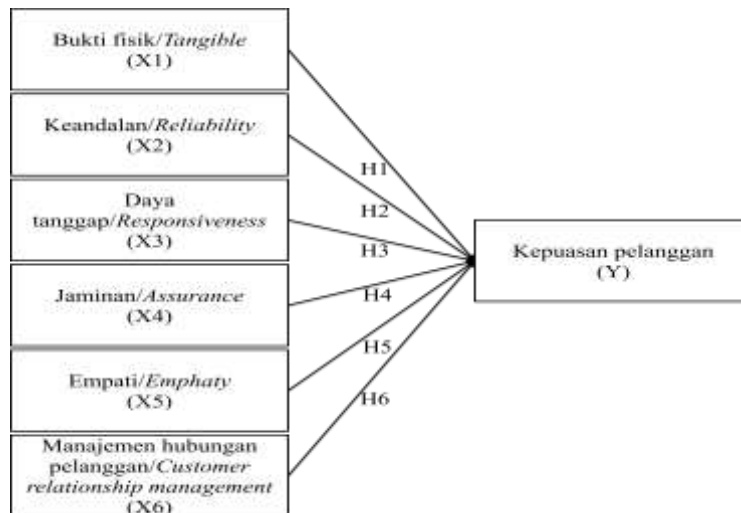
Empati menurut Kotler dan Keller (2009:52) adalah kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan berupa empati perlu diberikan kepada setiap pelanggan sehingga dapat menjadi salah satu faktor dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Sasongko dan Subagio (2013), Sukei dan Hadi (2012) menyatakan bahwa variabel empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan kajian teori maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H5: Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*) terhadap Kepuasan Pelanggan

Buttle (2007:28), mengatakan bahwa manajemen hubungan pelanggan dijalankan karena sistem ini dapat meningkatkan performa bisnis perusahaan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada gilirannya menumbuhkan kesetiaan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan kajian teori maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H6: Manajemen hubungan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah pengujian hipotesis (*hypothesis testing*). Riset pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) yaitu menganalisis pengaruh hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, yang kemudian dicari hubungan atau pengaruhnya (Indriantoro dan Supomo, 2002:89). Dalam menentukan dimensi waktu riset, maka penelitian ini dilakukan dengan melibatkan satu waktu tertentu dengan banyak sampel (*cross sectional research design*), karena penelitian ini hanya dilakukan pada saat penelitian itu terjadi (Ariestonandri, 2006).

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2014:49) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di restoran Penyet Ria Madiun. Pada penelitian ini menggunakan penelitian sampel karena jumlah anggota populasi tidak diketahui secara pasti.

Sampel menurut Sugiyono (2014:49) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian ini diambil 100 dengan perhitungan berdasarkan pendapat Ariestonandri (2006:94) sebagai berikut:

$$n \geq \frac{1}{\alpha^2}$$

Nilai $(1-\alpha)$ % adalah asumsi interval kepercayaan (IK) sampel terhadap populasi. IK ditetapkan sebesar 90%, sehingga nilai α -10% adalah:

$$n \geq \frac{1}{(0,1)^2} \text{ diperoleh } n \geq 100$$

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability sampling*, sedangkan jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah jenis *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014:53). Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di restoran Penyet Ria Madiun minimal tiga kali.

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan adalah persepsi terhadap produk atau jasa yang memenuhi harapannya. Pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan (Irawan, 2002:3).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan yang diterima sesuai harapan pelanggan 2. Kualitas pelayanan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan pelanggan. 3. Keinginan untuk datang kembali ke restoran. 4. Menjadikan restoran Penyet Ria Madiun sebagai prioritas restoran yang dikunjungi. 5. Mereferensikan restoran kepada orang lain. (Sukezi dan Hadi, 2012)
Bukti Fisik	Bukti Fisik meliputi fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan karyawan (Parasuraman, <i>et al</i> , 1988).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecukupan jumlah meja makan di restoran. 2. Perlengkapan dan peralatan makan di restoran bersih. 3. Peralatan makan di restoran lengkap. 4. Tampilan desain interior restoran menarik. 5. Karyawan restoran berpenampilan rapi. 6. Kejelasan informasi menu yang ditawarkan restoran. (Sasongko dan Subagio, 2013)
Keandalan	Keandalan yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Parasuraman, <i>et al</i> , 1988).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian antara produk yang dipesan dengan yang didapatkan. 2. Restoran memiliki jam buka dan tutup. 3. Kualitas rasa menu yang konsisten. 4. Kesesuaian biaya yang dibayarkan dengan yang dipesan. (Sasongko dan Subagio, 2013)

