

**KUALITAS PELAYANAN (*RELIABILITY, RESPONSIVENESS,
ASSURANCE, EMPHATY, TANGIBLES*) DI LEGEND PREMIUM
COFFEE YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh :

Nur Dwi Jayanti

NIM. 11511244017

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

KUALITAS PELAYANAN (*RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPHATY, TANGIBLES*) DI LEGEND PREMIUM COFFEE YOGYAKARTA

Oleh :
Nur Dwi Jayanti
NIM. 11511244017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : kualitas pelayanan di Legend Premium Coffee Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian dilakukan pada bulan October 2015-Mei 2016 di Legend Premium Coffee Yogyakarta. Populasi pengunjung dalam seminggu mencapai 500 orang. Sampel penelitian adalah konsumen yang membeli makanan dan minuman di Legend Premium Coffee dengan jumlah 85 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket tertutup dengan skala *Likert*. Uji validasi instrumen dengan jumlah responden 30 orang menggunakan validitas konstruk *expert judgement* dan validitas isi dengan kolerasi *Product Moment*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kualitas pelayanan di Legend Premium Coffee pada kategori baik 66% dan cukup 34%, pada indikator kualitas pelayanan kehandalan memiliki kategori baik 62,3% dan cukup 37,7%, ketanggapan memiliki kategori baik 34% dan cukup 66%, jaminan memiliki kategori baik 43,5% dan cukup 56,%, perhatian memiliki kategori baik 55,4% dan cukup 44,5%, bukti fisik memiliki kategori baik 70,5% dan cukup 29,5%.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Legend Premium Coffee

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi

KUALITAS PELAYANAN (*RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPHATY, TANGIBLES*) DI LEGEND PREMIUM COFFEE YOGYAKARTA

Disusun oleh:

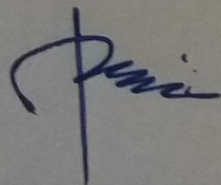
Nur Dwi Jayanti
NIM 11511244017

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan Ujian Akhir Tugas Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, Juni 2016

Mengetahui,

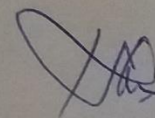
Ketua Program Studi
Pendidikan Teknik Boga,



Dr. Mutiara Nugraheni, STP., M.Si.

NIP. 19770131 200212 2

Disetujui,
Dosen Pembimbing,



Sutriyati Purwanti, M.Si.

NIP. 19611216 198803 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

KUALITAS PELAYANAN (RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPHATY, TANGIBLES) DI LEGEND PREMIUM COFFEE YOGYAKARTA

Disusun oleh:
Nur Dwi Jayanti
Nim. 11511244017

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Akhir Skripsi Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Universitas Negeri Yogyakarta Pada tanggal 29 Juni 2016

TIM PENGUJI

Nama/Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Sutriyati Purwanti, M.Si. Ketua Penguji/Pembimbing		29 / 06 / 2016
Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd. Sekertaris		29 / 06 / 2016
Dr. Mutiara Nugraheni Penguji		29 / 06 / 2016

Yogyakarta, Oktober 2016
Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,


.....

Dr. Widarto, M.Pd
NIP. 19631230 198812 1 001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Dwi Jayanti

NIM : 11511244017

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) Terhadap Kepuasan Konsumen Di Legend Premium Coffee Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,
Yang menyatakan,

Nur Dwi Jayanti
NIM. 11511244017

MOTTO

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

(Thomas Alva Edison)

Berangkat dengan penuh keyakinan. Berjalan dengan penuh keikhlasan. Istiqomah dalam menghadapi cobaan. YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH.

Hadir terlambat memang lebih baik dari pada tidak hadir sama sekali tetapi bila berkali-kali adalah suatu kecerobohan

Manusia tak selamanya benar dan tak selamanya salah, kecuali ia yang selalu mengoreksi diri dan membenarkan kebenaran orang lain atas kekeliruan diri sendiri.

“Hai orang-orang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S. Al-Baqarah : 153)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahilahi rabbil'alamina segala puji dan syukur atas karunia yang telah Allah SWT berikan padaku, sehingga laporan Tugas Akhir Skripsi ini bisa diselesaikan

Rasa syukur ini saya persembahkan kepada :

"Bapak dan ibuku tercinta dan seluruh keluarga yang mengajarkan saya tentang jujur, ikhlas dan tanggung jawab dalam segala hal serta selalu mendoakan disetiap sujudnya"

"Yang saya hormati para dosenku, dosen pembimbingku dan almamaterku untuk dedikasinya yang sedemikian besar bagi kampus"

"Teman-teman Pendidikan Teknik Boga S1 Non Reguler 2011 kelas D yang selalu memberikan bantuan dan semangat"

Keluarga Besar Manajemen Legend Premium Coffee Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan bagi saya membuat karya untuk masa depan lebih baik"

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Legend Premium Coffee Yogyakarta" ini dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Beekenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Sutriyati, M.Si., selaku Dosen Pembimbing TAS Prodi Pendidikan Teknik Boga yang telah banyak memberikan semangat, dorongan, dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dewi Eka Murniati, MM., selaku Validator instrumen penelitian TAS yang memberikan saran/masukan perbaikan sehingga penelitan TAS dapat terlaksana sesuai dengan tujuan.
3. Dr. Mutiara Nugraheni, selaku Penguji yang memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap TAS ini dan selaku Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana dan Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Boga beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya TAS ini.
4. Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd, selaku Sekertaris yang memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap TAS ini.
5. Dr. Widarto, M.Pd, Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta memberikan persetujuan pelaksanaan TAS.

6. Akhadi Widianoro, Managen Legend Premium Coffee Yogyakarta yang telah memberikan ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian TAS.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapat balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi para pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, Juni 2016

Penulis,

Nur Dwi Jayanti

NIM. 11511244017

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	9
1. Pelayanan	9
a. Definisi Pelayanan.....	9
b. Sifat dan klasifikasi pelayanan.....	10
c. Karakteristik pelayanan	11
d. Keterampilan Dasar Pelayanan.....	11
2. Kualitas pelayanan	12
a. Definisi kualitas pelayanan.....	12
b. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan	14
3. Konsumen atau Pelanggan	21
4. Restoran atau Cafeteria	22
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	24
C. Kerangka Berpikir	26

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian	28
B. Tempat dan Waktu Penelitian	28
C. Populasi.....	28
D. Definisi operasional variabel	29
E. Teknik dan instrumen penelitian	30
F. Validitas dan reabilitas instrumen.....	32
G. Teknik analisis data	35

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi data	38
B. Hasil penelitian.....	38
C. Pembahasan	51

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Simpulan	57
B. Implikasi.....	57
C. Keterbatasan Penelitian	58
D. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA	60
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-kisi instrumen penelitian	32
Tabel 2. Pedoman interpretasi terhadap koefisien kolerasi	34
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	35
Tabel 4. Pengkategorian skor.....	37
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 6. Kategori variabel Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 7. Sub-variabel Kehandalan	41
Tabel 8. Kategori sub-variabel Kehandalan.....	42
Tabel 9. Sub-variabel Ketanggapan	43
Tabel 10. Kategori sub-variabel Ketanggapan.....	43
Tabel 11. Sub-variabel Jaminan	45
Tabel 12. Kategori sub-variabel Jaminan.....	45
Tabel 13. Sub-variabel Perhatian.....	46
Tabel 14. Kategori sub-variabel Perhatian	47
Tabel 15. Sub-variabel Bukti Fisik.....	48
Tabel 16. Kategori sub-variabel Bukti Fisik	49
Tabel 17. Keseluruhan Presentase Sub-Variabel Kualitas Pelayanan	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka berpikir	27
Gambar 2. Kategori Variabel Kualitas Pelayanan	40
Gambar 3. Kategori Sub-variabel Keandalan	42
Gambar 4. Kategori skor sub-variabel Ketanggapan	44
Gambar 5. Kategori Skor Sub-variabel Jaminan	46
Gambar 6. Kategori Skor Sub-variabel Perhatian.....	47
Gambar 7. Kategori Skor Sub-variabel Bukti Fisik.....	49
Gambar 8. Kategori Seluruh Sub-variabel Kualitas Pelayanan.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

Lampiran 2. Uji coba Instrumen

Lampiran 3. Analisis Data

Lampiran 4. Surat Penelitian

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota pelajar, selain itu kota Yogyakarta juga merupakan kota pariwisata. Peningkatan kuliner di Yogyakarta juga merupakan sasaran yang tepat bagi para wisatawan, mahasiswa hingga pebisnis atau pengusaha. Makanan memiliki daya tarik tersendiri di dalam bidang kuliner, dengan adanya perkembangan di sektor pariwisata, maka para pengusaha dalam bidang jasa boga berlomba-lomba menawarkan berbagai produk makanan seperti produk kuliner moderen (produk asli barat), kuliner tradisional, ataupun produk kuliner yang sudah dimodifikasi antara moderen dengan tradisional. Yogyakarta juga merupakan kota pelajar sehingga banyak orang yang datang ke Yogyakarta dengan tujuan untuk menuntut ilmu. Keberadaan pendatang yang menuntut ilmu juga merupakan hal yang baik dan membuka lapangan pekerjaan salah satunya yaitu membuka usaha bidang jasa boga.

Keberadaan pendatang dan pelajar tersebut banyak dimanfaatkan warga Jogja untuk membuat warung makan maupun warung minuman, pendatang yang bertujuan menuntut ilmu menjadikan banyak muncul pengusaha bidang jasa boga di kota pelajar ini, mereka berlomba-lomba untuk dapat menarik pembeli agar datang ke warung mereka. Persaingan yang semakin tinggi dapat dilihat dari kualitas pelayanan. Banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi lancar dan tidaknya usaha makanan dan minuman. Bentuk pemanfaatan keberadaan orang asing dan pendatang salah satunya mahasiswa yang menempuh studi dimanfaatkan dengan baik oleh warga atau pengusaha dengan membuka warung

tongkrongan atau bisa disebut juga dengan warung kopi kata lain bahasa moderennya adalah cafe.

Cafe yang berada di Yogyakarta banyak dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk berdiskusi, mengerjakan tugas, dan dimanfaatkan juga untuk tempat melepas penat dengan bersenda gurau di tempat tongkrongan tersebut. Cafe sering dipilih oleh mahasiswa untuk melakukan berbagai kegiatan, biasanya dikarenakan makanan dan minuman yang lengkap dan murah serta letak lokasi yang nyaman. Cafe kebanyakan menyediakan menu yang lengkap baik makanan yang ringan, makanan berat serta minuman.

Cafe yang berada di Yogyakarta sangat banyak sekitar lebih dari 20 cafe dan mudah kita jumpai, beberapa nama cafe di Jogja antara lain cinnamon cafe, peacock coffee, bong kopitown, epic cafe, dan masih banyak lagi cafe dari yang sebagian disebutkan, karena banyaknya tempat tongkrongan, para pengusaha saling berebut untuk menarik konsumen agar datang ketempat tersebut. Persaingan yang berat juga menuntut untuk tetap usaha harus laku atau ramai dikunjungi para konsumen, banyak kita jumpai pengusaha cafe yang gulung tikar atau tutup (bangkrut) karena tidak mampu mengatasi persaingan antar pengusaha. Untuk merebut hati atau perhatian dari konsumen kunci pokok keberhasilan usaha cafe adalah konsumen dan faktor pendukung lainnya.

Konsumen membeli suatu produk makanan tentunya tidak asal membeli begitu saja, tetapi mereka akan memilih dan mencari tempat makan yang bersih, enak, nyaman, harga yang bersaing serta pelayanan yang cepat, tepat dan ramah. Upaya memenuhi keinginan konsumen merupakan kunci sukses memenangkan persaingan antara perdagangan, wisata maupun kuliner. Setiap konsumen menghendaki pelayanan yang maksimal dari setiap perusahaan berikan. Pelayanan

maksimal yang didapat oleh konsumen akan dapat meningkatkan kesejahteraan antara konsumen dengan perusahaan. Munculnya kesejahteraan dan kenyamanan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, terciptanya loyalitas konsumen, dan dapat membentuk rekomendasi konsumen tersebut dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan. Membangun kesejahteraan dan kenyamanan pada konsumen sangat tidak mudah dan tidak begitu saja dapat diraih, tetapi memerlukan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen guna meyakinkan konsumen untuk setia pada produk atau jasa yang kita tawarkan. Konsumen yang merasa suka dengan pelayanan dari perusahaan akan menyampaikan pengalaman positif kepada orang lain, bahkan mereka bersedia merekomendasikan tempat perusahaan kepada orang lain. Namun sebaliknya, apabila konsumen tidak menyukai pelayanan dari perusahaan akan menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain yang dapat menimbulkan sikap dan penilaian negatif dari orang tersebut. Para pengusaha memanfaatkan keberadaan konsumen sebagai sumber pendapatan. Melihat sebab tersebut bisa dikatakan konsumen adalah manusia atau orang yang menggunakan barang ataupun jasa dan barang dan jasa tersebut digunakan sebagai alat pemuas kebutuhan bagi diri sendiri maupun orang lain.

Untuk memberikan kualitas pelayanan kepada konsumennya, para pengusaha jasa boga harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada mereka, yang terutama adalah menyangkut kualitas produk. Dengan mutu pelayanan makanan yang baik maka para konsumen akan merasa tertarik dan datang lagi untuk menikmati hidangan tersebut. Banyak pengusaha menganggap mutu pelayanan adalah hal yang remeh. Mereka hanya memberikan mutu pelayanan yang baik

pada saat baru mulai beroperasi, tetapi lama kelamaan mutu pelayanan yang diberikan semakin buruk. Hal itu tentu saja akan membuat konsumen merasa tidak puas dan menyebabkan perusahaan ditinggalkan oleh konsumennya.

