PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG SUBAK DENPASAR

Oleh:
I Putu Sugiarta[1]
I G.N. Jaya Agung Widagda[2]

[1]Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud) Bali Indonesia
e – mail : Putu.Sugiartaa@yahoo.com
[2]Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Bisnis jasa makanan di Denpasar mengalami perkembangan yang sangat pesat, mulai yang berskala kecil hingga skala besar. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warung Subak merupakan tujuan penelitian ini. Jumlah sampel sebanyak 85 responden. Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa data. Hasil penelitian menunjukkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak, Denpasar. Bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak. Empati merupakan variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak, Denpasar. Manajemen agar meningkatkan pelayanan, keramahtamahan, menjaga kepercayaan dan menciptakan citra perusahaan yang baik pada konsumen.

Katakunci: bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan, konsumen

ABSTRACK

The business of food service in Denpasar has very rapid growth, from small-scale to large scale. The influence of service quality on consumer satisfaction in the Warung Subak is the purpose of this study. Total sample of 85 respondents. Multiple linear regression is used to analyze the data. The results showed direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy are jointly significant effect on consumer satisfaction at Warung Subak, Denpasar. Direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy partially significant effect on consumer satisfaction at Warung Subak. Empathy is the dominant independent variables that influence consumer satisfaction at Warung Subak, Denpasar. Management in order to improve service, hospitality, keep the faith and create a good corporate image to the consumer.

Keywords: direct evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, satisfaction, consumer

Latar Belakang Masalah

Tren bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Secara teoritis perusahaan diwajibkan untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk-

produk dan layanan yang berkualitas. Terciptanya kepuasan pelanggan merupakan bagian terpenting dari upaya pencapaian kepuasan pelanggan. Ini terjadi karena jasa yang dipasarkan mempunyai sifat berkelanjutan sehingga kepuasan pelanggan seringkali baru tercipta setelah melakukan pembelian.

Kualitas pelayanan merupakan suatu hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan akan menarik minat pelanggan untuk berkunjung kembali ketempat tersebut. Zurni Zahara Samosir (2005) dan Arya Paramarta (2008), Emy dan Tony (2008), Hadiati dan Ruci (1999), Jan Horas (2005), Arief dan Yahya (2010), Shaikh dan Khan (2011), Ishfag, dkk (2010), Ravichandra, dkk (2010), menyimpulkan bahwa kualitas layanan seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan,

Maya, dkk (2006), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan Universitas Widyatama terhadap kepuasan mahasiswa berpengaruh sebesar 18 persen. Pengaruh terbesar diperoleh dari variabel *reliability*, kemudian diikuti variabel *responsiveness* dan *empaty*. Gocek, dkk (2007), menyatakan dalam penelitiannya variabel independen mempengaruhi dari kepuasan pelanggan yang dipilih sebagai citra merek, pelayanan yang dirasakan, mutu dan kualitas produk yang dirasakan. Oleh independenvariabel, kasus tersebut menyimpulkan bahwa jika ada perbedaan dalam persepsi kepuasan pelanggan menurut konsumen tekstil di Turki dilihat dari pandangan gender.

Cao dan Chen (2011), menyatakan bahwa hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada kereta api kecepatan tinggi

memiliki pengaruh tidak langsung pada tingkat loyalitas pelanggan, dan memiliki pengaruh langsung pada keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan tidak akan sangat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.

Bisnis jasa makanan di Denpasar mengalami perkembangan yang sangat pesat, dimana dapat dijumpai menjamurnya bisnis jasa makanan. Salah satunya adalah Warung Subak yang berada di Jl. Astasura No.27 Denpasar. Warung Subak didirikan pada tahun 2006, dimana rumah makan ini setia menyajikan menu spesial ikan laut dan ikan tawar segar. Meningkatnya intensitas persaingan Warung Subak yang dilakukan oleh pesaing diantaranya adalah Warung mina, Segara bambu, Warung sukun, Pizza mina, dan Warung Jepun.