Daya Tanggap	Daya tanggap yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat. (Parasuraman, <i>et al</i> , 1988).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan restoran melayani pelanggan dengan cepat. 2. Karyawan restoran selalu siap melayani pelanggan. 3. Pengaturan tempat duduk saat restoran penuh (<i>full capacity</i>) dengan menggunakan sistem antrian. 4. Kemudahan proses pembayaran di kasir. (Sasongko dan Subagio, 2013)
Jaminan	Jaminan mencakup kompetensi, kesopanan, kredibilitas dan keamanan yang mereka berikan untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan (Parasuraman, <i>et al</i> , 1988).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan restoran menguasai informasi menu yang dijual. 2. Karyawan restoran mampu menjelaskan menu dan meyakinkan pelanggan saat ditanya. 3. Karyawan restoran memberikan informasi yang akurat mengenai jenis menu yang dijual. 4. Karyawan restoran dapat menjelaskan promosi menu paketan yang berlaku dengan jelas. (Sasongko dan Subagio, 2013)
Empati	Empati meliputi akses, komunikasi, dan memahami pelanggan (Parasuraman, <i>et al</i> , 1988).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan restoran fokus melayani pelanggan. 2. Karyawan restoran memiliki inisiatif untuk menawarkan menu favorit kepada pelanggan. 3. Karyawan restoran bersedia untuk membantu pelanggan yang kebingungan memilih menu. 4. Karyawan restoran mengerti akan kebutuhan pelanggan. (Sasongko dan Subagio, 2013)
Manajemen Hubungan Pelanggan	Manajemen hubungan pelanggan penting karena pendorong utama profitabilitas perusahaan adalah nilai kolektif basis pelanggan perusahaan (Kotler dan Keller, 2009:150).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan pemesanan produk yang diberikan restoran melalui fasilitas pesan antar (<i>delivery order</i>). 2. Ketersediaan pembayaran melalui kartu kredit atau debit. 3. Restoran memiliki lokasi yang strategis. 4. Ketersediaan fasilitas Wi-Fi. 5. Memberi perhatian secara individu kepada pelanggan. 6. Menciptakan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan. Djalal (2006)

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *for Windows* Version 17. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan pelanggan
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅ , b ₆	= Koefisien determinasi
X ₁	= Bukti fisik
X ₂	= Keandalan
X ₃	= Daya tanggap
X ₄	= Jaminan
X ₅	= Empati

X6 = Manajemen hubungan pelanggan
 E = Residual atau *prediction error*

Model regresi berganda dalam penelitian ini sebelumnya telah diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas serta memenuhi uji asumsi klasik (uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas). Kemudian diuji menggunakan uji koefisien determinasi (*R-Square*) dan uji t.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006:83). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2006:84).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Variabel dikatakan valid apabila memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel pada penelitian ini diperoleh dari $(df) = n - 2$ yaitu $100 - 2 = 98$ sehingga didapat r tabel sebesar $= 0,1966$. Hasil uji validitas pada variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan variabel independen pada penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk pengujian reliabilitas, suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ $0,60$. menunjukkan hasil uji reliabilitas bahwa variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan mempunyai *koefisien alpha* diatas $0,60$ sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Tabel 1. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,774	Reliabel
Bukti fisik	0,807	Reliabel
Keandalan	0,681	Reliabel
Daya tanggap	0,777	Reliabel
Jaminan	0,818	Reliabel
Empati	0,722	Reliabel
Manajemen Hubungan Pelanggan	0,728	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolonieritas

Cara mendeteksi multikolonieritas pada penelitian ini dengan perhitungan nilai *tolerance* dan VIF yang dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian Multikolonieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Bukti fisik	0,471	2,121
Keandalan	0,578	1,731
Daya Tanggap	0,365	2,738
Jaminan	0,345	2,901
Empati	0,380	2,630
Manajemen Hubungan Pelanggan	0,596	1,678

Pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10, hal ini menunjukkan bahwa persoalan multikolonieritas di antara semua variabel bebas masih dapat ditolerir. Hasil perhitungan *tolerance* dalam pengujian multikolonieritas juga menunjukkan hal yang sama, semua variabel tidak ada yang memiliki nilai *tolerance* < 0,10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (*DW test*) dengan rumus $dl < d < 4 - du$. Hasil Pengujian autokorelasi variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Pengujian Autokorelasi

dU	<i>Durbin Watson</i>	4-dU	Keterangan
1,8031	1,964	2,1969	Tidak ada autokorelasi

Pada tabel 3 menunjukkan nilai D-W variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan adalah 1,964. Nilai ini dibandingkan dengan nilai tabel D-W (dengan signifikansi 5%, jumlah sampel (n) 100 dan jumlah variabel independen (k) 6, maka didapat nilai $dL=1,5496$ dan $dU=1,8031$. Oleh karena nilai D-W 1,964 lebih besar dari batas atas (dU) 1,8031 dan kurang dari $4 - 1,8031$ ($4-dU$) = 2,1969. Maka dapat disimpulkan bahwa regresi ini tidak terdapat autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas menggunakan uji glejser. Hasil uji glejser variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Hasil Uji Glejser

Variabel Independen	Nilai Signifikan
Bukti fisik	0,791
Keandalan	0,102
Daya tanggap	0,693
Jaminan	0,681
Empati	0,561
Manajemen hubungan pelanggan	0,328

Pada tabel 4 hasil uji glejser variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut (AbsUt). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrof smirnov. Hasil uji kolmogorov smirnov variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

Variabel Independen	<i>Kolmogrov Smirnov</i>	<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>
Bukti fisik		
Keandalan		
Daya tanggap	0,593	0,874
Jaminan		
Empati		
Manajemen hubungan pelanggan		

Pada tabel 5 menunjukkan nilai *kolmogorov sminov Z* sebesar 0,593 dengan *asympt sig (2 tailed)* 0,874. Karena variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan mempunyai nilai *asympt sig (2 tailed)* lebih besar dari 0,05, maka dapat diartikan data residual terdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients Beta</i>	t hitung	Signifikan	Signifikan F
Konstan	0,276			
Bukti fisik	0,221	2,481	0,015	
Keandalan	0,358	2,564	0,012	
Daya tanggap	0,315	2,070	0,041	
Jaminan	0,020	0,136	0,892	0,000
Empati	-0,121	-0,835	0,406	
Manajemen hubungan pelanggan	0,193	2,103	0,038	

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,276 + 0,221 X_1 + 0,358 X_2 + 0,315 X_3 + 0,020 X_4 - 0,121 X_5 + 0,193 X_6.$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan dari masing-masing koefisien regresi sebagai berikut ini.

1. Nilai konstanta sebesar 0,276 menunjukkan besarnya variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) jika variabel independen (X) sebesar nol dengan nilai signifikansi F $0,000 < 0,05$ yang berarti model penelitian ini dapat diterima.
2. Nilai b_1 sebesar 0,221 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,481 dan tingkat signifikansi sebesar 0,015 yang artinya ada pengaruh bukti fisik (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Nilai b_2 sebesar 0,358 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,564 dan tingkat signifikansi sebesar 0,012 yang artinya ada pengaruh keandalan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
4. Nilai b_3 sebesar 0,315 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,070 dan tingkat signifikansi sebesar 0,041 yang artinya ada pengaruh daya tanggap (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
5. Nilai b_4 sebesar 0,020 dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,136 dan tingkat signifikansi sebesar 0,892 yang artinya tidak ada pengaruh jaminan (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
6. Nilai b_5 sebesar -0,121 dengan nilai t_{hitung} sebesar -0,835 dan tingkat signifikansi sebesar 0,406 yang artinya tidak ada pengaruh empati (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
7. Nilai b_6 sebesar 0,193 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,103 dan tingkat signifikansi sebesar 0,038 yang artinya ada pengaruh manajemen hubungan pelanggan (X_6) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,708	0,501	0,469

Pada tabel 7 menunjukkan nilai R_{Square} sebesar 0,501 artinya 50,1 % kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan, sedangkan sisanya 49,9% (100% - 50,1%) dijelaskan sebab-sebab lain. Mengingat penggunaan R_{Square} sering menimbulkan permasalahan, yaitu nilainya akan selalu meningkat dengan adanya penambahan variabel bebas dalam model. Hal ini akan menimbulkan bias, tidak

peduli apakah variabel bebas tersebut berpengaruh dengan variabel terikat atau tidak, maka nilai *adjusted R_{square}* juga digunakan sebagai analisis. Nilai *adjusted R_{square}* sebesar 0,469 artinya 46,9 % kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel dimensi kualitas pelayanan dan manajemen hubungan pelanggan, sedangkan sisanya 53,1 % dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya diluar model regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini.

