

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN KEDAI RAIHAN DI KOTA AMBON

Oleh:

Bello Ai Betti Ralahallo¹⁾

Email : bbellonov@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan pada pelanggan rumah makan Reihan di kota Ambon. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada rumah makan Reihan di kota Ambon adalah baik. Nilai Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kedai Raihan . Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan secara Simultan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kedai Raihan. Kondisi ini menandakan bahwa dalam menggunakan jasa rumah makan Kedai Raihan masuk dalam kategori sangat baik dengan tingkat kepuasan yang tinggi.

Kata Kunci : *Kualita Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.*

PENDAHULUAN

Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah kebutuhan akan makanan dan minuman. Kebutuhan terhadap makanan akan meningkat seiring bertambahnya jumlah penduduk Indonesia khususnya di kota Ambon. Proses globalisasi dan kemajuan zaman saat ini telah menyebabkan perubahan gaya hidup yang semakin dinamis.

Dalam menikmati makanan atau hidangan, setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Disamping itu, ada pula yang lebih cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Hal ini menarik perhatian mengingat letaknya bukan berada di lokasi yang strategis. Lokasinya cenderung masuk ke wilayah perkampungan sebelah dalam di kampung Ponogoro tepatnya di Kelurahan Urimesing belakang Gedung Wanita Ambon. Rumah makan ini diberi nama Kedai Raihan.

Kedai Raihan memang bukanlah rumah makan yang besar dan mewah, namun rumah makan ini menawarkan menu dan rasa spesial pada masakan yang menjadi produk unggulannya. Misalnya saja menu “Nasi Timbal dan Ayam Penyet” yang banyak menarik minat konsumen untuk mencobanya. Pelanggan yang datang kebanyakan adalah orang yang sudah mengetahui keberadaan Kedai Raihan dan sering makan di rumah makan tersebut. Bahkan ada pula konsumen dari luar daerah yang pernah mampir untuk makan, diantaranya berasal dari Jawa, Makassar maupun Sumatera. Mereka yang menjadi pelanggan setia adalah orang yang sudah mengerti benar kondisi rumah makan itu yang begitu ramai

¹⁾ **Bello Ai Betti Ralahallo**, *Dosen Tetap Prodi. Adm. Bisnis STIA Alazka Ambon*

dan harus antri apabila datang ke rumah makan tersebut pada waktu jam-jam tertentu. Sehingga tidak jarang mereka harus rela menunggu hanya sekedar untuk mendapatkan tempat duduk dan meja untuk makan.

Seiring Dengan perkembangan ekonomi kota Ambon yang semakin membaik serta persaingan bisnis yang makin ketat di bidang usaha makanan, sehingga makin menjamurnya tempat makan di kota Ambon ternyata telah membat ancaman tersendiri bagi Kedai Raihan. Olehnya itu pemilik kedai Raihan dituntut dapat mempertahankan usaha beserta pelanggannya. Hal ini tentunya juga ditunjang dengan strategi dan usaha-usaha lain yang dijalankan oleh Kedai Raihan dalam meningkatkan pelayanan dan loyalitas pelanggannya.

Berdasarkan uraian uraian yang telah dijelaskan di atas maka judul pada penulisan Jurnal Hipostesa ini adalah : “Analisis Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Kedai Raihan di Kota Ambon”

Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari gambaran umum yang telah diungkapkan maka rumusan masalah adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Kedai Raihan.
2. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Kedai Raihan.
3. Apaka Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Berpengaruh Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Raihan.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Berpengaruh Terhadap Konsumen Pada Kedai Raihan
2. Untuk mengetahui Nilai Pelanggan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Raihan
3. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Berpengaruh Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Raihan.

TINJAUAN TEORITIS

A. Penelitian Terdahulu

Sejumlah peneliti telah melakukan penelitian tentang hubungan antara variable kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen dengan objek yang berbeda sehingga dapat memperkuat landasa teori dan sebagai referensi bagi penulis. Peneliti-peneliti terdahulu antara lain :

- Siti Ning Farida (2010), dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy Di Surabaya”. Alat analisa yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Menemukan bahwa secara parsial kualitas layanan dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji KFC . dimana thitung untuk variable kualitas pelayanan (X1)

adalah sebesar 5,220 dengan signifikansi 0,000 dan thitung untk variable nilai pelanggan (X2) sebesar 8,187 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara bersama sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (nilai uji F = 144,881 dengan signifikansi 0,000).