Selain itu hal ini sejalan dengan hasil survey pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap konsumen. Tujuan ini adalah untuk mengetahui keluhan konsumen pada Warung Subak. Dari 10 orang responden sebagai sempel pendahuluan menunjukkan bahwa adanya ketidak puasan konsumen, dilihat dari bukti langsung (*tangibles*) yang menyatakan bahwa tanggapan konsumen menyatakan setuju 5 orang dan tidak setuju 5 orang, begitu juga dalam keandalan *(reliability*) tanggapan konsumen menunjukan yang setuju 2 orang dan tidak setuju 8 orang, dan dalam kepuasan konsumen menunjukan bahwa konsumen yang setuju hanya 2 orang dan yg tidak setuju sebanyak 8 orang. Dilihat dari survey pendahuluan maka bisa di jelaskan bahwa masih ada banyak konsumen yang tidak setuju dengan kualitas pelayanan yang telah di berikan oleh warung subak, untuk itulah penelitian ini diadakan.

Penelitian ini berupaya menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak dan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Harapan yang dirasakan saat konsumen menerima jasa yang diharapkan akan dipersepsikan baik atau memuaskan pada kualitas jasa yang diterma. Kualitas ideal diperoleh jika layanan yang diterima atau dirasa melampaui harapan pelanggan. Sebaliknya layanan yang buruk diperoleh jika rasa yang di terima lebih rendah daripada yang diharapkan.

Dimensi Kualitas Jasa (Pelayanan)

Lima dimensi pokok dimensi kualitas jasa (pelayanan) menurut dalam Tjiptono (1985:87) yaitu: (1) Bukti langsung (*tangibles*); (2) Keandalan (*reliability*); (3) Daya Tanggap (*responsiveness*); (4) Jaminan (*assurance*); dan (5) Empati (*empathy*)

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan adalah semacam langkah perbandingan atau penilaian antara pengalaman dengan harapan pelanggan yang nantinya menhasilkan rasa puas apabila sesuai dengan harapannya. Dengan kata lain, jika pelanggan merasa kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sedangkan apabila kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Rumusan Hipotesis Penelitian

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Evaluasi kognitif jangka panjang mendasari persepsi konsumen tentang kualitas terhadap penyerahan jasa perusahaan, sedangkan emosi yang dipersepsikan dalam jangka yang pendek terhadap pengalaman jasa tertentu merupakan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan yang meliputi, keandalan, daya tanggap, bukti langsung, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Zurni Zahar Samosir (2005), Krishna dkk (2010) dan penelitian Agung (2003). Sehingga hipotesis yang sesuai dalam penelitian ini adalah:

H1. kualitas layanan yang meliputi bukti langsung,keandalan,daya tanggap,jaminan, dan empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.

Pengaruh Bukti Langsung (*Tangibles*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Bukti langsung merupakan demensi yang dapat dilihat dan diamati secara langsung oleh konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap bukti langsung maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Penelitian Rina (2009), Arya (2008) dan Seguro (2008) menyebutkan bahwa variable bukti langsung berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sehingga hipotesis yang sesuai adalah:

H2. Bukti langsung berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.

Pengaruh Keandalan (*Relianility)* Terhadap Kepuasan Konsumen

Faktor keandalan perlu diperhatikan karena semakin handal suatu perusahaan yang meliputi ketepatan dari pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan dapat membuat konsumen yang setia. Terdapat hubungan yang positif antara keandalan dengan kepuasan konsumen, didukung oleh hasil penelitian oleh Samuel dan Foejiwati (2005), Hadiati dan Ruci (1999) dan Setiawan (2005). Sehingga hipotesis yang sesuai dalam penelitian ini adalah:

H3. Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.

Pengaruh Daya Tanggap *(Responsiveness)* Terhadap Kepuasan Konsumen

Daya tanggap yang tinggi dari pihak perusahaan akan memberikan rasa kepercayaan kepada konsumen bahwa mereka akan selalu tertolong karena pihak perusahaan dapat menanggapi semua keluhan konsumen dengan cepat dan tanggap. Terdapat hubungan yang positif antara daya tanggap dengan kepuasan konsumen, yang didukung oleh penelitian dari Syahlan (2007), Samosir (2005) dan Natalisa (2007). Sehingga hipotesis yang sesuai dalam penelitian ini adalah:

H4. Daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.