Cafe atau Restoran termasuk dalam kategori jasa yang didalamnya terdiri dari barang (produk) dan jasa (pelayanan). Pelayanan pada Legend Premium Coffee adalah salah satu bentuk usaha jasa yang menyangkut kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*). Perusahaan harus mempertimbangkan kepuasan konsumen selain pencapaian keuntungan. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, dengan ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen secara langsung dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan untuk mencapai kepuasan yang dirasakan konsumen.

Legend Premium Coffee merupakan perusahaan dibidang kuliner yang mulai berdiri pada 28 September 2013. Legend Premium Coffee diluncurkan oleh Legend Coffeee Groups yang terletak di Jl. Abu Bakar Ali no 28 Kota Baru Yogyakarta (Timur Legend Coffeee). Cafe ini masih dikatakan belum lama berdiri, terhitung dari berdirinya pada tahun 2013 hingga kini tahun 2016 cafe ini sudah terlihat ramai pengunjung. Cafe ini menyediakan tempat untuk *hangout* dan *meeting point* komunitas yang paling nyaman dan strategis. Dengan tema *Games* yang sudah menjadi ciri khas Legend Coffee plus ditambah variasi-variasi *console* dan *games* baru dijamin bikin tambah betah dan ketagihan. Parkir Luas dan Kapasitas besar menjadi daya tarik untuk jadi tempat Kumpul Komunitas. Legend Premium menawarkan program-program menarik untuk *meeting room*, *gathering* hingga

B'day Bash. Legend Premium juga mempunyai *event* reguler seperti nonbar bola, kumpul komunitas hingga akustik *night* setiap minggunya. *Event* ini dirancang agar bisa mewadahi banyaknya komunitas kreatif di jogja.

Persaingan antar usaha sejenis yang semakin berkembang dengan ditandai tingginya tingkat konsumtif masyarakat terhadap minuman dan makanan merupakan urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan primer manusia. Upaya untuk mempertahankan usaha serta pelanggannya, maka tingkat kualitas pelayanan harus diperhatikan dan konsisten. Dengan kata lain semakin baiknya kualitas pelayanan semakin banyak pula konsumen akan setia dan semakin tinggi hasil penjualan yang diperoleh selama usaha didirikan beraktivitas.

Berdasarkan observasi awal telah dilakukan wawancara kepada konsumen Legend Premium sebanyak sepuluh orang yang menyatakan bahwa mereka sering datang ke Legend Premium dengan keperluan diantaranya adalah nongkrong bersama teman, mengerjakan tugas dan meeting untuk pekerjaan. Konsumen Legend Premium yang di wawancara itu mengatakan bahwa mereka datang ke Legend Premium dengan sering karena mereka merasa tempat yang disediakan nyaman buat nongkrong, suasananya pun juga tenang, harga di cafe tersebut cocok dengan kantong para mahasiswa, menu di Legend Premium lengkap, tetapi ada konsumen yang berkata bahwa di ruang dalam konsumen itu merasa tidak nyaman dikarenakan banyak nyamuk di bagian bawah meja. Cafe tersebut menyediakan tempat untuk kumpul orang banyak (komunitas), selain itu juga menyediakan *private area* bagi pengunjungnya. Ini yang menyebabkan Legend Premium Coffee ramai dikunjungi para konsumennya.

Legend premium melayani konsumennya dengan cepat dan tanggap. Namun, ada konsumen yang menyatakan bahwa pelayanpun juga kurang teliti dalam

melayani, karena pada saat itu pesanan yang sudah dipesan lama tidak dihidangkan, dari jawaban pelayan Legend Premium merasa nota pesanan no meja tersebut hilang. Selain itu, ada beberapa konsumen menyatakan bahwa ada hidangan yang tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan dan makanan yang dihidangkan tidak terlihat baru atau hangat yang pada saat itu konsumen memesan menu jamur krispy, sehingga konsumen merasa kecewa atas pesanan pada produk tersebut. Kemudian ada yang menyatakan pelayan di Legend Premium kurang ramah saat menghidangkan makanan di meja konsumen dan pelayan juga melakukan kesalahan bahwa pelayan salah menaruh pesanan yang seharusnya bukan pesanan pada meja tersebut.

Konsumen harus diberi pelayanan yang baik, apabila konsumen tidak diberi pelayanan yang baik maka yang akan terjadi adalah konsumen tersebut akan pergi dan tidak mau kembali lagi dan konsumen akan berlari ke perusahaan pesaing dan konsumen tersebut akan menjadi pelanggan dari perusahaan pesaing. Melihat latar belakang di atas maka peneliti tertarik ingin mengungkap **"Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) di Legend Premium Coffee Yogyakarta"**.

B. Identifikasi Masalah

Usaha boga sekarang menjadi bidang usaha yang sangat menguntungkan sebab banyaknya orang lebih suka berbelanja makanan dari pada membuatnya sendiri. Kebiasaan berbelanja mengakibatkan orang-orang menjadi lebih suka makan siap saji yang menyebabkan banyaknya berdiri berbagai macam usaha boga. Keberadaan usaha boga akan ditentukan oleh beberapa hal seperti fasilitas, pelayanan, kenyamanan, kebutuhan konsumen yang disajikan, dan masih banyak faktor lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut

:

1. Pelayan atau *waiters* di Legend Premium kurang profesional dalam melayani konsumennya, misal: pelayan menghilangkan nota pesanan dari konsumen.
2. Pelayan atau *waiters* di Legend Premium kurang prima saat melayani konsumen, karena pelayan tidak memberikan senyuman pada konsumen saat berhadapan langsung dengan konsumen.
3. Kualitas produk yang ditawarkan di Legend Premium ada yang tidak *fresh* seperti jamur krispy yang dihidangkan tidak hangat.
4. Kenyamanan tempat atau ruangan di Legend Premium kurang diperhatikan sehingga di dalam ruangan konsumen merasa terganggu dengan adanya nyamuk di bawah meja dan kursi.
5. Sejauh ini belum diketahui kualitas pelayanan di Legend Premium.

C. Batasan Masalah

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas konsumen, untuk itu diperlukan suatu batasan masalah. Dengan penelitian ini mencoba untuk mengetahui kualitas pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) yang ada di Legend Premium Coffee Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) di Legend Premium Coffee ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

Mengetahui kualitas pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) di Legend Premium Coffee.

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Sebagai bahan informasi bagi legend coffee yogyakarta dalam bentuk masukan atau saran dalam memberikan kepuasan kepada konsumen dan diharapkan dapat membantu pihak manajemen untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan.
 - b. Pihak manajemen Legend Premium Coffee Yogyakarta diharapkan dapat melakukan langkah yang tepat untuk dapat mengatur ulang cara pelayanan cafe terhadap konsumen sehingga dapat memperbaiki kekurangan yang ada, dan pihak manajemen mampu menetapkan solusi dan kebijakan perusahaan disamping maraknya pesaing-pesaing di bidang usaha boga.

2. Bagi Peneliti

Sebagai sumber informasi bagi peneliti atau mahasiswa tentang penerapan teori yang sudah kemudian diterapkan kembali dilapangan sehingga peneliti mendapatkan pengalaman baru di bidang pemasaran jasa. Diharapkan dapat menjadi pedoman untuk peneliti dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pelayanan

a. Definisi Pelayanan (Jasa)

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya pemberi jasa. Peranan pelayanan akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut bersaing dalam upaya merebut pangsa pasar atau pelanggan. Salah satu cara agar penjualan jasa lebih unggul dibandingkan para pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan pelanggan.

Tingkat kepentingan pelanggan terhadap jasa yang mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Pelanggan memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan. Setelah pelanggan menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka pelanggan nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, para pelanggan akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati sesuai dengan harapan ,mereka akan cenderung memakai kembali produk jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2008:83) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

Menurut Tjiptono (2012:4) pelayanan bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali

tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan.

Menurut Gronross yang dikutip dari Ratminto dan Atik, 2005:2, pengertian pelayanan adalah sebagai berikut:

“Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan sebagai pemberi pelayanan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.”

Dari definisi-definisi tersebut pelayanan atau jasa adalah suatu aktifitas atau kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen namun bentuk dari produk yang ditawarkan tersebut tidak terlihat sedangkan yang terjadi adalah interaksi antara pelayan dengan konsumen.

b. Sifat dan klasifikasi pelayanan (Jasa)

Jasa menurut Kotler dan Keller (2008:39) mempunyai 4 sifat berbeda yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran, sebagai berikut:

- 1) *Intangibility* (tak berwujud): tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli.
- 2) *Inseparability* (tak terpisahkan): sementara barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan dikonsumsi kemudian, jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.
- 3) *Variability* (bervariasi): kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan dan di mana, dan kepada siapa, jasa sangat bervariasi.
- 4) *Perishability* (dapat musnah): jasa tidak dapat disimpan, jadi dapat musnahnya jasa bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi.

c. Karakteristik Pelayanan

Ada beberapa karakteristik yang dimiliki oleh pelayanan menurut zamke (dalam Ratminto dan Atik, 2005:3) yaitu :

- 1) Konsumen memiliki kenangan atau memories atau menerima pelayanan, yang tidak bisa dijual atau diberikan kepada orang lain.
- 2) Tujuan penyelenggaraan pelayanan adalah keunikan, setiap konsumen dan setiap kontak adalah suatu yang dianggap "*special*".
- 3) Suatu pelayanan terjadi disuatu saat tertentu, ini tidak dapat disimpan digudang atau dikirimkan barang contohnya.
- 4) Konsumen melakukan kontrol kualitas dengan cara membandingkan harapan dan pengalaman yang diperolehnya.
- 5) Jika terjadi kesalahan, satu-satunya cara dapat dilakukan oleh karyawan satu-satunya adalah dengan meminta maaf.
- 6) Moral karyawan sangat menentukan untuk kelancaran pemberian pelayanan.

d. Keterampilan dasar pelayanan

Menurut Daryanto dan Ismanto (2014:77), Ada keterampilan dasar yang dapat diterapkan dalam semua strategi pelayanan, yaitu :

- 1) Pusatkan perhatian pada pelanggan. Cara yang dapat ditempuh adalah mendengarkan dengan penuh perhatian dan jangan sekali-kali memotong pembicaraan selain itu, menanggapi pembicaraan pelanggan apabila pelanggan mengharapkan tanggapan anda.
- 2) Memberikan pelayanan yang efisien. Cara yang dapat dilakukan adalah Melayani pelanggan berikutnya segera setelah selesai dengan pelanggan pertama, merencanakan apa yang selanjutnya akan dilakukan dan menindaklanjuti pelayanan sampai tuntas.

- 3) Meningkatkan perasaan harga diri pelanggan. Cara yang dapat dilakukan adalah mengenali kehadiran pelanggan dengan segera, tidak menggurui pelanggan, bagaimanapun pintarnya anda dan memuji dengan tulus serta memberikan penghargaan kepada pelanggan
- 4) Membina hubungan baik dengan pelanggan. Cara yang dapat dilakukan adalah mendengarkan apa yang disampaikan oleh pelanggan tanpa memotong pembicaraannya dan menunjukkan simpati dan berbicara dengan penuh perasaan, untuk menunjukkan bahwa anda mengerti dan memahami perasaan pelanggan.
- 5) Dapat menentukan keinginan pelanggan. Cara yang dilakukan adalah menanyakan kepada pelanggan dan mengulangi kembali apa keinginan pelanggan, kemudian menarik inti dari apa yang dikatakan.
- 6) Mengalihkan pelayanan ke orang lain. Cara yang dilakukan adalah bila seorang pelanggan meminta pelayanan di luar kemampuan anda, cara terbaik adalah mengalihkan pelayanan tersebut kepada orang lain yang lebih mampu.

2. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan dapat berbeda-beda bagi masing-masing individu. Banyak pakar di bidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandang masing-masing, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

Menurut *American Society for Quality Control* (yang dikutip oleh Lupiyoadi, 2001:144) kualitas adalah:

“Keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan bersifat laten.”

Konsep kualitas pelayanan pada dasarnya bersifat *relative*, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dari spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas pelayanan yang seharusnya konsisten satu sama lainnya, yaitu: persepsi pelanggan, produk atau pelayanan, dan proses. Untuk berwujud barang, ketiga orientasi ini dapat dibedakan dengan jelas bahkan produknya adalah proses itu sendiri (Lupiyoadi, 2001:144).

Goetsh dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2001:51) mendefinisikan kualitas sebagai berikut :

“Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, alam dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Definisi kualitas memiliki elemen-elemen sebagai berikut :

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi kebutuhan.
- 2) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia dan lingkungan.
- 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjainya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan.

b. Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan

yang diharapkan konsumen maka kualitas pelayanan perusahaan tersebut baik. Pelayanan yang baik tersebut akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut. Parasuraman (2001: 26) mengemukakan konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas pelayanan "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*).

Inti dari konsep kualitas pelayanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Berdasarkan inti dari konsep kualitas pelayanan "RATER" kebanyakan organisasi kerja yang menjadikan konsep ini sebagai acuan dalam menerapkan aktualisasi pelayanan dalam organisasi kerjanya, dalam memecahkan berbagai bentuk kesenjangan (gap) atas berbagai pelayanan yang diberikan oleh pegawai dalam memenuhi tuntutan pelayanan masyarakat. Aktualisasi konsep "RATER" juga diterapkan dalam penerapan kualitas pelayanan pegawai baik pegawai pemerintah maupun non pemerintah dalam meningkatkan prestasi kerjanya.

Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas pelayanan dengan menerapkan konsep "RATER" yang dikemukakan oleh Parasuraman (2001: 32) sebagai berikut:

1) Ketanggapan (*Responsiveness*):

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2012 : 175) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001:52).