- Vido Iskandar, Adrian Kurniawan Dendy (2012), Judul penelitian “Analisa Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alex’s Salon”. Menggunakan Alat analisis Regresi Linear Berganda menemukan bahwa Hasil uji F diperoleh nilai F hitung = 6,327 > Ftabel 2.467 (df1=5, df2=95, $\alpha=0.05$) dan nilai signifikansi = 0.01 < 0.05, maka disimpulkan bahwa Nilai pelanggan (*emotional value, social value, performance value dan price value*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alex’s salon darmo park. Sedangkan secara parsial Uji t disimpulkan bahwa Nilai Pelanggan yang terdiri dari variable *emotional value* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alex’s salon darmo park . *social value* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alex’s salon darmo park. bahwa *performance value* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alex’s salon darmo park. bahwa *price value* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alex’s salon darmo park

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten atau tetap (Kotler 2005:310). Sedangkan Tjiptono (2004:47), mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kotler (2005:352) menyatakan pelayanan adalah setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilikan sesuatu..

2. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al. (2008:64), juga menyatakan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu :

- a. Bukti fisik (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. Keandalan (*reliability*), kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan terpercaya.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada

pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- e. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

C. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Walker, et al. (2001:35) kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan konsumen dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya. Oliver (2007:31) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kepuasan konsumen adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting didalam pasar. Dalam setiap perusahaan, kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting, karena jika konsumen merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Menurut Kottler (2005) kepuasan adalah jumlah atribut dari produk atau jasa. Veloutsou (2005:46) dalam penelitiannya menjelaskan mengenai produk, ada perbedaan antara kepuasan konsumen barang dan jasa. Perbedaan antara barang berwujud dan tidak berwujud menjadi berbagai faktor kepuasan konsumen, dan itulah sebabnya mereka harus diperlakukan terpisah dan berbeda Churchill (2002:36).

2. Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2004:101), di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai objek pengukuran sebagai berikut:

- a. **Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)**
- b. **Dimensi Kepuasan Pelanggan**
- c. **Konfirmasi Harapan (Confirmation of Expectation)**
- d. **Minat Pembelian Ulang (Repurchase Intent)**
- e. **Kesediaan untuk Merekomendasi (Willingness to Recommend)**
- f. **Ketidakpuasan Pelanggan (Customer Dissatisfaction)**

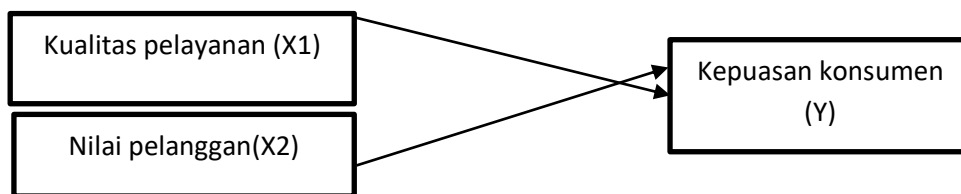
D. Kerangka Berpikir

Kualitas jasa adalah suatu ukuran yang mengukur kemampuan suatu bisnis jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Ini berarti dalam bisnis jasa ditanamkan sikap yang berorientasi pada konsumen dengan mendengarkan "suara konsumen" (apa yang diinginkan konsumen). Produk pelayanan yang berkualitas merupakan hal yang dapat memuaskan konsumen. Engel (1990) dalam Tjiptono (2000:89) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan

ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Nilai pelanggan adalah rasio dari manfaat yang diharapkan oleh pelanggan terhadap pengorbanan pelanggan untuk mendapatkan manfaat. Manfaat produk atau layanan diperoleh dengan mempertimbangkan atribut-atribut produk maupun atribut-atribut layanan. Sedangkan, pengorbanan pelanggan terdiri atas biaya transaksi, biaya siklus hidup dan resiko. (Tandjung, 2004:27).