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} atau p-value $\alpha = 5\%$ dengan rumus $df = n - k$. Variabel dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) dan variabel manajemen hubungan pelanggan diperoleh nilai $df (100 - 6 = 94)$ sehingga di dapat t_{tabel} sebesar 1,661. Hasil uji statistik t dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Variabel	t hitung	Signifikan	Keterangan
Bukti fisik	2,481	0,015	Signifikan
Keandalan	2,564	0,012	Signifikan
Daya Tanggap	2,070	0,041	Signifikan
Jaminan	0,136	0,892	Tidak signifikan
Empati	-0,835	0,406	Tidak signifikan
Manajemen Hubungan Pelanggan	2,103	0,038	Signifikan

Pembahasan

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun

Nilai t_{hitung} sebesar 2,481 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikan $0,015 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Sasongko dan Subagio (2013), Sukesi dan Hadi (2012) yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik restoran Penyet Ria Madiun yang meliputi jumlah meja makan yang cukup untuk menampung pengunjung, perlengkapan dan peralatan makan yang bersih, peralatan makan yang lengkap, tampilan desain interior yang baik, karyawan yang berpenampilan rapi, dan informasi menu yang ditawarkan jelas sehingga memberikan kesan baik pada restoran dan dapat membentuk kepuasan pelanggan.

Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun

Nilai t_{hitung} sebesar 2,564 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikan $0,012 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti bahwa variabel keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Sasongko dan Subagio (2013), Sukesi dan Hadi (2012) yang menyatakan bahwa variabel keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keandalan yang diberikan restoran Penyet Ria Madiun yang meliputi keandalan dalam bentuk kesesuaian menu pesanan, jam buka dan tutup restoran, kualitas rasa menu yang konsisten, dan kesesuaian menu yang dipesan dengan biaya yang dikeluarkan pelanggan sehingga memberikan kepuasan pada pelanggan.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun

Nilai t_{hitung} sebesar 2,070 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikan $0,041 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Sasongko dan Subagio (2013), Sukesi dan Hadi (2012) yang menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap yang diberikan restoran Penyet Ria Madiun dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang meliputi karyawan melayani dengan cepat, karyawan

selalu siap melayani pelanggan, restoran melakukan pengaturan tempat duduk dengan menggunakan sistem antrian, dan kemudahan proses pembayaran di kasir sehingga memberikan kepuasan pada pelanggan.

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun

Nilai t_{hitung} sebesar 0,136 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikan $0,892 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_4 ditolak yang berarti bahwa variabel jaminan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Sasongko dan Subagio (2013), Sukei dan Hadi (2012) yang menyatakan bahwa variabel jaminan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun bukan disebabkan oleh faktor jaminan yang meliputi karyawan restoran menguasai informasi menu yang dijual, kemampuan karyawan menjelaskan menu dan meyakinkan pelanggan saat ditanya, keakuratan informasi mengenai jenis menu yang dijual, dan karyawan dapat menjelaskan promosi menu paketan yang berlaku dengan jelas. Jaminan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena dianggap merupakan hal umum yang memang harus dimiliki oleh semua karyawan restoran.