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan daya tanggap atas pelayanan yang diberikan. Setiap orang yang mendapat pelayanan sangat membutuhkan penjelasan atas pelayanan yang diberikan agar pelayanan tersebut jelas dan dimengerti. Untuk mewujudkan dan merealisasikan hal tersebut, maka kualitas layanan daya tanggap mempunyai peranan penting atas pemenuhan berbagai penjelasan dalam kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Apabila pelayanan daya tanggap diberikan dengan baik atas penjelasan yang bijaksana, penjelasan yang mendetail, penjelasan yang membina, penjelasan yang mengarahkan dan yang bersifat membujuk, apabila hal tersebut secara jelas

dimengerti oleh individu yang mendapat pelayanan, maka secara langsung pelayanan daya tanggap dianggap berhasil, dan ini menjadi suatu bentuk keberhasilan prestasi kerja.

2) Jaminan dan kepastian (*Assurance*):

Pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Menurut Tjiptono (2012 : 175) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 69).

Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh *performance* atau kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. Selain dari *performance* tersebut, jaminan dari suatu pelayanan juga ditentukan dari adanya komitmen organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap pegawai memberikan pelayanan secara serius dan sungguh-sungguh untuk memuaskan orang yang dilayani. Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (*personality behavior*) yang baik dalam memberikan pelayanan,

tentu akan berbeda pegawai yang memiliki watak atau karakter yang kurang baik dan yang kurang baik dalam memberikan pelayanan (Margaretha, 2003: 201).

3) Bukti fisik (*Tangible*):

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Menurut Tjiptono, (2012 : 175) berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 32).

Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam suatu organisasi modern dan maju, pertimbangan dari para pengembang pelayanan, senantiasa mengutamakan bentuk kualitas kondisi fisik yang dapat memberikan apresiasi terhadap orang yang memberi pelayanan. Martul (2004: 49) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk imej positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dari pengembang pelayanan tersebut memanfaatkan segala kemampuannya untuk dilihat secara fisik, baik dalam menggunakan alat dan perlengkapan pelayanan, kemampuan menginovasi dan mengadopsi teknologi, dan menunjukkan suatu performance tampilan yang cakap, berwibawa dan memiliki integritas yang tinggi sebagai suatu wujud dari prestasi kerja yang ditunjukkan kepada orang yang mendapat pelayanan.

4) Perhatian (*Empathy*):

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Menurut Tjiptono, (2012:175) perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa

empati atau perhatian (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001: 40).

Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani seyogyanya memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama.

Berarti empati dalam suatu organisasi kerja menjadi sangat penting dalam memberikan suatu kualitas pelayanan sesuai prestasi kerja yang ditunjukkan oleh seorang pegawai. Empati tersebut mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi orang yang dilayani.

5) Keandalan (*Realibility*):

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

Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali, contohnya sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut bakal puas dan membayar *fee*

konsultasi. Namun, bila konsultan mewujudkan apa yang diharapkan klien, *fee* konsultasi tidak akan dibayar penuh (Tjiptono, 2012 : 174).

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001: 48).

Tuntutan kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan fokus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya.

Inti pelayanan kehandalan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya (Parasuraman, 2001: 101).

Kaitan dimensi pelayanan *reliability* (kehandalan) merupakan suatu yang sangat penting dalam dinamika kerja suatu organisasi. Kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Kehandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari kehandalan memberikan pelayanan

sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, kehandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan, kehandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan dan kehandalan menggunakan teknologi kerja. Sunyoto (2004: 16) kehandalan dari suatu individu organisasi dalam memberikan pelayanan sangat diperlukan untuk menghadapi gerak dinamika kerja yang terus bergulir menuntut kualitas layanan yang tinggi sesuai kehandalan individu pegawai.

3. Konsumen atau pelanggan

Kata Pelanggan adalah istilah yang sangat akrab dikalangan dunia bisnis jual beli barang hingga jasa. Pada umumnya pelanggan diartikan sebagai orang yang membeli produk dan menggunakan jasa. Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Dalam dunia perbankan pelanggan diartikan sebagai nasabah, dari pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena pelanggan adalah pengguna produk.

Menurut *Webster's 1928 Dictionary* dalam Lupiyoadi (2006:143) pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan.

Pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis. (Daryanto dan Ismanto, 2014:49)

Menurut Daryanto dan Ismanto (2014:76), pengertian *customer* adalah:

“Pelanggan adalah siapa saja yang terkena dampak dari produk atau proses pelayanan.”

Pelanggan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal adalah mereka yang terkena dampak dari produk dan merupakan anggota organisasi yang menghasilkan produk tertentu. Pelanggan eksternal adalah mereka yang terkena dampak dari produk, tetapi bukan anggota organisasi penghasil produk (pelanggan eksternal adalah masyarakat).

4. Restoran atau Cafeteria

Usaha dalam jasa pelayanan makanan merupakan usaha yang banyak diminati banyak sebagian orang. Membuka jasa pelayanan seperti usaha restoran merupakan kegiatan yang dapat dikatakan besar dan kompleks. Banyak hal yang harus diperhatikan untuk mengelola usaha besar agar pengelolaan dalam bidang usaha jasa pelayanan makanan mampu mengatasi kesulitan yang ada di dalam menejemennya.

Menurut Marsum (2005 : 11), restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman. Secara umum, restoran merupakan tempat yang dikunjungi orang untuk mencari berbagai macam makanan dan minuman. Restoran juga menyuguhkan keunikan tersendiri sebagai daya tariknya, baik melalui menu masakan, hiburan maupun tampilan fisik bangunan.

Legend Premium Coffee adalah salah satu tempat yang disebut dengan restoran ataupun cafeteria dan merupakan usaha di bidang kuliner yang menghadirkan makanan ringan maupun berat, selain itu Legend Premium juga

menyediakan tempat yang santai untuk para pengunjung. Legend Premium menyediakan dua tempat antara lain *indoor* dan *outdoor*.

Pada usaha restoran terjadi transaksi jual beli makanan dan minuman pada penjual dan pembeli, diantaranya transaksi tersebut adalah produk jasa yang ditawarkan dan uang. Transaksi ini akan tidak berjalan dengan baik jika pelayan atau pekerja yang akan melayani di seleksi dengan benar. Pelayan harus dididik, dilatih dan diberi pelajaran cara berkomunikasi dengan baik. Legend Premium memiliki pelayanan yang bagus, dari penyambutan, order, hingga pembayaran. Pengunjung yang datang disambut dengan ramah dan saat pengunjung memesan makanan pelayan pun tanggap dan bersikap ramah. Sistem pembayaran pun bagus, setelah pemesanan pelayan langsung memberikan *bill* untuk pembayaran, sehingga saat pengunjung selesai pengunjung tidak perlu pergi ke kasir untuk transaksi karena transaksi sudah dilakukan diawal sebelum hidangan datang.

Menurut Marsum (2005 : 8), Cafeteria Merupakan tempat makan dan minum yang terbatas menyajikan roti atau sandwich serta minuman-minuman ringan yang tidak beralkohol, biasanya erat hubungannya dengan kantor.

Ada beberapa tipe dasar pelayanan di restoran. Marsum (1993:274) membagi tipe tersebut dalam 4 tipe, yaitu:

- a. *Table Service* adalah suatu pelayanan restoran dimana tamu duduk di kursi menghadap meja makan, dan kemudian makanan dan minuman diantarkan atau disajikan pada tamu tadi.
- b. *Counter Service* yaitu suatu sistem pelayanan restoran dimana para tamu datang dan terus duduk di *counter*. Apabila makanan sudah siap maka akan disajikan pada tamu di atas *counter* tadi.

- c. *Self Service* adalah suatu sistem pelayanan restoran dimana semua makanan yang telah lengkap diatur dan ditata dengan rapi di atas meja atau meja prasmanan.
- d. *Cary Out Service* adalah sistem pelayanan dimana tamu membeli makanan yang telah siap atau disiapkan terlebih dahulu, dibungkus di dalam kotak untuk dibawa pergi.

Legend Premium Coffee menggunakan dasar pelayanan *Table Service* dimana makanan dan minuman disajikan saat tamu duduk di kursinya.

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

1. Budiarto (2015), dengan judul "Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas Di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan puskesmas di kecamatan enrekang kabupaten enrekang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner kepada pasien dan survey langsung. Hasil penelitian menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan yakni bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*empaty*). Pelayanan yang dilakukan oleh puskesmas telah efektif karena telah mendapatkan penilaian yang baik oleh masyarakat berdasarkan kelima indikator penilaian yang digunakan, hal ini ditunjukkan dengan rekapitulasi kelima indikator kualitas pelayanan sudah berada diatas 60%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan sudah baik.
2. Rino Desanto (2011), dengan judul "Kualitas Pelayanan Puskesmas Di Kota Madiun". Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan kualitas pelayanan puskesmas di kota madiun. Jenis penelitian adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian memperlihatkan kualitas pelayanan Puskesmas di Kota Madiun, mulai dari dimensi reliability (keandalan layanan), responsiveness (cepat tanggap) assurance (keramahan), empathy (perhatian) dan tangible (sarana fisik) adalah sangat baik. Keberadaan Puskesmas di Kota Madiun sangat dibutuhkan masyarakat, terutama kaum perempuan dengan usia antara 41-60 dan 21-40 tahun. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemerintah daerah Kota Madiun dalam hal ini pengelola pelayanan kesehatan (Puskesmas) dalam menyusun dan menetapkan kebijakan tentang pelayanan kesehatan yang akan diberikan kepada masyarakat.

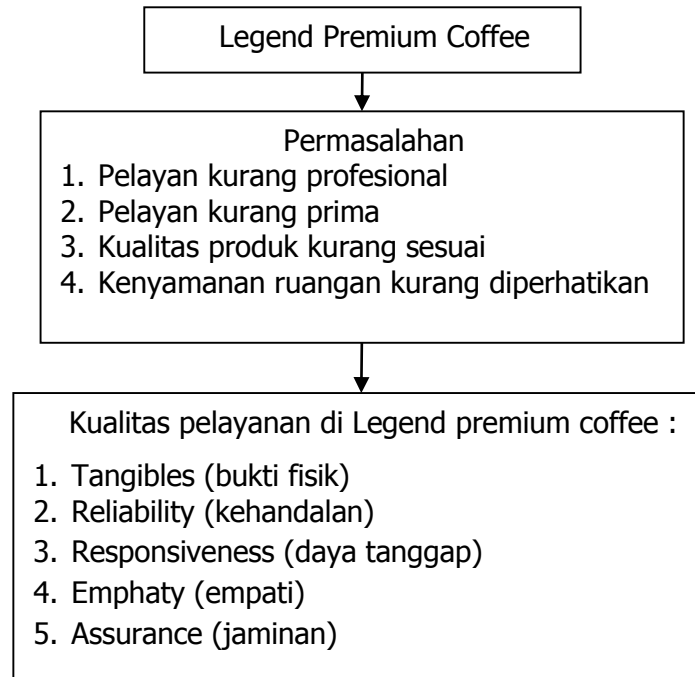
3. Sandika Saputra (2014), dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Metro". Penelitian ini bertujuan mengetahui kualitas pelayanan yang ada pada Rumah Makan Metro berdasarkan atribut dimensi kualitas jasa yang terdiri dari variabel-variabel: Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Perhatian (*Empathy*), dan Bukti Fisik (*Tangible*). Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang konsumen Rumah Makan Metro yang sudah mendapatkan pelayanan sebanyak minimal tiga kali, dengan menggunakan metode *accidental sampling*, kuesioner, menggunakan skala likert, dan untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap variabel penelitian ini digunakan metode nilai rata-rata (*mean*) dan tabel distribusi frekuensi. Hasil penelitian secara keseluruhan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Metro dari dimensi kualitas jasa dilihat dari jawaban responden terhadap pernyataan yang telah diajukan termasuk dalam kategori baik.

C. Kerangka Berpikir

Legend Premium Coffee berupaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pada konsumen dengan menerapkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diterapkan meliputi kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangibles*).

Pada kualitas pelayanan kehandalan dalam pemberian pelayanan yang utama dengan proses pelayanan yang cepat dan tidak pilih kasih. Ketanggapan merupakan pelayanan yang penting pada proses pelayanan, pelayan dituntut untuk sigap dan siap untuk segera melayani konsumen saat dibutuhkan. Jaminan menjadi bentuk pemberian pelayanan yang berkualitas sesuai dengan komitmen dengan memberikan kepercayaan kepada konsumen, menjamin keselamatan dan kenyamanan konsumen dalam mendapatkan pelayanan.

Empati diperlukan dalam memenuhi kepuasan konsumen yang berkaitan dengan bentuk-bentuk sikap dan kepedulian dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, bukti fisik menjadi hal penting bagi konsumen, hal tersebut yang memberikan suatu apresiasi bagi konsumen dalam melihat ketersediaan sarana, fasilitas dan perlengkapan.



Gambar 1. Kerangka berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, menurut Sugiyono (2013:23) metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif digunakan apabila masalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara aturan dengan pelaksanaan, antara teori dengan praktik, antara rencana dengan pelaksanaan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Legend Premium Coffee, yang beralamat di jalan Abubakar Ali, Kotabaru, Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2015 sampai Mei 2016

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya" (Sugiyono, 2013:55). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung atau konsumen Legend Premium Coffe Yogyakarta dengan rata-rata setiap minggunya mencapai 500 orang.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013:62) adalah "sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Insidental sampling*. *Insidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memilih sampel yang secara kebetulan ditemui saja (Mulyatiningsih, 2012:12).

Penelitian ini menggunakan rumus yang dikemukakan oleh (Riduwan dan Kuncoro, 2007:44) untuk menghitung ukuran sample yang digunakan dalam ini adalah:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah minimal sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{500}{500.(0,1)^2 + 1}$$

$n = 83,3 \approx 84$ (dibulatkan menjadi 85)

Jadi jumlah minimal sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden yaitu pelanggan di Legend Premium Coffee.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik simpulannya (Sugiyono, 2013:12).