Kepuasan konsumen pada Kedai Raihan dapat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan. Dua Faktor tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar. Kerangka Pikir

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan landasan teori diatas maka hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Diduga Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen Kedai Raihan.
- b. Diduga Nilai pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Raihan.
- c. Diduga kualitas pelayanan dan Nilai Pelanggan berpengaruh secara bersama sama terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Raihan.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada penulisan ini adalah di Kedai Raihan yang beralamat di jalan Diponogoro.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan cirri cirri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Sehingga yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kedai Raihan .

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kebutuhan (*accidental sampling method*). Menurut Ruslan (2004 : 156), metode kebutuhan adalah metode yang digunakan berdasarkan atas pemilihan sampel secara kebutuhan. Pengambilan sampel seperti ini dilakukan terhadap siapa saja responden yang bertemu pada saat peneliti melakukan penelitian , bila dipandang responden yang bersangkutan dianggap cocok sebagai sumber data.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

a. Cara Survey

Merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun tertulis. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik :

- Kuesioner, yaitu dengan membuat suatu daftar pertanyaan atau pertanyaan sistematis dengan tujuan mendapatkan data yang diinginkan dari responden.
- Wawancara, yaitu melakukan wawancara dengan orang-orang yang dianggap mampu memberikan jawaban terhadap data yang peneliti butuhkan pada kedai Raihan. Begitu pula dengan responden

Instrument untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner yang disusun dengan menggunakan skala likert. Pertanyaannya memiliki lima alternative yang diberi skor sebagai berikut :

- Sangat tidak setuju = 1
- Tidak Setuju = 2
- Ragu – ragu = 3
- setuju = 4
- Sangat setuju = 5

Hasil perhitungan dari skor atau nilai kemudian digunakan dalam analisis statistic yang dilakukan Dengan bantuan computer, menggunakan program SPSS untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antar variabel variabel penelitian dengan menggunakan uji data.

D. Teknik Analisa Data

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data yang bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendiskriptfkan data atau informasi yang diperoleh baik secara primer maupun sekunder.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Bergandadengan tujuan untuk mengetahui sebearapa besar pengaruh hubungan variable-variabel kualitas pelayanan (X1) dan Nilai Pelanggan (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

Persamaa regresi yang dipakai adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- X1 = Kualitas Pelayanan
- X2 = Nilai Pelanggan
- b1 – b2 = Koefisien Regresi

2. Uji Signifikansi (Uji t)

Digunakan untuk menguji signifikansi atau tidak hubungan variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Nilai Pelanggan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan Variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Nilai Pelanggan (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) secara Partial..
- Ha : ada pengaruh yang signifikan Variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Nilai Pelanggan (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) secara Partial..

Dimana :

- Jika $t_{Hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak
- Jika $t_{Hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima
- Jika nilai sig atau signifikansi $< 0,05$ (taraf kepercayaan 95%, maka pengaruh signifikan)
- Jika nilai sig atau signifikansi $> 0,05$ (taraf kepercayaan 95%, maka pengaruh tidak signifikan

3. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian secara simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama sama) variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) dan Nilai Pelanggan (X2) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).

4. Uji koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas (Kualitas Pelayanan) akan diikuti oleh variabel terikat (Kepuasan Konsumen) pada proporsi yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Rumah Makan Kedai Raihan merupakan salah satu dari sekian banyak rumah makan yang berada di kota Ambon, Sejarah berdirinya dan keberhasilan usaha tidak terlepas dari usaha dan kerja keras Bapak Sony sebagai Pemilik Kedai Raihan pada tahun 2002. Rumah Makan Kedai Raihan pada awal beroperasinya yakni dengan menyewa salah satu tempat yang bersifat sementara di pinggir jalan Orimesing depan kantor BRI Batu Gajah Ambon, namun seiring dengan perkembangan usaha yang semakin maju dan keinginan yang kuat untuk memuaskan konsumen maka pada tahun 2015, kedai raihan sudah memiliki gedung sendiri dengan fasilitas yang lebih memadai tepatnya di Gang Diponegoro belakang Gedung Wanita..