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun

Nilai t_{hitung} sebesar -0,835 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikan $0,406 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_5 ditolak yang berarti bahwa variabel empati tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Sasongko dan Subagio (2013), Sukei dan Hadi (2012) yang menyatakan bahwa variabel empati mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun bukan disebabkan oleh faktor empati yang meliputi karyawan fokus melayani pelanggan, karyawan memiliki inisiatif menawarkan menu favorit, karyawan bersedia membantu pelanggan yang kebingungan memilih menu, dan karyawan mengerti akan kebutuhan pelanggan dalam penelitian ini dibuktikan bahwa variabel empati tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun

Nilai t_{hitung} sebesar 2,103 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikan $0,038 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_6 diterima yang berarti bahwa variabel manajemen hubungan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa manajemen hubungan pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Strategi manajemen hubungan pelanggan yang diberikan restoran Penyet Ria Madiun meliputi memberikan kemudahan pemesanan melalui *delivery order*, menyediakan pembayaran melalui kartu kredit atau debit, lokasi restoran yang strategis, menyediakan fasilitas Wi-Fi, karyawan mampu memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan, dan karyawan mampu menciptakan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan sehingga dapat membentuk kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Variabel bukti fisik (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Restoran Penyet Ria Madiun.
2. Variabel keandalan (X2) berpengaruh positif signifikan dan memiliki pengaruh dominan diantara variabel dimensi kualitas pelayanan yang lain dan manajemen hubungan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun.
3. Variabel daya tanggap (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Restoran Penyet Ria Madiun.

4. Variabel jaminan (X4) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Restoran Penyet Ria Madiun.
5. Variabel empati (X5) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Restoran Penyet Ria Madiun.
6. Variabel manajemen hubungan pelanggan (X6) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Restoran Penyet Ria Madiun.

Saran

1. Bukti Fisik
Restoran dapat melakukan pengaturan tata letak jarak antar meja agar tidak terlalu berdekatan, menambah jumlah kipas angin yang tersedia agar pelanggan merasa lebih nyaman dan setiap meja perlu disediakan asbak rokok supaya lebih terjaga kebersihan restoran.
2. Keandalan
Menambah jumlah menu baru agar pelanggan tidak merasa bosan dan selalu memperhatikan jumlah persediaan bahan makanan untuk mencegah adanya menu yang tidak tersedia.
3. Daya Tanggap
Karyawan lebih tanggap terhadap keluhan dan masalah pelanggan. Selain itu, melakukan evaluasi juga sangat diperlukan apabila menemukan kesalahan dalam pelayanan yang diberikan. Evaluasi harus diiringi dengan penyelesaian masalah dan perubahan agar tidak terulang kembali kesalahan yang sama.
4. Jaminan
Lebih memperhatikan mengenai menu restoran. Misalnya dengan menambah porsi menu paketan agar sesuai dengan harapan pelanggan dan mampu memberikan jaminan mengenai pengalaman makan di restoran Penyet Ria Madiun menjadi menyenangkan.
5. Empati
Menyediakan media untuk menyampaikan saran dan pendapat dari para pelanggan, sehingga strategi restoran dalam memberikan pelayanan dapat sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.
6. Manajemen Hubungan Pelanggan
Menambah jumlah kartu kredit dan debit yang tersedia di restoran. Karyawan juga harus mampu menciptakan komunikasi yang baik dan efektif kepada pelanggan dan menjaga hubungan kemitraan antara restoran dan pelanggan agar selalu terjalin dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing Research for Beginner*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Diterjemahkan dan diterbitkan oleh Bayumedia Publishing: Malang.
- Djalal, Abdul. 2006. "Studi Pengaruh Implementasi Customer Relationship Management (CRM) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan". *Electronic Journal Of Industrial Research*. Vol. 3. No. 1 hal. 75-88.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*: Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, Nurt dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Management*. Edisi Pertama. Yogyakarta: YPFE.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi pertama. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi tiga belas. Jakarta: Erlangga.

- Parasuraman A., Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol. 64. No. 1. pp. 12-40.
- Sasongko, Felita dan Hartono Subagio. 2013. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*. Vol. 1. No. 2 hal. 1-7.
- Sugiyono. 2014. *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukei dan Hadi. 2012. "Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Service PT Auto 2000 di Surabaya". *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 3. No. 2 hal. 171-182. ISSN 2087-1090.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Utami, Christina Whidya. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Yasid. 2001. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.



Hak Kপি (*copy right*) atas Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi ada pada penerbit dengan demikian isinya tidak diperkenankan untuk dikopi atau di-*email* secara masal atau dipasang diberbagai situs tanpa ijin tertulis dari penerbit. Namun demikian dokumen ini dapat diprint diunduh, atau di-*email* untuk kepentingan atau secara individual.