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sehingga variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Suharsimi, 2013:161).

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini berarti kualitas mengenai baik buruknya jasa pelayanan yang diberikan Legend Premium Coffee kepada pengunjung yang diukur dengan lima dimensi faktor pelayanan yaitu *Reliability* (Keandalan), *responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empathy), *Tangibility* (Bukti Fisik).

E. Teknik dan Instrumen Penelitian

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner (angket)

Menurut Suharsimi (2013 : 194), Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa daftar pertanyaan kepada pelanggan Legend Premium Coffe Yogyakarta. Angket yang digunakan berisi butir-butir pertanyaan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Asumsi yang mendasari digunakan metode angket adalah subyek merupakan orang yang paling tahu tentang pelayanan dan kepuasan diri saat mengunjungi Legend Premium Coffee, apa yang ditanyakan oleh peneliti kepada subyek adalah benar dan dapat dipercaya. Alasan

digunakan metode angket dalam penelitian ini adalah angket diberikan kepada sejumlah responden secara kebetulan ditemui sehingga sangat efisien, dalam merumuskan kata-kata atau isi atau urutan, pertanyaan, perhitungan hasil lebih mudah dilakukan. Responden lebih mudah untuk menjawab dan semua jawaban tercatat secara lengkap.

b. *Interview* / wawancara

Interview juga sering disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh informasi dari yang di wawancara. Wawancara dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai Legend Premium Coffee Yogyakarta dan perkembangannya.

2. Instrumen penelitian

Instrumen merupakan alat untuk mengumpulkan data, dapat diartikan sebagai alat ukur, dalam penelitian ini menggunakan angket dan wawancara namun sebagian besar menggunakan angket sebagai instrumennya. Angket berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup yang sudah memiliki alternatif jawaban sehingga responden tidak menambahkan jawaban lain dan memudahkan dalam pengolahan data. Kuisisioner ini menggunakan *Skala Likert*, yaitu skala psikometrik yang sering digunakan dalam penelitian metode survai dan digunakan untuk mengungkapkan sikap atau pendapat terhadap suatu fenomena (Endang Mulyatiningsih, 2012:29).

Skala kuisisioner menggunakan tanggapan dimana setiap tanggapan mempunyai nilai sesuai tingkatan, skala yang digunakan terdiri dari lima, yaitu:

- a. Sangat setuju.
- b. Setuju.

- c. Kurang setuju.
- d. Tidak setuju.
- e. Sangat tidak setuju.

Kuesioner sebelum dibuat terlebih dahulu menyusun kisi-kisi untuk instrumen, hal ini akan berguna untuk memandu dalam pembuatan kuesioner. Kisi-kisi tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Jml	No. Pertanyaan
Kualitas pelayanan	<i>Reliability</i>	Kemampuan pelayan	2	1,2
		Kesiapan pelayan	3	3,4,5
		Ketepatan	2	6*,7
		Kualitas rasa	1	8
	<i>responsiveness</i>	Pelayan tanggap	3	9,10,11
		Pelayanan cepat	2	12,13
	<i>Assurance</i>	Pelayanan hidangan	1	14
		Penguasaan menu	1	15
		Sikap pelayan	4	16,17,18*,19
	<i>Empathy</i>	Pelayanan fokus	1	20
		Inisiatif pelayan	2	21,22
		Pelayanan tanpa memandang status sosial	1	23
	<i>Tangibles</i>	Fasilitas	5	24,25*,26,27, 28
		Kebersihan	2	29,30
		Bangunan fisik	4	31,32,33,34
		Penampilan pegawai	2	35,36
Jumlah pertanyaan				36

* = Butir yang tidak valid.

F. Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Validitas instrumen

a. Validitas Konstruk

Pengujian validitas konstruk menggunakan pendapat para ahli (*judgement expert*). Para ahli diminta pendapat tentang instrumen yang telah disusun. Hasil yang diperoleh berupa tanpa perbaikan, ada perbaikan dan pembuatan ulang (Sugiyono, 2013:352).

Uji coba instrumen adalah langkah selanjutnya, instrumen diujicobakan pada sampel darimana populasi diambil. Jumlah sampel yang digunakan adalah 30 orang.

b. Validitas isi

Pengujian validitas ini dibantu dengan kisi-kisi instrumen karena terdapat variabel yang diteliti, indikator dan pertanyaan. Kuesioner yang telah diujicobakan kemudian dilakukan analisis item, yaitu dengan menghitung kolerasi antara skor item dengan skor total atau mencari daya pembeda. Analisis yang digunakan dalam validitas isi untuk penelitian ini adalah kolerasi *Product Moment* yang perhitungannya menggunakan bantuan *software SPSS 16.0 for Windows*.

Rumus Kolerasi Product Moment:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X^2)][N \sum Y^2 - (\sum Y^2)]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = kolerasi *product moment*

N = jumlah responden

$\sum X$ = jumlah skor item

$\sum Y$ = jumlah skor total

Uji coba instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 orang responden yang berkunjung di Legend Premium Coffee Yogyakarta. Hasil uji coba instrumen dikatakan valid pada setiap butir pernyataannya apabila r hitung $\geq r$ tabel, r tabel dengan jumlah responden 30 orang menghasilkan nilai 0,361 sehingga dikatakan valid jika r hitung $\geq 0,361$.

Hasil uji validitas instrumen yang telah diuji cobakan yaitu 3 butir gugur atau tidak valid sehingga menyisakan 34 butir pernyataan. Butir pernyataan yang gugur adalah butir nomor 6, 18, dan 25. Butir pertanyaan yang telah gugur tidak di ganti karena butir pertanyaan yang gugur sudah terwakilkan dengan butir pernyataan yang ada.

2. Realibilitas Instrumen

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Realibilitas suatu pertanyaan menunjukkan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Rumus yang digunakan untuk uji reabilitas ini menggunakan rumus *Alfa Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = reabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir
 σ_1^2 = jumlah varian total
(Suharsimi Arikunto, 2013 : 213)

Reliabilitas instrumen dalam interpretasinya menggunakan interpretasi terhadap koefisien kolerasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel 2.

Tabel 2. Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien kolerasi

Besarnya nilai r	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2013:231)

Berdasarkan hasil uji coba instrumen yang dilakukan pada 30 responden dengan bantuan program SPSS 16.0 menghasilkan nilai reliabilitas instrumen yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
Instrumen penelitian	0,747	Kuat

Hasil menunjukkan bahwa nilai reliabilitas untuk instrumen penelitian menunjukkan nilai reliabilitas sebesar 0,747. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas instrumen kuat sehingga angket layak untuk digunakan penelitian.

G. Teknik Analisis Data

1) Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2013:29).

Prinsip dasar penyajian data adalah komunikatif dan lengkap, dalam arti data yang disajikan dapat menarik perhatian pihak lain untuk membacanya dan mudah memahami isinya (Sugiyono, 2013:29). Penyajian data yang komunikatif dapat dilakukan dengan penyajian data dibuat berwarna, dan bila data yang disajikan cukup banyak maka perlu bervariasi penyajiannya (tidak hanya dengan tabel saja). Pada penelitian ini untuk penyajian data dalam analisis deskriptif menggunakan tabel dan diagram lingkaran (*piechart*).

Penelitian ini menyajikan data dalam analisis deskriptif menggunakan tabel distribusi frekuensi untuk data pada setiap variabel, tabel dan grafik untuk semua

data penelitian. Analisis data menggunakan program SPSS 16.0 dengan menghasilkan data berupa rata-rata (*mean*), modus (*Mo*), median (*Me*), dan standar deviasi (*SD*), nilai maksimum, nilai minimum, rentang data dan jumlah skor. Data yang diperoleh tersebut kemudian diolah dengan tahapan :

a. Membuat tabel data.

Data yang diperoleh menghasilkan data berskala interval, kemudian dijelaskan dengan bentuk tabel untuk setiap variabel dan sub-variabel.

b. Membuat tabel distribusi frekuensi.

Tabel distribusi frekuensi diperoleh dengan langkah menghitung menggunakan rumus Struges untuk menentukan panjang kelas, lalu menghitung rentang data, menyusun interval, menghitung frekuensi berdasarkan interval, kemudian disajikan dalam tabel. Tabel distribusi frekuensi digunakan untuk menyajikan data variabel.

Rumus struges :

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan :

- K : Jumlah kelas interval
n : Jumlah data observasi
log : Logaritma

Menentukan panjang kelas :

Panjang kelas pada setiap kelas yaitu skor tertinggi dikurangi dengan skor terendah kemudian +1 lalu dibagi dengan jumlah kelas. Membuat tabel pengkategorian skor.

menghitung pengkategorian skor dengan mean ideal (*Mi*) dan standar deviasi ideal (*SDi*) yang sebelumnya menghitung nilai maksimum ideal dan nilai minimum

ideal. Nilai maksimum ideal adalah jumlah pernyataan dikalikan skor maksimum 5 dan nilai minimum ideal adalah jumlah pernyataan dikalikan skor minimum 1.

Tabel pengkategorian skor ditentukan dengan tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Penentuan dilakukan dengan menghitung *Mean* ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) menggunakan rumus :

$$M_i = \frac{1}{2} (\text{nilai maksimal ideal} + \text{nilai minimal ideal})$$

$$SD_i = \frac{1}{6} (\text{nilai maksimal ideal} - \text{nilai minimal ideal})$$

Pengkategorian skor tiga kategori menggunakan nilai ideal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Pengkategorian skor

Pengkategorian skor	Keterangan
$X > (M_i + 1,5SD_i)$	Baik
$(M_i - 1,5SD_i) < X \leq (M_i + 1,5SD_i)$	Cukup
$X \leq (M_i - 1,5SD_i)$	Rendah

(Suharsimi Arikunto, 2013 : 263)

c. Membuat grafik.

Hasil dari pengkategorian skor kemudian disajikan dalam bentuk grafik atau diagram sebagai tambahan penjelasan data. Grafik yang digunakan adalah diagram lingkaran.

d. Menarik kesimpulan.

Penelitian ini pada setiap pernyataan dapat ditarik kesimpulan yang berlaku untuk lingkup populasi dengan mengacu pada rerata jawaban responden.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data merupakan cara untuk mengetahui hasil dari penelitian dengan penyajian data yang mudah dipahami sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Penelitian ini terdiri dari satu variabel, yaitu kualitas pelayanan dan dengan 5 indikator (kehandalan, ketanggapan, jaminan, perhatian dan bukti fisik). Data diperoleh dari instrumen penelitian berupa angket dengan skala likert yang diberikan kepada 85 pengunjung Legend Premium Coffee Yogyakarta. Deskripsi data yang diperoleh yaitu rata-rata, median, modus, standar deviasi, nilai maksimal, nilai minimal, rentang data, dan jumlah skor. Penyajian data pada penelitian ini berupa tabel, tabel distribusi frekuensi, tabel pengkategorian skor dan grafik.

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, berikut adalah rincian dari hasil penelitian yang dilakukan, yaitu :

Kualitas pelayanan di Legend Premium Coffee.

Data yang diperoleh dari 85 sampel dengan instrumen berupa angket tertutup. Jumlah pernyataan pada variabel kualitas pelayanan adalah 34 butir yang terdiri dari pernyataan positif dengan 1 skala jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Data kualitas pelayanan dapat dilihat pada lampiran 4.

Data yang diperoleh pada kolom kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa jumlah responden 85, mendapatkan rata-rata (*mean*) sebesar 141,29 lalu median sebesar 140, modus (*mode*) sebesar 134, standar deviasi sebesar 8,57 dengan rentang data sebesar 61. Jumlah skor terendah sebesar 100 dan jumlah skor tertinggi adalah 161 dengan jumlah skor keseluruhan sebesar 12010.

Langkah selanjutnya adalah menyajikan data dengan tabel distribusi frekuensi. Tabel tersebut terdiri dari jumlah kelas, panjang kelas, frekuensi setiap kelas dan presentase setiap kelas. Jumlah kelas dapat diketahui dengan menggunakan rumus struges ($K=1+3,3 \log 85$), $K=7$. Panjang kelas adalah $161-100+1=62$, kemudian $62:7=8,85$ dan dibulatkan menjadi 9. Data distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

No kelas	Interval	Frekuensi	Relatif (%)
1	95-104	1	1,2
2	105-114	0	0
3	115-124	0	0
4	125-134	15	17,7
5	135-144	39	46
6	145-154	25	29,4
7	155-164	5	6
Jumlah		85	100

Langkah selanjutnya adalah menghitung pengkategorian skor dengan mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) yang sebelumnya menghitung nilai maksimum ideal dan nilai minimum ideal. Jumlah butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan sebanyak 34 butir. Nilai maksimum ideal : 34 butir dikalikan 5, yaitu 170 dan nilai minimum ideal : 34 butir dikalikan 1, yaitu 34. Nilai rata-rata ideal dan standar deviasi ideal dapat dihitung dengan langkah sebagai berikut :

$$Mi = \frac{1}{2}(170 + 34) = 102$$

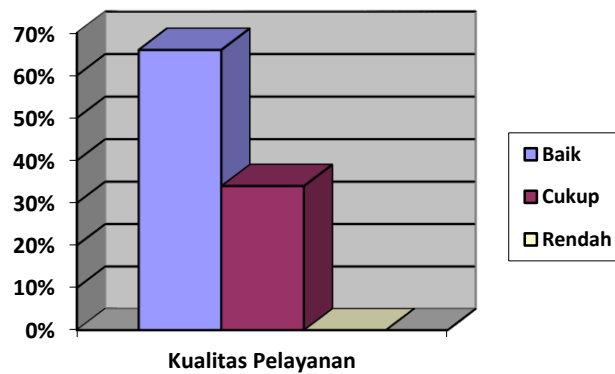
$$SDi = \frac{1}{6}(170 - 34) = 23$$

Pengkategorian skor dapat ditentukan dengan kriteria yang sudah dijelaskan pada tabel 4 sehingga hasil kategorian skor pada variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Kategori variabel Kualitas Pelayanan

Pengkategorian skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
$X > 137$	56	66	Baik
$68 < X \leq 137$	29	34	Cukup
$X \leq 68$	0	0	Rendah
Total presentase		100	

Kategori skor variabel Kualitas Pelayanan disajikan dalam bentuk diagram yang dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kategori Variabel Kualitas Pelayanan

1. Kehandalan (*Reliability*)

Jumlah pernyataan pada kehandalan adalah 8 butir pernyataan positif, data kehandalan dapat dilihat pada lampiran 3.