B. Diskripsi Responden

Berdasarkan hasil kuisenior yang disebarkan kepada Responden, maka dapat dianalisa presentase distribusi frekuensi terhadap variabel independen (Kualitas Pelayanan (X1), Nilai Pelanggan (X2) dan variabel Dependen (Keputusan Konsumen (Y) sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Ada lima indikator pendukung variable kualitas pelayanan yakni Bukti fisik (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*empathy*), dimana masing masing indikator pada penulisan skripsi ini diwakili oleh satu pernyataan kepada responden seperti terlihat pada table berikut :

Tabel 1
Variabel Pelayanan

No	Tabulasi										Mean
	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%	
X1.1	-	-		-	2	6.7	19	63.3	9	30.	4,1
X1.2	-	-	-	-	12	40.	18	60.0	-	-	4,0
X1.3		-	-	-	-	-	25	83.3	5	16.7	4,1
X1.4		-		-	9	30	10	33.3	11	36.7	3,8
X1.5		-		-		-	24	80.0	6	20.0	4,2

Sumber : Data diolah

2. Variabel Nilai Pelanggan (X2)

Menurut Tjiptono (2005) ada beberapa indikator yang membentuk nilai pelanggan yaitu : Emotional Value, Social Value, Performance Value, Price/value of money. Dalam penulisan skripsi ini masing masing indikator diwakili dengan satu pernyataan yang diberikan kepada responden yang dapat dijelaskan pada table berikut :

Tabel 2
Variabel Nilai Pelanggan

No	Tabulasi										Mean
	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%	
X1.1	-	-	-	-	2	6.7	22	73.3	6	20.0	4.1
X1.2	-	-		-	3	10.0	23	76.7	4	13.3	4.0
X1.3	-	-	-	-	2	6.7	23	76.7	5	16.7	4.1
X1.4	-	-	-	-	1	3.3	23	76.7	6	20.0	4.2

Sumber : Data diolah

3. Kepuasan Konsumen

Pengukuran terhadap variabel kepuasan konsumen setelah ditabulasi datanya maka dapat disajikan seperti pada tabel berikut :

Tabel 3
Variabel Kepuasan Konsumen

No	Tabulasi										Mean
	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%	
Y1	-	-		-		-	25	83.3	5	16.7	4,2
Y2		-		-	17	56.7	9	30.0	4	13.3	3,6
Y3		-		-	-		21	70.0	9	30.0	4,3
Y4				-		-	27	90.0	3	10.0	4,1

Sumber : Data diolah

C. Uji Hipotesis

Untuk mengukur besarnya pengaruh variable bebas (Kualitas Pelayanan (X1) dan Nilai Pelanggan X2) terhadap variable terikat Y (Kepuasan Konsumen) dan juga untuk mengukur keeratan hubungan antara variable X dan Y maka digunakan analisis Regresi. Dalam penulisan skripsi ini digunakan regresi linear berganda dan diikuti Dengan uji t, uji f dan koefiseien determinan.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa variable bebas terhadap variable terikat (Kuncoro, 2003).

Tabel 4
Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.092	2.014		.046	.964
Kualitas Pelayanan	.027	.094	.039	.285	.778
Nilai Pelanggan	.707	.130	.740	5.444	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil analisa data dengan menggunakan SPSS 17 menunjukkan bahwa seluruh kualitas pelayanan (X1) dan Variabel Nilai Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan Signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 0,92 + 0,27X1 + 0,707X2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Nilai Pelanggan

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Konstanta = 3,92 menunjukkan nilai konstan, yang artinya jika seluruh variable independen (kualitas pelayanan dan Nilai Pelanggan) dianggap dianggap 0, maka kepuasan pelanggan akan sebesar 3,92.

Koefisien regresi (X1) = 0,27 menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), Dengan kata lain jika variable X1 ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka Kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,27 satuan.