Pengaruh Jaminan *(Assurance)* Terhadap Kepuasan Konsumen

Peningkatan kepuasan konsumen akan mengakibatkan semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan, dimana hasil ini sesuai dengan penelitian

yang dilakukan Barbara dan Rojsek (2010), Emy dan Tony (2008) dan Jakuso (2010). Sehingga hipotesis yang sesuai dalam penelitian ini adalah:

H5. Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.

Pengaruh Empati *(Emphaty)* Terhadap Kepuasan Konsumen

Perhatian dari pihak pengelola perusahaan dalam melayani konsumen merupakan nilai lebih bagi konsumen, hal ini akan menambah kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Semakin baik persepsi konsumen terhadap empati maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat, hal ini sejalan dengan penelitian Anber dan Shiren (2011), Arief dan Yahya (2010) dan Gloria (2010). Sehingga hipotesis yang sesuai dalam penelitian ini adalah:

H6. Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.

Metodologi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Warung Subak, yang beralamat di Jl. Astasura No. 27, Denpasar dengan objek penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.

Definisi Operasional Variabel

1) Variabel bebas (*independent*), terdiri dari:
    a) Bukti langsung (X1) yaitu kondisi lingkungan, fasilitas parkir, penampilan, dan kerapian karyawan

b) Keandalan (X2) yaitu kemampuan karyawan dan kecepatan melayani konsumen

c) Daya Tanggap (X3) yaitu ketanggapan karyawan dalam pelayanan dan kesiapan membantu konsumen.

d) Jaminan (X4) yaitu keterampilan karyawan, pelayanan yang ramah, kebersihan, dan kesegaran makanan

e) Empati (X5) yaitu perhatian karyawan, mengutamakan kepentingan konsumen, dan komunikasi yang baik dengan konsumen

2) Variabel terikat (*dependent*), yaitu:

a) Kepuasan konsumen (Y) persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Warung Subak sesuai dengan harapan, persepsi konsumen terhadap pelayanan Warung Subak yang melebihi harapan, dan persepsi konsumen terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan Warung Subak.

Metode Penelitian Populasi dan Sampel

Teknik penentuan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Karena jumlah pernyataan dalam penelitian ini adalah 17 butir maka ukuran sampel menjadi di antara 85-170. Namun berdasarkan pertimbangan kepraktisan dan biaya, ukuran sampel di tetapkan sebanyak 85 orang.

Teknik Analisis Data

Penelitian menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan sekaligus pengaruh antara bebarapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian secara bersama-sama dilakukan dengan uji F dan

parsial dengan uji t. Pengujian asumsi menggunakan uji normalitas, multikolinieritas, dan heterokedastisitas

Karakteristik Responden

Responden sebagian besar berumur antara ≥ 47 tahun dengan persentase sebesar 25,9 persen. Sedangkan, jumlah responden yang berumur 16 – 26 tahun merupakan jumlah responden dengan persentase 5,9 persen. Hal ini menunjukkan bahwa, konsumen Warung Subak, Denpasar sebagian besar berumur antara ≥ 47 tahun.

Sebagian besar responden laki-laki dengan persentase 58,8 persen dan terendah adalah perempuan sebanyak 41,2 persen. Hal ini menunjukkan bahwa, sebagian besar konsumen pada Warung Subak Denpasar adalah laki-laki.

Dalam tingkat pendidikan, responden memiliki tingkat pendidikan sarjana yaitu, dengan persentase 64,7 persen. Sedangkan, jumlah terendah yaitu dengan persentase 11,8 persen berpendidikan SMA. Hal ini menunjukkan bahwa, responden atau konsumen Warung Subak Denpasar sebagian besar berpendidikan sarjana.

Sebagian besar responden bekerja sebagai wiraswasta dengan persentase 35,3 persen. Sedangkan, jumlah responden terendah yaitu pelajar/mahasiswa dengan persentase 11,8 persen. Hal ini menunjukkan bahwa, responden atau konsumen pada Warung Subak Denpasar sebagian besar adalah dari kalangan wiraswasta.