Data yang diperoleh pada lampiran 3 dapat diketahui bahwa total responden sejumlah 85 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 33,5 lalu median sebesar 33, modus (*mode*) sebesar 32, standar deviasi sebesar 2,24 dengan rentang data sebesar 15. Jumlah skor terendah sebesar 22 dan jumlah skor tertinggi adalah 37 dengan jumlah skor keseluruhan sebesar 2847. Langkah selanjutnya adalah menyajikan data dengan tabel distribusi frekuensi. Tabel tersebut terdiri dari jumlah kelas, panjang kelas, frekuensi setiap kelas dan presentase setiap kelas. Jumlah kelas ($K=1+3,3 \log 85$), $K=7$. Panjang kelas adalah $37-22+1=16$, kemudian $16:7=2,28$ dibulatkan menjadi 2. Data distribusi frekuensi kehandalan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Kehandalan

Interval	Frekuensi	Relatif (%)
20 – 22	1	1,2
23 – 25	0	0
26 – 28	0	0
29 – 31	7	8,3
32 – 34	48	56,4
35 – 37	29	34,1
38 – 40	0	0
Total	85	100

Langkah selanjutnya adalah menghitung pengkategorian skor dengan mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) yang sebelumnya menghitung nilai maksimum ideal dan nilai minimum ideal. Jumlah butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan sebanyak 8 butir. Nilai maksimum ideal : 8 butir dikalikan 5, yaitu 40 dan nilai minimum ideal : 8 butir dikalikan 1, yaitu 8. Nilai rata-rata ideal dan standar deviasi ideal dapat dihitung dengan langkah sebagai berikut :

$$M_i = \frac{1}{2}(40 + 8) = 24$$

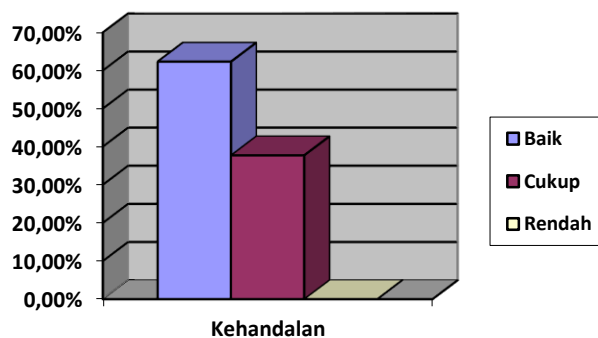
$$SDi = \frac{1}{6}(40 - 8) = 5,3$$

Pengkategorian skor dapat ditentukan dengan kriteria yang sudah dijelaskan pada tabel 4 sehingga hasil kategorian skor pada kehandalan dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Kategori skor Kehandalan

Pengkategorian skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
$X > 32$	53	62,3	Baik
$17 < X \leq 32$	32	37,7	Cukup
$X \leq 17$	0	0	Rendah
Total presentase		100	

Kategori skor Kehandalan disajikan dalam bentuk diagram yang dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Kategori Kehandalan

2. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Jumlah pernyataan pada ketanggapan adalah 5 butir pernyataan positif, data ketanggapan dapat dilihat pada lampiran 3.

Data yang diperoleh pada lampiran 3 dapat diketahui bahwa total responden sejumlah 85 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 19,62, median sebesar 20, modus

(*mode*) sebesar 18, standar deviasi sebesar 1,65 dengan rentang data sebesar 7. Jumlah skor terendah sebesar 16 dan jumlah skor tertinggi adalah 23 dengan jumlah skor keseluruhan sebesar 1668. Tabel tersebut terdiri dari jumlah kelas, panjang kelas, frekuensi setiap kelas dan presentase setiap kelas. Jumlah kelas ($K=1+3,3 \log 85$), $K=7$. Panjang kelas adalah $23-16+1=8$, kemudian $8:7=1,14$ dibulatkan menjadi 1. Data distribusi frekuensi ketanggapan dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Ketanggapan

Interval	Frekuensi	Relatif (%)
15 – 16	2	2,4
17 – 18	29	34,2
19 – 20	25	29,4
21 – 22	28	32,9
23 – 24	1	1,2
25 – 26	0	0
27 – 28	0	0
Total	85	100

Langkah selanjutnya adalah menghitung pengkategorian skor dengan mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) yang sebelumnya menghitung nilai maksimum ideal dan nilai minimum ideal. Jumlah butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan sebanyak 5 butir. Nilai maksimum ideal : 5 butir dikalikan 5, yaitu 25 dan nilai minimum ideal : 5 butir dikalikan 1, yaitu 5. Nilai rata-rata ideal dan standar deviasi ideal dapat dihitung dengan langkah sebagai berikut :

$$M_i = \frac{1}{2}(25 + 5) = 15$$

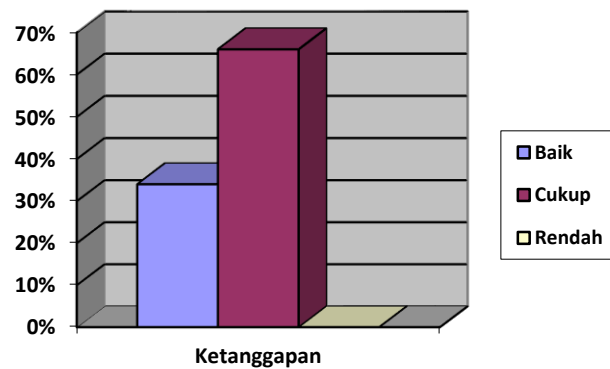
$$SD_i = \frac{1}{6}(25 - 5) = 3,3$$

Pengkategorian skor dapat ditentukan dengan kriteria yang sudah dijelaskan pada tabel 4 sehingga hasil kategorian skor pada ketanggapan dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Kategori skor Ketanggapan

Pengkategorian skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
$X > 20$	29	34	Baik
$10 < X \leq 20$	56	66	Cukup
$X \leq 10$	0	0	Rendah
Total presentase		100	

Kategori skor Ketanggapan disajikan dalam bentuk diagram yang dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Kategori skor Ketanggapan

3. Jaminan (*Assurance*)

Jumlah pernyataan pada jaminan adalah 5 butir pernyataan positif, data jaminan dapat dilihat pada lampiran 3.

Data yang diperoleh pada lampiran 3 dapat diketahui bahwa total responden sejumlah 85 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 20,88, median sebesar 20, modus (*mode*) sebesar 20, standar deviasi sebesar 1,52 dengan rentang data sebesar 9. Jumlah skor terendah sebesar 16 dan jumlah skor tertinggi adalah 25 dengan jumlah skor keseluruhan sebesar 1775. Tabel tersebut terdiri dari jumlah kelas, panjang kelas, frekuensi setiap kelas dan presentase setiap kelas. Jumlah kelas ($K=1+3,3 \log 85$), $K=7$. Panjang kelas adalah $25-16+1=10$, kemudian $10:7=1,2$ dibulatkan menjadi 1. Data distribusi frekuensi jaminan dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Jaminan

Interval	Frekuensi	Relatif (%)
15 – 16	1	1,2
17 – 18	1	1,2
19 – 20	46	54,1
21 – 22	22	25,9
23 – 24	14	16,5
25 – 26	1	1,2
27 – 28	0	0
Total	85	100

Langkah selanjutnya adalah menghitung pengkategorian skor dengan mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) yang sebelumnya menghitung nilai maksimum ideal dan nilai minimum ideal. Jumlah butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan sebanyak 5 butir. Nilai maksimum ideal : 5 butir dikalikan 5, yaitu 25 dan nilai minimum ideal : 5 butir dikalikan 1, yaitu 5. Nilai rata-rata ideal dan standar deviasi ideal dapat dihitung dengan langkah sebagai berikut :

$$M_i = \frac{1}{2}(25 + 5) = 15$$

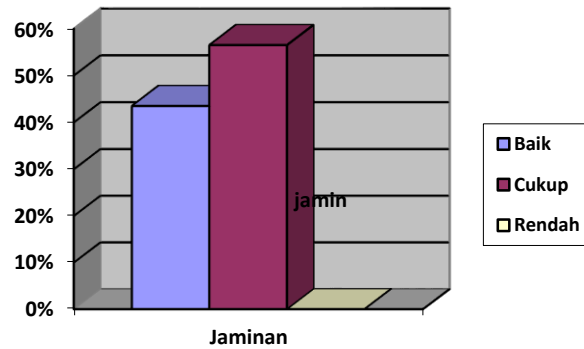
$$SD_i = \frac{1}{6}(25 - 5) = 3,3$$

Pengkategorian skor dapat ditentukan dengan kriteria yang sudah dijelaskan pada tabel 4 sehingga hasil kategorian skor pada jaminan dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Kategori skor Jaminan

Pengkategorian skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
$X > 20$	37	43,5	Baik
$10 < X \leq 20$	48	56,5	Cukup
$X \leq 10$	0	0	Rendah
Total presentase		100	

Kategori skor jaminan disajikan dalam bentuk diagram yang dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Kategori Skor Jaminan

4. Perhatian (*Empathy*)

Jumlah pernyataan pada perhatian adalah 4 butir pernyataan positif, data perhatian dapat dilihat pada lampiran 3.

Data yang diperoleh pada lampiran 3 dapat diketahui bahwa total responden sejumlah 85 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 16,85, median sebesar 17, modus (*mode*) sebesar 16, standar deviasi sebesar 1,11 dengan rentang data sebesar 6. Jumlah skor terendah sebesar 14 dan jumlah skor tertinggi adalah 20 dengan jumlah skor keseluruhan sebesar 1433. Tabel tersebut terdiri dari jumlah kelas, panjang kelas, frekuensi setiap kelas dan presentase setiap kelas. Jumlah kelas ($K=1+3,3 \log 85$), $K=7$. Panjang kelas adalah $20-14+1=7$, kemudian $7:7=1$. Data distribusi frekuensi perhatian dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Distribusi Frekuensi Perhatian

Interval	Frekuensi	Relatif (%)
11 – 12	0	0
13 – 14	1	1,2
15 – 16	37	43,2
17 – 18	39	45,9
19 – 20	8	9,5
21 – 22	0	0
23 – 24	0	0
Total	85	100

Langkah selanjutnya adalah menghitung pengkategorian skor dengan mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) yang sebelumnya menghitung nilai maksimum ideal dan nilai minimum ideal. Jumlah butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan sebanyak 4 butir. Nilai maksimum ideal : 4 butir dikalikan 5, yaitu 20 dan nilai minimum ideal : 4 butir dikalikan 1, yaitu 4. Nilai rata-rata ideal dan standar deviasi ideal dapat dihitung dengan langkah sebagai berikut :

$$M_i = \frac{1}{2}(20 + 4) = 12$$

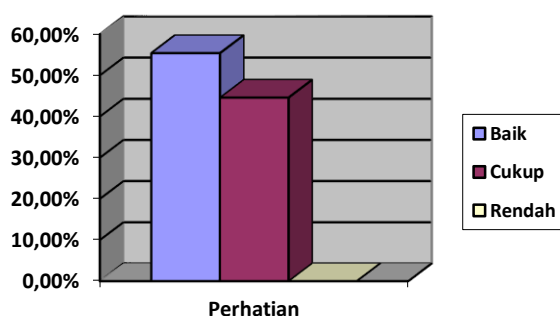
$$SD_i = \frac{1}{6}(20 - 4) = 2,6$$

Pengkategorian skor dapat ditentukan dengan kriteria yang sudah dijelaskan pada tabel 4 sehingga hasil kategorian skor pada perhatian dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Kategori skor Perhatian

Pengkategorian skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
$X > 16$	47	55,4	Baik
$8 < X \leq 16$	38	44,6	Cukup
$X \leq 8$	0	0	Rendah
Total presentase		100	

Kategori skor perhatian disajikan dalam bentuk diagram yang dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Kategori Skor Perhatian

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Jumlah pernyataan pada bukti fisik adalah 12 butir pernyataan positif, data bukti fisik dapat dilihat pada lampiran 3.