Koefisien regresi (X2) = 0,70 menunjukkan bahwa variable nilai pelanggan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), Dengan kata lain jika variable X2 ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,70 satuan.

2. Uji Hipotesis

2.1 Uji Parsial (uji t)

Hipotesis yang akan diuji dalam parsial (uji t) yakni pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Berdasarkan tabel 4.6 di atas maka hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Diketahui nilai t_{hitung} variable kualitas pelayanan adalah sebesar 0,285 dengan nilai signifikan sebesar 0,78 lebih besar dari t_{tabel} 0,05 (t_{hitung} 0,78 > t_{tabel} 0.05). Atas dasar perbandingan tersebut maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan RM. Kedai Raihan.

b. Variabel Nilai Pelanggan

Diketahui nilai t_{hitung} variable nilai pelanggan adalah sebesar 5,4 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari t_{tabel} 0,05 (t_{hitung} 0,000 < t_{tabel} 0.05). Atas dasar perbandingan tersebut maka dapat dikatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada RM. Kedai Raihan.

2.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variable dependen. Hipotesis yang akan diuji yakni : terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang terdiri dari terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F dengan menggunakan SPSS dapat dilihat seperti tabel berikut :

Tabel 5
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	25.682	2	12.841	17.979	.000 ^a
Residual	19.284	27	.714		
Total	44.967	29			

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung sebesar 17.979 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana jauh lebih kecil dari F tabel 0,05 (t_{hitung} 0,000 < t_{tabel} 0.05). sehingga H_0 ditolak, dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa variable independen kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

2.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variable terikat (Y) yang disebabkan oleh variable bebas (X_1 , X_2). Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai Adjusted R Square, nilai

ini dapat naik atau turun apabila satu variable bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji. Nilai Adjusted R Square dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.571	.539	.84512

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Pada tabel 6 di atas dilihat bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,53. Hal ini dapat diartikan bahwa variable independen (kualitas pelayanan dan nilai pelanggan) dapat menjelaskan variable dependen (Kepuasan Pelanggan) sebesar 53% sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penulisan ini.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kedai Raihan di kota Ambon, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan. Kedai Raihan. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas pelayanan pada Rumah Makan Kedai Raihan termasuk dalam kategori baik, Rumah Makan Kedai Raihan mendapat penilaian positif dan kesan yang baik di hati pelanggan.
2. Nilai Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kedai Raihan Kondisi ini menandakan bahwa rumah makan Kedai Raihan mendapat tempat di hati konsumennya.
3. Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan secara Simultan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kedai Raihan. kondisi ini menandakan bahwa dalam menggunakan jasa Rumah Makan Kedai Raihan masuk dalam kategori sangat baik dengan tingkat kepuasan yang tinggi. Hal ini menunjukkan pelanggan akan setia menggunakan jasa RM. Kedai Raihan.

B. Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Rumah Makan. Kedai Raihan diharapkan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, karena berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan pada rumah makan Kedai Raihan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Meningkatkan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan pelayan rumah makan dalam melayani konsumen. Hal lain terkait dengan kualitas pelayanan juga dapat dilakukan dengan meningkatkan fasilitas penunjang seperti Toilet dan fasilitas internet (WIFI).

2. Hal yang berkaitan dengan nilai pelanggan perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan karena juga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu pengelola rumah makan Kedai Raihan seharusnya mampu melakukan tindakan-tindakan yang berkaitan dengan pembentukan nilai pelanggan. Hal ini berkaitan dengan penilaian konsumen akan manfaat yang mereka dapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.
3. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas yakni kualitas pelayanan dan nilai pelanggan, sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambah variable variable lain yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Siti Ning Farida 2010. dengan judul penelitian “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy Di Surabaya*”.
- Vido Iskandar, Adrian Kurniawan Dendy, 2012. Judul penelitian “*Analisa Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alex’s Salon*”.
- Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan 1 PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Anwar Sanusi, 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima. Salemba Empat.
- Yohanes Anton Nugroho, 2011. *Olah Data Dengan SPSS*. Cetakan 1. Scripta Media Kreatif