Dalam penghasilan, responden berpenghasilan 1 – 3 juta dengan persentase 58,8 persen. Sedangkan, jumlah responden terendah yaitu belum

berpenghasilan dengan persentase 11,8 persen. Hal ini menunjukkan bahwa, responden atau konsumen pada Warung Subak Denpasar sebagian besar berpenghasilan 1- 3 juta

Hasil Penelitian

Uji instrumen

Pengujian validitas memperoleh hasil bahwa setiap butir telah memenuhi syarat minimum korelasi antara butir dengan skor total tersebut positif dan nilainya lebih besar dari 0,30 dengan nilai korelai paling kecil adalah 0,622. Nilai *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas telah lebih besar dari 0,6 untuk setiap variabel. Sehingga seluruh variabel yang digunakan telah memenuhi syarat untuk dijadikan instrumen.

Uji asumsi klasik

Pada uji normalitas hasil uji menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig*. 0,083 yang lebih besar dari 0,05. maka, dapat dinyatakan bahwa model uji telah memenuhi syarat normalitas data. Model uji tidak terdeteksi kasus multikolinearitas atau dapat dikatakan tidak ada multikolinearitas, karena nilai *tolerance* untuk ketiga variabel bebas lebih besar dari 0,1 sedangkan, nilai VIF kurang dari 10. Model uji juga terbebas dari kasus heterokedastisitas, karena seluruh variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel terikatnya yang dalam hal ini *absolute* ei

Regresi linier berganda

Hasil regresi linier berganda sebagai berikut :

$Y = 0{,}887 + 0{,}126\ X_1 + 0{,}174\ X_1 + 0{,}246\ X_3 + 0{,}184\ X_4 + 0{,}507\ X_5$

Dimana :

Y = Kepuasan
a = Bilangan konstanta sebesar 0,887
X_1 = Bukti langsung sebesar 0,126
X_1 = Keandalan sebesar 0,174
X_3 = Daya tanggap kerja 0,246
X_4 = Jaminan 0,184
X_5 = Empati 0,507

Uji regresi bersama-sama (F-test)

Pengujian regresi secara bersama-sama diperoleh nilai (5 ; 79) adalah sebesar 2,3 dengan nilai yang dihasilkan adalah sebesar 41,11. Karena F_{hitung} lebih besar dari $F_{tabel,}$ maka bukti langsung, keandalan,daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Warung Subak, Denpasar.

Uji regresi parsial (t-test)

Uji regresi parsial (t-test) dilakukan untuk menguji hipotesis bukti langsung (X_1), keandalan (X_2),daya tanggap kerja (X_3),jaminan (X_4), empati(X_5) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y) konsumen Warung Subak, Denpasar.

1) Pengaruh Bukti langsung (X_1) Terhadap Kepuasan (Y) KonsumenPada Warung Subak, Denpasar

Bukti langsung secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak, Denpasar dengan Nilai t_{tabel} (0,013; 79) adalah sebesar ± 1,6. Nilai t_{hitung} yang dihasilkan adalah sebesar 2,531. Semakin baik

persepsi konsumen terhadap bukti langsung maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rina (2009) dan Seguro (2008) menyebutkan bahwa variabel bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Menurut konsep serv-qual, dalam Kasmir (2008;34) mengatakan bahwa salah satu yang paling penting diperhatikan disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan sehingga pelanggan menjadi nyaman.

2) Pengaruh Keandalan (X_2) Terhadap Kepuasan (Y) KonsumenPada Warung Subak, Denpasar

Keandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak, Denpasar dengan Nilai t_{tabel} (0,000 ; 79) adalah sebesar ± 1,6. Nilai t_{hitung} yang dihasilkan adalah sebesar 3,803. Hasil ini konsisten dengan Samuel (2005), Foejiwati (2005) dan Septiawan (2005). Menurut Arief (2007:126) mengatakan bahwa ketika suatu pelayanan ingin mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan maka perusahaan harus memberikan jasanya secara tepat sesuai dengan janjinya serta keandaalan dalam proses pelayanan.