Data yang diperoleh pada lampiran 3 dapat diketahui bahwa total responden sejumlah 85 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 50,43, median sebesar 50, modus (*mode*) sebesar 48, standar deviasi sebesar 3,46 dengan rentang data sebesar 28. Jumlah skor terendah sebesar 32 dan jumlah skor tertinggi adalah 60 dengan jumlah skor keseluruhan sebesar 4287. Tabel tersebut terdiri dari jumlah kelas, panjang kelas, frekuensi setiap kelas dan presentase setiap kelas. Jumlah kelas ($K=1+3,3 \log 85$), $K=7$. Panjang kelas adalah $60-32+1=29$, kemudian $29:7=4,1$ dibulatkan menjadi 4. Data distribusi frekuensi bukti fisik dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Bukti fisik

Interval	Frekuensi	Relatif (%)
31 – 35	1	1,2
36 – 40	0	0
41 – 45	2	2,4
46 – 50	40	47,2
51 – 55	35	41,1
56 – 60	7	8,3
61 – 65	0	0
Total	85	100

Langkah selanjutnya adalah menghitung pengkategorian skor dengan mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) yang sebelumnya menghitung nilai maksimum ideal dan nilai minimum ideal. Jumlah butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan sebanyak 12 butir. Nilai maksimum ideal : 12 butir dikalikan 5, yaitu 60 dan nilai minimum ideal : 12 butir dikalikan 1, yaitu 12. Nilai rata-rata ideal dan standar deviasi ideal dapat dihitung dengan langkah sebagai berikut :

Nilai rata-rata (*mean*) ideal dan standar deviasi ideal dapat dihitung dengan langkah sebagai berikut :

$$M_i = \frac{1}{2}(60 + 12) = 36$$

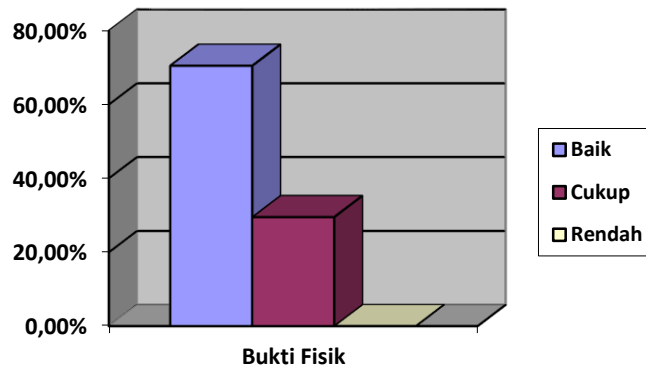
$$SD_i = \frac{1}{6}(60 - 12) = 8$$

Pengkategorian skor dapat ditentukan dengan kriteria yang sudah dijelaskan pada tabel 4 sehingga hasil kategorian skor pada bukti fisik dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Kategori skor Bukti Fisik

Pengkategorian skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
$X > 48$	60	70,5	Baik
$24 < X \leq 48$	25	29,5	Cukup
$X \leq 24$	0	0	Rendah
Total presentase		100	

Kategori skor bukti fisik disajikan dalam bentuk diagram yang dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Kategori Skor Bukti Fisik

Hasil presentase per-indikator diatas dapat dilihat melalui tabel keseluruhan presentase indikator kualitas pelayanan. Presentase keseluruhan indikator dapat dilihat pada tabel 17.

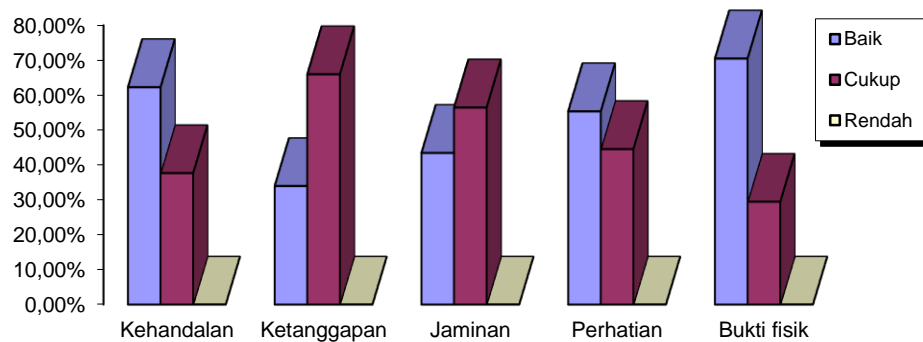
Tabel 17. Keseluruhan Presentase Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan	Presentase (%)		
	Baik	Cukup	Rendah
Kehandalan	62,3	37,7	0
Ketanggapan	34	66	0
Jaminan	43,5	56,5	0
Perhatian	55,4	44,6	0
Bukti fisik	70,5	29,5	0

Dari tabel presentase diatas yang memiliki hasil presentase baik paling rendah adalah ketanggapan. Dari hasil penelitian yang diperoleh pada pernyataan "tidak terlalu lama menunggu makanan dan minuman yang saya pesan" memperoleh skor yang lebih rendah dibanding dengan pernyataan lain pada ketanggapan. Selain itu terdapat juga presentase baiknya lebih kecil dibandingkan dengan presentase cukup, diantaranya adalah jaminan. Dari hasil penelitian yang diperoleh pada pernyataan "Legend premium menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman"

memperoleh skor yang lebih rendah dibanding dengan pernyataan lain pada jaminan. Menurut pendapat orang yang pernah di wawancarai, dia merasa makanan yang dia beli tidak fresh. Dari kelima indikator tersebut hanya tiga yang presentasinya menyatakan bahwa kategori baik lebih besar dibanding dengan kategori cukup diantaranya adalah kehandalan, perhatian dan bukti fisik.

Dari hasil kategori per-indikator diatas dapat dijelaskan melalui kategori secara keseluruhan dari indikator kualitas pelayanan (5 dimensi *service quality*) yang dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9. Kategori Seluruh Indikator Kualitas Pelayanan

Dari gambar tabel diatas dapat disimpulkan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh yang paling baik jika dibandingkan dengan ketanggapan yang memiliki pengaruh paling rendah dan beberapa memiliki kategori yang sama diantaranya adalah kehandalan, jaminan, dan perhatian.

C. Pembahasan

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Hasil analisis data didapat berupa kategori skor yang terdiri dari 3 kategori untuk variabel kualitas pelayanan antara lain baik, cukup dan rendah yang berlaku untuk variabel maupun

indikator variabel. Hasil penelitian dari 85 responden, variabel kualitas pada kategori baik sebesar 66%, sedangkan pada kategori cukup sebesar 34% artinya sebagian besar responden memberi respon baik terhadap kualitas pelayanan di Legend Premium, dengan kata lain kualitas pelayanan di Legend Premium sudah memberikan kualitas yang menurut konsumen sebagian besar kualitas pelayanannya sudah baik, namun masih ada beberapa yang harus diperhatikan karena masih ada sekitar 34% pada kategori cukup perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan pada konsumen agar pendapat konsumen dapat berubah yang awalnya kurang suka menjadi suka pada pelayanannya.

Hasil analisis dari kehandalan memiliki kategori baik sebesar 62,3%, sedangkan kategori cukup sebesar 37,7%, artinya sebagian besar responden memberi respon baik terhadap kehandalan kualitas pelayanan di Legend Premium, dan terbukti bahwa dari pihak manajemen legend premium telah melakukan beberapa cara dengan pihak legend premium memberikan kepercayaan terhadap produk yang dipesan oleh konsumen dari cita rasa menu yang disajikan dan konsumen percaya bahwa pihak café mampu mengolah menu yang dipesan. Penelitian dari indikator kehandalan ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2012) bahwa Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali, artinya dari pertama kali berkunjung hingga beberapa kali berkunjung terbukti bahwa cita rasa yang di sajikan tidak berubah.

Pendapat Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa bahwa ketanggapan merupakan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif

dalam kualitas jasa, yang artinya bahwa pelayan mampu memberikan pelayanan dengan baik seperti pelayan siap setiap saat ketika pelanggan membutuhkan pelayanan dari pegawai. Seperti hasil analisis dari penelitian ini pada indikator ketanggapan memiliki kategori baik sebesar 34%, sedangkan kategori cukup sebesar 66% artinya sebagian besar responden memberi respon cukup terhadap daya tanggap kualitas pelayanan di legend premium, dan terbukti bahwa dari pihak manajemen legend premium telah melakukan beberapa cara adalah legend premium mampu memberi pelayanan dengan cara pelayan sigap saat pengunjung datang dan pelayan mampu memberikan waktu luang saat pengunjung setiap saat memanggilnya.

Hasil analisis dari indikator jaminan memiliki kategori baik sebesar 43,5%, sedangkan kategori cukup sebesar 56,5% artinya sebagian besar responden memberi respon cukup terhadap jaminan yang diberikan pihak legend premium terhadap konsumen, dan terbukti bahwa pihak manajemen legend premium telah melakukan beberapa cara antara lain legend premium mampu memberikan rasa percaya kepada konsumen dari kualitas produk dari segi kebersihan dan kesegaran produk makanan dan minuman. Selain itu, sikap pelayan kepada konsumen ramah dan sopan, dan pelayan mampu memberikan informasi mengenai produk yang dijual dengan jelas dan akurat mengenai produk yang dijual kepada konsumen. Dilihat dari penelitian ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2012) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuasn mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan yang artinya bahwa pelayan harus mampu memberikan rasa percaya kepada konsumen melalui pelayan dapat memberikan informasi yang tepat kepada konsumen mengenai menu atau produk

yang di jual dan pelayan mampu berkomunikasi dengan ramah dan sopan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman.

Dari penelitian ini diketahui hasil analisis pada indikator perhatian memiliki kategori baik sebesar 55,4%, sedangkan kategory cukup sebesar 44,6% artinya sebagian besar responden memberi respon baik terhadap perhatian yang diberikan pelayan kepada konsumen. Terbukti bahwa pelayan mampu memberikan perhatian kepada pengunjung yang datang dan pelayan mampu memberikan respon atas permintaan konsumen. Diketahui dari hasil penelitian pada indikator perhatian bahwa hasil tersebut sama seperti pendapat yang diutarakan oleh Parasuraman (2001) jika pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati atau perhatian, yang artinya pelayan mampu memberikan pelayanan dengan tanpa melihat atau memandang status sosial pelanggan yang berkunjung, selain itu pelayan mampu memberikan perhatian yang khusus saat berhadapan langsung dengan pelanggan.

Seperti pendapat Martul (2004) bahwa kualitas pelayanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk imej positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dari pengembang pelayanan tersebut memanfaatkan segala kemampuannya untuk dilihat secara fisik, baik dalam menggunakan alat dan perlengkapan pelayanan, kemampuan menginovasi dan mengadopsi teknologi, seperti contoh bahwa pelayanan dalam bentuk fisik dapat dilihat dari lokasi perusahaan yang mudah ditemukan, peralatan yang digunakan untuk menghidangkan makanan dan minuman bersih, dari segi ruangan

memberikan dekorasi yang menarik, dan dapat dilihat dari penampilan pegawai terlihat rapi dan senada. Sama seperti penelitian ini yang memberikan hasil analisis dari indikator bukti fisik memiliki kategori baik sebesar 70,5%, sedangkan kategori cukup sebesar 29,5% artinya sebagian besar responden memberi respon baik terhadap bukti fisik yang terdapat pada legend premium. Terbukti bahwa dari bangunan fisik yang mudah dijangkau dengan alat transportasi, lokasi yang mudah ditemukan, ruangan yang memiliki dekorasi yang menarik di setiap ruangnya. Selain bangunan fisik terdapat juga peralatan atau fasilitas dari tempat maupun peralatan makan dan minum, dari fasilitas tempat seperti kursi dan meja bisa dikatakan cukup untuk para pengunjung sehingga pengunjung tidak harus antri, dan untuk peralatan makan dan minum yang digunakan juga bersih.

Pada penelitian yang dilakukan ini, sama halnya dengan penelitian terdahulu oleh Sandika Saputra (2014) mengenai "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Metro" bahwa hasil penelitian secara keseluruhan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Metro dari dimensi kualitas jasa dilihat dari jawaban responden terhadap pernyataan yang telah diajukan termasuk dalam kategori baik.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tergolong dalam kategori baik. Secara keseluruhan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Metro dari dimensi kualitas jasa dilihat dari jawaban responden terhadap pernyataan yang telah diajukan termasuk dalam kategori baik, tetapi ada beberapa konsumen yang menyatakan kurang setuju terhadap pelayanan transaksi pembayaran dengan cepat, halaman parkir yang memadai hal ini perlu diperhatikan lagi agar konsumen merasa nyaman dan loyal terhadap jasa yang diberikan. Hal itu serupa dengan penelitian ini, pada keseluruhan kualitas pelayanan terdapat pada kategori baik, namun ada

beberapa yang perlu diperhatikan pada pelayanannya dari kualitas produk yang disajikan dan sikap pelayanan yang harus dalam keadaan prima setiap saat.

Hasil penelitian pada keseluruhan kualitas pelayanan yang didapat sejalan dengan pendapat Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa bahwa kualitas pelayanan pada industri jasa adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan. Serta pendapat kotler dan Keller menyarankan untuk memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan, misalnya dengan melakukan penelitian dengan metode *customer focus*, dengan mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Selain itu, juga dilakukan pengamatan dan pengawasan pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayanan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berasarkan hasil penelitian tentang Kualitas Pelayanan di Legend Premium Coffee Yogyakarta menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

Hasil kualitas pelayanan keseluruhan memiliki kategori baik sebesar 66% dan cukup sebesar 34%, sedangkan hasil dari masing-masing indikator kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pada Legend Premium dilihat dari kehandalan (*reliability*) memiliki kategori baik sebesar 62,3% dan kategori cukup sebesar 37,7%.
2. Kualitas pelayanan pada ketanggapan (*responsiveness*) memiliki kategori baik sebesar 34% dan kategori cukup sebesar 66%.
3. Kualitas pelayanan pada jaminan (*assurance*) memiliki kategori baik sebesar 43,5% dan kategori cukup sebesar 56,5%.
4. Kualitas pelayanan pada perhatian (*emphaty*) memiliki kategori baik sebesar 55,4% dan kategori cukup sebesar 44,6%.
5. Kualitas pelayanan pada bukti fisik (*tangibles*) memiliki kategori baik sebesar 70,5% dan kategori cukup sebesar 29,5%.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, hasil penelitian ini mempunyai implikasi, yaitu menjadi referensi dan masukan yang bermanfaat bagi Legend Premium untuk meningkatkan jasa pelayanan. Dengan meningkatnya jasa pelayanan yang diberikan, maka pelanggan akan merasa semakin puas, sehingga pelanggan akan terus mengunjungi Legend Premium. Secara tidak langsung, kepuasan konsumen juga merupakan sarana promosi dan faktor meningkatnya keuntungan. Dapat

dikatakan demikian karena apabila pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali berkunjung dan diharapkan menceritakan pengalaman berkunjung ke Legend Premium kepada teman maupun keluarga.

C. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diupayakan semaksimal mungkin sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Namun demikian masih dirasakan memiliki keterbatasan dan kekurangan yang tidak dapat dihindari, di antaranya:

1. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya didasarkan pada hasil isian angket dan peneliti tidak dapat mengontrol kesungguhan tiap responden dalam mengisi angket.
2. Penulis tidak mengontrol kondisi responden baik secara fisik maupun psikologis.

D. Saran

Berdasarkan hasil keseluruhan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Kepada manajemen Legend Premium Coffee, dapat memanfaatkan kualitas pelayanan yang telah dilakukan secara insentif sehingga kepuasan konsumen akan semakin meningkat dan dapat menciptakan rasa kesteiaan pada konsumen dalam waktu yang lama.
2. Manajemen perlu meningkatkan kinerja karena dari wawancara dengan beberapa konsumen, banyak permintaan agar tidak terlalu lama memproses produk yang dipesan sehingga konsumen tidak terlalu lama menunggu hidangan yang sudah dipesan, manajemen perlu membeikan semangat kepada pelayan agar pelayan lebih semangat dalam melayani konsumen dan

pelayan dapat menjaga kesehatan dalam melayani agar pelayan terlihat prima dan senang saat berhadapan dengan konsumen.

3. Manajemen perlu meningkatkan kualitas produk yang dihidangkan, karena dari wawancara dengan satu orang konsumen, bahwa makanan yang disajikan tidak *fresh* atau makanan pesanan dihidangkan dalam keadaan dingin.
4. Manajemen perlu memperhatikan cita rasa makanan yang di olah, karena ada beberapa orang mengatakan bahwa rasa makanan yang dihidangkan tidak sesuai yang diinginkan dengan harga yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto dan Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media.
- Endang Mulyatiningsih. 2012. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Margaretha, (2003). *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.
- Marsum, WA. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi IV. Yogyakarta : Andi Offset
- Martul, Shadiqqin, (2004). *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen*. Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.
- Parasuraman, A. Valerie, (2001). (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar.
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sunyoto, Hamingpraja, (2004). *Jaminan Kualitas Pelayanan Konsumen*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi

LAMPIRAN

Hal : Permohonan Validasi Instrumen TAS
Lampiran : 1 Bendel

Kepada Yth,
Ibu Dewi Eka Murniati, MM
Dosen Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana
di Fakultas Teknik UNY

Sehubungan dengan rencana pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi (TAS),
dengan ini saya:


Nama : Nur Dwi Jayanti
NIM : 11511244017
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Judul TAS : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen di Legend Premium Coffee Yogyakarta.

Dengan hormat mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan validasi terhadap
instrumen penelitian TAS yang telah saya susun. Sebagai bahan pertimbangan,
bersama ini saya lampirkan: (1) proposal TAS, (2) kisi-kisi instrumen penelitian
TAS, dan (3) draf instrumen penelitian TAS.

Demikian permohonan saya, atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu
diucapkan terima kasih.

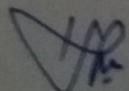
Yogyakarta, 24 November 2015

Pemohon,

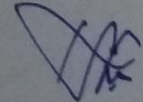

Nur Dwi Jayanti
NIM. 11511244017

Mengetahui,

Kaprodi Pendidikan Teknik Boga


Sutriyati Purwanti, M. Si.
NIP. 19611216 198803 2 001

Pembimbing TAS,


Sutriyati Purwanti, M. Si.
NIP. 19611216 198803 2 001

**SURAT PERNYATAAN VALIDASI
INSTRUMEN PENELITIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Eka Murniati, MM
NIP : 19810506 200604 2 002
Jurusan : Pendidikan Teknik Boga

menyatakan bahwa instrumen penelitian TAS atas nama mahasiswa:

Nama : Nur Dwi Jayanti
NIM : 11511244017
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Judul TAS : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen di Legend Premium Coffee Yogyakarta

Setelah dilakukan kajian atas instrumen penelitian TAS tersebut dapat dinyatakan:

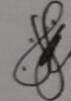
- Layak digunakan untuk penelitian
 Layak digunakan dengan perbaikan
 Tidak layak digunakan untuk penelitian yang bersangkutan

dengan saran/perbaikan sebagaimana terlampir.

Demikian agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, ¹⁶⁻¹²⁻²⁰¹⁵

Validator,



Dewi Eka Murniati, MM
NIP. 19810506 200604 2 002

Catatan:

Beri tanda ✓

Hasil Validasi Instrumen Penelitian TAS

Nama Mahasiswa : Nur Dwi Jayanti

NIM : 11511244017

Judul TAS : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Legend Premium Coffee Yogyakarta

No.	Variabel	Saran/Tanggapan
	Kualitas Pelayanan	Memperbaiki Pernyataan dengan kalimat yang mudah dimengerti
	Komentar Umum/Lain-lain:	

Yogyakarta, 16-12-2015

Validator,



Dewi Eka Murniati, MM
NIP. 19810506 200604 2 002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK



Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281

Telp. (0274) 586188 psw. 276,289,292 (0274) 586734 Fax. (0274) 586734

Certificate No: GSC 90592

website : <http://ft.uny.ac.id> e-mail: ft@uny.ac.id ; teknik@uny.ac.id

Nomot : 0006/H34/PL/2015

04 Januari 2016

Lamp. : -

Hal : Ijin Penelitian

Yth.

- 1 . Gubernur DIY c.q. Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY
- 2 . Gubernur Provinsi DIY c.q. Ka. Bappeda Provinsi DIY
- 3 . Walikota Kota Yogyakarta c.q. Kepala Badan Pelayanan Terpadu Kota Yogyakarta
- 4 . Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda , dan Olahraga Provinsi DIY
- 5 . Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda , dan Olahraga Kota Yogyakarta
- 6 . Pimpinan Legend Premiun Coffee

Dalam rangka pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Legend Premium Coffee Yogyakarta, bagi Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut di bawah ini:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Lokasi
1	Nur Dwi Jayanti	11511244017	Pend. Teknik Boga - S1	Legend Premiun Coffee

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu :

Nama : Sutriyati Purwanti, M.Si

NIP : 19611216 198803 2 001

Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Bulan Januari 2016 s/d selesai.

Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I

Dr. Widarto, M.Pd.
NIP. 19631230 198812 1 001

Tembusan :
Ketua Jurusan

Instrumen Uji Coba Penelitian

KUALITAS PELAYANAN (*RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPHATY, TANGIBLES*) DI LEGEND PREMIUM COFFEE YOGYAKARTA

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara Konsumen
Legend Premium Coffee Yogyakarta
Di Yogyakarta

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang berjudul "**Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta,**" dengan ini saya mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mengisi kuesioner ini (terlampir).

Hasil penelitian ini hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis serta merupakan sumbangan bagi Sekolah Universitas Negeri Yogyakarta.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Penulis,

Nur Dwi

Petunjuk pengisian pertanyaan :

1. Mohon berikan jawaban dari masing-masing pilihan yang tersedia dengan memberikan tanda checklist (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara pilih.
 2. Pilihan hendaknya subjektif mungkin, karena kuesioner ini dapat digunakan secara optimal apabila seluruh pertanyaan terjawab, untuk itu harap diteliti kembali apakah semua pertanyaan telah terjawab.
- Keterangan : SS (Sangat Setuju), KS (Kurang Setuju), S : (Setuju), TS : (Tidak Setuju), STS : (Sangat Tidak Setuju)

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Legend Premium Coffee Yogyakarta

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kualitas Pelayanan						
A.	Kehandalan (Reliability)					
	<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>					
1.	Memiliki kemampuan mengolah makanan dan minuman					
2.	Mampu menyajikan makanan dan minuman dengan cepat					
3.	Memiliki keadaan sehat saat melayani pelanggan					
4.	Memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat					
	<i>Legend Premium Coffee memiliki :</i>					
5.	Ketepatan jam buka dan tutup					
6.	Cita rasa makanan selalu enak dan menggugah selera					
7.	Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali berkunjung					
8.	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir					
B.	Ketanggapan (Responsiveness)					
	<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>					
9.	Sigap dalam melayani					
10.	Tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh					
11.	Memiliki waktu luang untuk membantu					
	<i>di Legend Premium Coffee :</i>					
12.	Tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan dan minuman					
13.	Tidak terlalu lama menunggu makanan dan minuman yang saya pesan					
C.	Jaminan (Assurance)					
14.	Legend premium menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman					
	<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>					
15.	Memiliki pengetahuan tentang menu					
16.	Ramah dalam berkomunikasi					
17.	Sopan dalam berkomunikasi					
18.	Mengerti kebutuhan anda sehingga dapat memberikan rasa percaya					
19.	Memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang dijual					
D.	Perhatian (Empathy)					
	<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>					
20.	Memberikan perhatian secara khusus kepada konsumen					
21.	Mampu membantu konsumen yang kebingungan memilih menu					
22.	Memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen					
23.	Memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial					
E.	Bukti Fisik (Tangibles)					
	<i>Legend Premium Coffee memiliki :</i>					
24.	Tempat duduk yang nyaman					

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
25.	Fasilitas kursi tunggu					
26.	Fasilitas lengkap (kursi, meja, dll) bersih dan dalam keadaan baik					
27.	Jumlah meja dan kursi cukup untuk para pengunjung.					
28.	Tempat parkir memadai					
29.	Ruangan bersih					
30.	Peralatan makanan dan minuman yang digunakan bersih					
31.	Lokasi mudah dijangkau menggunakan alat transportasi					
32.	Lokasi mudah untuk ditemukan					
33.	Ruangan memiliki dekorasi yang menarik					
34.	Bangunan mudah terlihat dengan jelas					
	<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>					
35.	Berpenampilan bersih dan rapih					
36.	Berseragam senada (sama)					

Instrumen Penelitian

KUALITAS PELAYANAN (*RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPHATY, TANGIBLES*) DI LEGEND PREMIUM COFFEE YOGYAKARTA

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara Konsumen
Legend Premium Coffee Yogyakarta
Di Yogyakarta

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang berjudul "**Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta,**" dengan ini saya mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mengisi kuesioner ini (terlampir).

Hasil penelitian ini hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis serta merupakan sumbangan bagi Sekolah Universitas Negeri Yogyakarta.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Penulis,

Nur Dwi J

Petunjuk pengisian pertanyaan :

1. Mohon berikan jawaban dari masing-masing pilihan yang tersedia dengan memberikan tanda checklist (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara pilih.
 2. Pilihan hendaknya subjektif mungkin, karena kuesioner ini dapat digunakan secara optimal apabila seluruh pertanyaan terjawab, untuk itu harap diteliti kembali apakah semua pertanyaan telah terjawab.
- Keterangan : SS (Sangat Setuju), KS (Kurang Setuju), S : (Setuju), TS : (Tidak Setuju), STS : (Sangat Tidak Setuju)

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Legend Premium Coffee Yogyakarta

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kualitas Pelayanan						
A. Kehandalan (Reliability)						
<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>						
1.	Memiliki kemampuan mengolah makanan dan minuman					
2.	Mampu menyajikan makanan dan minuman dengan cepat					
3.	Memiliki keadaan sehat saat melayani pelanggan					
4.	Memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat					
<i>Legend Premium Coffee memiliki :</i>						
5.	Ketepatan jam buka dan tutup					
6.	Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali berkunjung					
7.	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir					
B. Ketanggapan (Responsiveness)						
<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>						
8.	Sigap dalam melayani					
9.	Tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh					
10.	Memiliki waktu luang untuk membantu					
<i>di Legend Premium Coffee :</i>						
11.	Tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan dan minuman					
12.	Tidak terlalu lama menunggu makanan dan minuman yang saya pesan					
C. Jaminan (Assurance)						
13.	Legend premium menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman					
<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>						
14.	Memiliki pengetahuan tentang menu					
15.	Ramah dalam berkomunikasi					
16.	Sopan dalam berkomunikasi					
17.	Memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang dijual					
D. Perhatian (Empathy)						
<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>						
18.	Memberikan perhatian secara khusus kepada konsumen					
19.	Mampu membantu konsumen yang kebingungan memilih menu					
20.	Memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen					
21.	Memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial					
E. Bukti Fisik (Tangibles)						
<i>Legend Premium Coffee memiliki :</i>						
22.	Tempat duduk yang nyaman					

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
23.	Fasilitas lengkap (kursi, meja, dll) bersih dan dalam keadaan baik					
24.	Jumlah meja dan kursi cukup untuk para pengunjung.					
25.	Tempat parkir memadai					
26.	Ruangan bersih					
27.	Peralatan makanan dan minuman yang digunakan bersih					
28.	Lokasi mudah dijangkau menggunakan alat transportasi					
29.	Lokasi mudah untuk ditemukan					
30.	Ruangan memiliki dekorasi yang menarik					
31.	Bangunan mudah terlihat dengan jelas					
<i>Pelayan Legend Premium Coffee :</i>						
32.	Berpenampilan bersih dan rapih					
33.	Berseragam senada (sama)					