3) Pengaruh Daya Tanggap (X_3) Terhadap Kepuasan (Y) KonsumenPada Warung Subak, Denpasar

Daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak, Denpasar dengan nilai t_{tabel} (0,003 ; 79) adalah sebesar ± 1,6 dan nilai t_{hitung} yang dihasilkan adalah sebesar 3,029. Hasil konsisten dengan Syahlan (2007) dan Natalisa (2007). Menurut Kasmir (2008:35) berpendapat bahwa salah satu ciri pelayanan yang baik dan harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan adalah karyawan yang harus mampu melayani secara tepat dan tepat yang berarti bahwa dalam melayani pelanggan

diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur dalam batasan waktu yang normal.

4) Pengaruh Jaminan (X_4) Terhadap Kepuasan (Y) KonsumenPada Warung Subak, Denpasar

Jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak, Denpasar dengan nilai t_{tabel} (0,003 ; 79) adalah sebesar ± 1,6 dan nilai t_{hitung} yang dihasilkan adalah sebesar 3,029. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat, dimana hasil ini konsisten dengan Barbara dan Rojsek (2010) dan Jakuso (2010). Menurut Kasmir (2008;37) menyatakan bahwa dalam menumbuhkan rasa nyaman dan percaya pada perusahaan sering kali mengharapkan adanya sikap sopan dan senyum dari karyawan. Disamping itu reputasi perusahaan yang baik akan memberi rasa aman bagi nasabah dalam melakukan transasksi dan munculnya percaya dalam diri nasabah.

5) Pengaruh Empati (X_5) Terhadap Kepuasan (Y) KonsumenPada Warung Subak, Denpasar

Empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak, Denpasar dengan nilai t_{tabel} (0,003 ; 79) adalah sebesar ± 1,6 dan nilai t_{hitung} yang dihasilkan adalah sebesar 8,341. Kepuasan konsumen akan semakin meningkat apabila persepsi konsumen terhadap empati semakin baik, dimana hal ini konsisten dengan penelitian Anber dan Shiren (2011),Gloria (2010). Teori kualitas pelayanan (Simamora, 2004) yang menyatakan bahwa empati merupakan sikap kepedulian yang dilakukan konsumen dengan memberikan perhatian lebih kepada konsumen. Menurut kashmir (2008;34)

kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayani, karyawan harus ramah, sopan dan menarik.

Analisis *standardized coefficients beta*

Variabel empati (X_5) adalah variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan (Y) konsumen pada Warung Subak, Denpasar dengan nilai *standardized coefficients beta* yang tertinggi yaitu 0,543.

Kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Arya Paramarta (2008) dimana dimensi kualitas pelayanan memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu pula Maya (2006) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan memberi pengaruh yang signifikan di Universitas Widyatama terhadap kepuasan mahasiswa.

Simpulan

Simpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1) Bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.
2) Secara parsial kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar dipengaruhi oleh bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara signifikan.
3) Empati merupakan variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen pada Warung Subak Denpasar.

Saran

Manajemen perusahaan perlu memperluas sarana parkir yang ada dengan memanfaatkan badan jalan serta menyediakan tukang parkir yang siap memandu parkir, pada kerapian penampilan karyawan perlu ditingkatkan lagi. Manajemen perlu memberitahukan kepada karyawan Warung Subak, kecepatan karyawan dalam menangani proses pelayanan yang diberikan lebih cepat agar konsumen merasa puas. Perlu adanya penempatan karyawan di area tempat makan sehingga konsumen dapat dengan mudah menyampaikan keperluannya. Karyawan harus lebih bersikap ramah dalam melayani konsumen, sehingga diharapkan setiap karyawan baru mendapatkan pelatihan tentang cara pelayanan yang ramah. Manajemen agar meningkatkan pelayanan, keramahtamahan, menjaga kepercayaan dan menciptakan citra perusahaan yang baik pada konsumen. Sehingga konsumen tetap mendapatkan prioritas utama.

Daftar Rujukan

Agyapong, Gloria K.Q. 2011. *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana).*International Journal of Business and Manajement, 6(5): h:203-210.

Ahmed, Ishfag, dan Muhammad Musarrat Nawaz. 2010. *Impact of Service Quality on Customers Satisfaction: Empirical evidence from telecom sector of Pakistan.* Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, 1(12): h:98-114.

Anber Abraheem Shlash Mohammad dan ShireenYaseen Mohammad Alhamadani. 2011. *Service Quality Perspectives and Customer*

Satisfaction in Commercial Banks Working in Jordan. Middle Eastern Finance and Economics, ISSN: 1450-2889, Issue 14,h:61-73.

Arief, Mohammad dan A. Yahya Suryawinata. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas Mahasiswa Universitas Trunojoyo.*Jurnal Studi Manajemen. 4(1): h:1-12.

Arief.Mts. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan, Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*. Penerbit Bayumedia *Publishing*, Malang.

Ariyanti, Maya, Tendi Haruman, Iwan Ridwansyah dan Stevanus Adree. 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan MahasiswaUniversitas Widyatama.* Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi, 7(3): h:873-887.

Arya Paramarta Wayan.2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar*. Forum Manajemen, 6(2): h:1-14.

Barbara Culiberg dan Ica Rojsek.2010. *Identifying Service Quality Dimensions As Antecedents To Costumer Statisfaction In Retail Banking*. Economic and Business Review, 12(3): h:151-166.

CAO Canming dan CHEN Jianjun. 2011. *"An Empirical Analysis of the Relationship Among the Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty of High Speed Railway Based on Strctural Equation Model".* Canadian Social Science, 7(4): h:45-63.

Gocek, Ikilem, Senem Kursun dan Yesim Iridag Beceren. 2007. *The Perception of Customer Satisfaction in Textile Industry According to Genders in Turkey.* International Journal of Human and Social Sciences, 2(6): h:341-344.

Hadiati, Sri dan SarwiRuci. 1999. *Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 1(1): h:56-64.

Jakouso, Katri.*Sales Persons' Work Methods Influence On Costumer Statisfaction and Organisation Activities*. Journal of Global Strategic Management, 2010.

Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. PT Raja Grafindo. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1.Jakarta: PT Indeks.

Krishna Naik, C.N. ,Swapna Bhargavi Gantasala, Gantasala V. Prabhakar. 2010. *Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing.*Europan Journal of Social Sciences, 16(2): h:231-243.

Lovelock, Christoperdan Lauren Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Indeks.Jakarata.

Natalisa, Diah. 2007. *"Survey Kepuasan Pelanggan Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya".* Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, 2(9): h:314-327.

Purba, Jan Horas V. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (StudiKasuspada Robinson Departemen Store)*.JurnalIlmiah Ranggagading, 5(2): h:119 – 124.

Ravichandran , K. , B. Tamil Mani, S. Arun Kumar, S. Prabhakaran. 2010. *Influence of Service Quality on Customer Satisfaction Application of Servqual Model.* International Journal of Business and Management, 5(4): h:345-358.

Samuel, Hatanedan Foedjiawati. 2005. *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merk (StudiKasusRestoranThe Prime Steak & Ribs Surabaya)*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, 7(1): h:74-82.

Seguro,Waseso. 2008. *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Seluler DiJawa Barat*. JurnalEkonomiBisnis, 3(13): h:54-62.

Setiawan, Rudy. 2005.*"Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna KeretaApi Komuter Surabaya – Sidoarjo".* Simposium VIII FSTPT, Universitas Sriwijaya, 5-6 Desember.

Shaikh, Amjad Ali danNaveed Ur Rehman Khan. 2011. *Impact Of Service Quality On Costumer Statisfaction: Evidences From The Resturant Industry In Pakistan.* Management&Marketing, 11(2): h:344-355.

Sume, Syahlan A. 2007. *Analisis Lokasi Perusahaan dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (StudiKasuspada PT. Hotel Salak The Heritage Bogor).* JurnalIlmiahRanggagading, 7(2): h:138-142.

Suparyani, Emmy dan Tony. 2008. *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelayanan Internet Banking (Klik BCA) Pada PT. BCA, Tbk. Cabang Merdeka).* Jurnal Ilmiah Ranggagading, 8(1): h:37- 43.

Samuel, Hatanedan Foedjiawati. 2005. *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merk (Studi Kasus RestoranThe Prime Steak & Ribs Surabaya)*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, 7(1): h:74-82.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi.Yogyakarta.

Utama, Agung. 2003. *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*, 1(2): h: 146-158.

Zahara Samosir, Zurni. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU*. Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, 1(1): h:134-148.