UJI VALIDITAS INSTRUMEN

Nomor Pernyataan	Kolerasi Person (Product Moment)	R Tabel (Signifikansi 5%, N=30)	Keterangan
Butir 1	.478**	0,36	Valid
Butir 2	.534**	0,36	Valid
Butir 3	.833**	0,36	Valid
Butir 4	.512**	0,36	Valid
Butir 5	.607**	0,36	Valid
Butir 6	.358	0,36	Tidak valid (gugur)
Butir 7	.545**	0,36	Valid
Butir 8	.655**	0,36	Valid
Butir 9	.422*	0,36	Valid
Butir 10	.534**	0,36	Valid
Butir 11	.496**	0,36	Valid
Butir 12	.366*	0,36	Valid
Butir 13	.498**	0,36	Valid
Butir 14	.410*	0,36	Valid
Butir 15	.433*	0,36	Valid
Butir 16	.624**	0,36	Valid
Butir 17	.729**	0,36	Valid
Butir 18	.180	0,36	Tidak valid (gugur)
Butir 19	.456*	0,36	Valid
Butir 20	.379*	0,36	Valid
Butir 21	.478**	0,36	Valid
Butir 22	.410*	0,36	Valid
Butir 23	.429*	0,36	Valid
Butir 24	.676**	0,36	Valid
Butir 25	.119	0,36	Tidak valid (gugur)
Butir 26	.655**	0,36	Valid
Butir 27	.784**	0,36	Valid
Butir 28	.512**	0,36	Valid
Butir 29	.590**	0,36	Valid
Butir 30	.633**	0,36	Valid
Butir 31	.797**	0,36	Valid

Butir 32	.624**	0,36	Valid
Butir 33	.410*	0,36	Valid
Butir 34	.413*	0,36	Valid
Butir 35	.456*	0,36	Valid
Butir 36	.475**	0,36	Valid

UJI RELIABILITAS

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	52

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir1	190.60	1060.248	.463	.743
butir2	190.67	1059.954	.524	.743
butir3	191.17	1033.454	.835	.736
butir4	190.40	1061.007	.498	.743
butir5	191.20	1051.131	.601	.741
butir6	191.33	1067.126	.345	.745
butir7	191.40	1059.766	.534	.743
butir8	190.57	1048.047	.642	.740
butir9	191.07	1063.168	.400	.744
butir10	190.67	1059.954	.524	.743
butir11	190.73	1063.375	.497	.744
butir12	190.47	1058.602	.342	.743
butir13	190.07	1061.995	.490	.744
butir14	190.87	1067.292	.403	.745
butir15	191.03	1059.620	.416	.743
butir16	190.93	1057.375	.606	.742
butir17	190.97	1045.275	.713	.739
butir18	190.73	1076.133	.079	.747
butir19	190.70	1061.183	.460	.743
butir20	190.90	1064.645	.356	.744
butir21	190.60	1060.248	.463	.743
butir22	190.87	1067.292	.403	.745
butir23	191.17	1061.937	.426	.744
butir24	191.20	1042.924	.653	.739
butir25	189.50	1072.190	.111	.747
butir26	190.83	1058.420	.651	.743
butir27	190.53	1046.051	.780	.740
butir28	190.40	1061.007	.498	.743
butir29	191.23	1059.426	.563	.743

butir30	190.83	1059.523	.614	.743
butir31	190.43	1038.254	.788	.738
butir32	190.93	1057.375	.606	.742
butir33	190.87	1067.292	.403	.745
butir34	191.03	1061.482	.407	.744
butir35	190.70	1061.183	.460	.743
butir36	190.83	1060.213	.456	.743

ANALISIS DESKRIPTIF INDIKATOR

Statistics

	Kualitas Pelayanan	Kehandalan (Reliability)	Ketanggapan (Responsiveness)	Jaminan (Assurance)	Perhatian (Empathy)	Bukti Fisik (Tangibles)
I Valid	85	85	85	85	85	85
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	141.29	33.4941	19.6235	20.8824	16.8588	50.4353
Std. Error of Mean	.929	.24290	.17946	.16519	.12087	.37553
Median	140.00	33.0000	20.0000	20.0000	17.0000	50.0000
Mode	134 ^a	32.00	18.00	20.00	16.00	48.00
Std. Deviation	8.569	2.23939	1.65455	1.52293	1.11433	3.46220
Variance	73.424	5.015	2.738	2.319	1.242	11.987
Skewness	-.925	-1.386	.011	.369	.709	-1.278
Std. Error of Skewness	.261	.261	.261	.261	.261	.261
Range	61	15.00	7.00	9.00	6.00	28.00
Minimum	100	22.00	16.00	16.00	14.00	32.00
Maximum	161	37.00	23.00	25.00	20.00	60.00
Sum	12010	2847.00	1668.00	1775.00	1433.00	4287.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is show

ANALISIS DESKRIPTIF

Frequencies

Statistics

	Kualitas Pelayanan
Valid	85
Missing	0
Mean	141.29
Std. Error of Mean	.929
Median	140.00
Mode	134 ^a
Std. Deviation	8.569
Variance	73.424
Skewness	-.925
Std. Error of Skewness	.261
Range	61
Minimum	100
Maximum	161
Sum	12010

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Kehandalan (Reliability)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
22	1	1.2	1.2	1.2
30	2	2.4	2.4	3.5
31	5	5.9	5.9	9.4
32	24	28.2	28.2	37.6
33	13	15.3	15.3	52.9
34	11	12.9	12.9	65.9
35	11	12.9	12.9	78.8
36	12	14.1	14.1	92.9
37	6	7.1	7.1	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Ketanggapan (Responsiveness)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
8	12	14.1	14.1	14.1
9	14	16.5	16.5	30.6
10	25	29.4	29.4	60.0
11	11	12.9	12.9	72.9
12	21	24.7	24.7	97.6
13	1	1.2	1.2	98.8
14	1	1.2	1.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Jaminan (Assurance)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
5	1	1.2	1.2	1.2
6	2	2.4	2.4	3.5
7	6	7.1	7.1	10.6
8	8	9.4	9.4	20.0
9	3	3.5	3.5	23.5
10	56	65.9	65.9	89.4
11	4	4.7	4.7	94.1
12	3	3.5	3.5	97.6
13	1	1.2	1.2	98.8
15	1	1.2	1.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

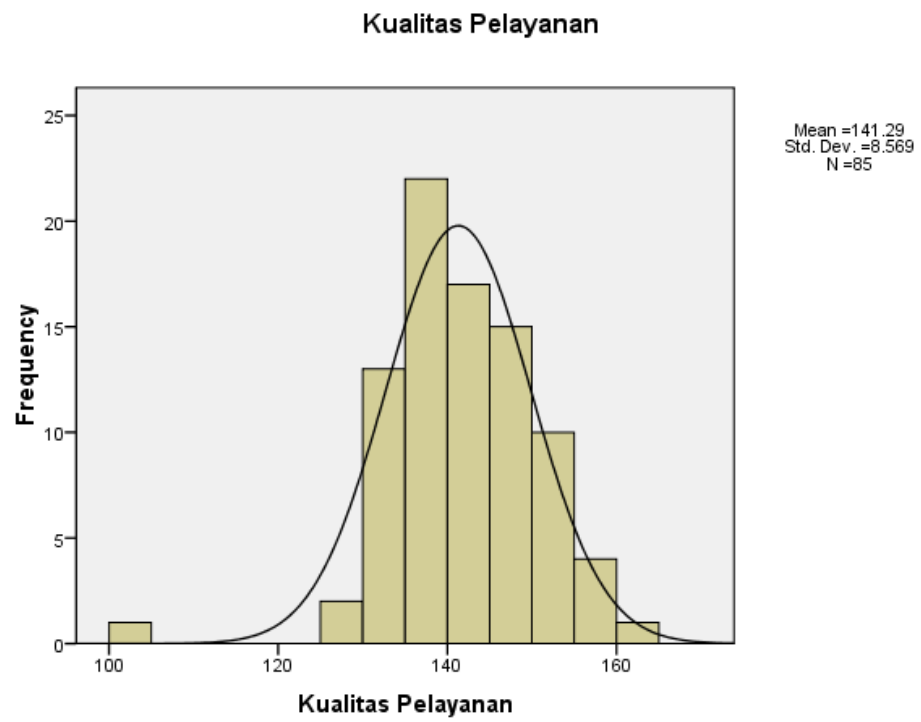
Perhatian (Empathy)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
4	3	3.5	3.5	3.5
5	3	3.5	3.5	7.1
6	7	8.2	8.2	15.3
7	21	24.7	24.7	40.0
8	45	52.9	52.9	92.9
9	5	5.9	5.9	98.8
10	1	1.2	1.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Bukti Fisik (Tangibles)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
12	1	1.2	1.2	1.2
14	1	1.2	1.2	2.4
15	2	2.4	2.4	4.7
16	1	1.2	1.2	5.9
17	2	2.4	2.4	8.2
18	5	5.9	5.9	14.1
19	6	7.1	7.1	21.2
20	9	10.6	10.6	31.8
21	18	21.2	21.2	52.9
22	7	8.2	8.2	61.2
23	4	4.7	4.7	65.9
24	25	29.4	29.4	95.3
25	2	2.4	2.4	97.6
26	2	2.4	2.4	100.0
Total	85	100.0	100.0	

HISTOGRAM



PENKATEGORIAN SKOR

Kategori Skor =

$$Puas = X > Mi + 1,5 SDi$$

$$Cukup = Mi - 1,5 SDi < X \leq Mi + 1,5 SDi$$

$$Rendah = X \leq Mi - 1,5 SDi$$

Rumus Mi =

$$Mi = \frac{1}{2} (\text{skor maksimal ideal} + \text{skor minimal ideal})$$

Rumus SDi =

$$SDi = \frac{1}{6} (\text{skor maksimal ideal} - \text{skor minimal ideal})$$

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

$$Mi = \frac{1}{2} (170 + 34)$$

$$= \frac{1}{2} (204)$$

$$= \mathbf{102}$$

$$Mi + 1,5 SDi = 102 + (1,5 \cdot 23)$$

$$23)$$

$$= 102 + 34,5$$

$$= 136,5 \approx \mathbf{(137)}$$

$$SDi = \frac{1}{6} (170 - 34)$$

$$= \frac{1}{6} (136)$$

$$= \mathbf{23}$$

$$Mi - 1,5 SDi = 102 - (1,5 \cdot$$

$$= 102 - 34,5$$

$$= 67,5 \approx \mathbf{(68)}$$

2. Variabel Kepuasan Konsumen

$$Mi = \frac{1}{2} (70 + 14)$$

$$= \frac{1}{2} (84)$$

$$= \mathbf{42}$$

$$Mi + 1,5 SDi = 42 + (1,5 \cdot 9,3)$$

$$= 42 + 13,95$$

$$= 55,95 \approx \mathbf{(56)}$$

$$SDi = \frac{1}{6} (70 - 14)$$

$$= \frac{1}{6} (46)$$

$$= \mathbf{9,3}$$

$$Mi - 1,5 SDi = 42 - (1,5 \cdot 9,3)$$

$$= 42 - 13,95$$

$$= 28,05 \approx \mathbf{(28)}$$

3. Sub-variabel Kualitas Pelayanan

- **Kehandalan**

$$Mi = \frac{1}{2} (40 + 8)$$

$$= \frac{1}{2} (48)$$

$$= \mathbf{24}$$

$$Mi + 1,5 SDi = 24 + (1,5 \cdot 5,3)$$

$$= 24 + 7,95$$

$$= 31,95 \approx \mathbf{(32)}$$

$$SDi = \frac{1}{6} (40 - 8)$$

$$= \frac{1}{6} (32)$$

$$= \mathbf{5,3}$$

$$Mi - 1,5 SDi = 24 - (1,5 \cdot 5,3)$$

$$= 24 - 7,95$$

$$= 16,05 \approx \mathbf{(16)}$$

- **Ketanggapan**

$$Mi = \frac{1}{2} (25 + 5)$$

$$= \frac{1}{2} (30)$$

$$= \mathbf{15}$$

$$Mi + 1,5 SDi = 15 + (1,5 \cdot 3,3)$$

$$= 15 + 4,95$$

$$= 19,95 \approx \mathbf{(20)}$$

$$SDi = \frac{1}{6} (25 - 5)$$

$$= \frac{1}{6} (20)$$

$$= \mathbf{3,3}$$

$$Mi - 1,5 SDi = 15 - (1,5 \cdot 3,3)$$

$$= 15 - 4,95$$

$$= 10,5 \approx \mathbf{(10)}$$

- **Jaminan**

$$Mi = \frac{1}{2} (25 + 5)$$

$$= \frac{1}{2} (30)$$

$$= \mathbf{15}$$

$$Mi + 1,5 SDi = 15 + (1,5 \cdot 3,3)$$

$$= 15 + 4,95$$

$$= 19,95 \approx \mathbf{(20)}$$

$$SDi = \frac{1}{6} (25 - 5)$$

$$= \frac{1}{6} (20)$$

$$= \mathbf{3,3}$$

$$Mi - 1,5 SDi = 15 - (1,5 \cdot 3,3)$$

$$= 15 - 4,95$$

$$= 10,5 \approx \mathbf{(10)}$$

- **Perhatian**

$$Mi = \frac{1}{2} (20 + 4)$$

$$= \frac{1}{2} (24) = \mathbf{12}$$

$$SDi = \frac{1}{6} (20 - 4)$$

$$= \frac{1}{6} (16) = \mathbf{2,6}$$

$$\begin{aligned}Mi + 1,5 SDi &= 12 + (1,5 \cdot 2,6) \\ &= 12 + 3,9 \\ &= 15,92 \approx \mathbf{(16)}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}Mi - 1,5 SDi &= 12 - (1,5 \cdot 2,6) \\ &= 12 - 3,9 \\ &= 8,1 \approx \mathbf{(8)}\end{aligned}$$

- **Bukti Fisik**

$$\begin{aligned}Mi &= \frac{1}{2} (60 + 12) \\ &= \frac{1}{2} (72) \\ &= \mathbf{36}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}SDi &= \frac{1}{6} (60 - 12) \\ &= \frac{1}{6} (48) \\ &= \mathbf{8}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}Mi + 1,5 SDi &= 36 + (1,5 \cdot 8) \\ &= 36 + 12 \\ &= \mathbf{48}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}Mi - 1,5 SDi &= 36 - (1,5 \cdot 8) \\ &= 36 - 12 \\ &= \mathbf{24}\end{aligned}$$