

Penerapan Manajemen Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Implementation of Service Quality Management to Increase Customer Satisfaction

Artatina Lahagu & Henry Yuliamir*

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 2025-03-18; Direview: 2025-03-23; Disetujui: 2025-06-23

*Corresponding Email: henry.yuliamir@stiepari.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan manajemen kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan. Landasan teori yang digunakan meliputi model Servqual sebagai kerangka pengukuran kualitas pelayanan dan teori disonansi kognitif untuk memahami kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diukur melalui dimensi kecepatan layanan, keramahan staf, kebersihan tempat, dan kenyamanan suasana, sementara manajemen kualitas pelayanan merujuk pada penerapan standar mutu, evaluasi layanan berdasarkan feedback pelanggan, pelatihan karyawan, dan sistem kontrol kualitas. Data dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner yang dirancang secara komprehensif, melibatkan 206 pelanggan rumah makan sebagai sampel. Analisis data menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan manajemen kualitas pelayanan keduanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara khusus, kecepatan layanan dan penerapan standar mutu memiliki pengaruh terbesar dalam model regresi. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan aspek-aspek tersebut dapat secara efektif meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, yang berdampak pada loyalitas pelanggan dan potensi rekomendasi positif. Oleh karena itu, rumah makan disarankan untuk mengembangkan strategi peningkatan kualitas layanan dan sistem manajemen kualitas yang efektif guna mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha di industri kuliner.

Kata Kunci: Manajemen Kualitas Pelayanan; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This article aims to analyze the influence of service quality and service quality management on customer satisfaction in restaurants. The theoretical basis used includes the Servqual model as a framework for measuring service quality and cognitive dissonance theory to understand customer satisfaction. Service quality is measured through the dimensions of service speed, staff friendliness, cleanliness of the place, and comfort of the atmosphere. In contrast, service quality management refers to the implementation of quality standards, service evaluation based on customer feedback, employee training, and quality control systems. Data were collected through a survey with a comprehensively designed questionnaire, involving 206 restaurant customers as samples. Data analysis employed multiple linear regression to assess the simultaneous influence of each variable on customer satisfaction. The results showed that service quality and service quality management both had a positive and significant influence on customer satisfaction. In particular, service speed and implementation of quality standards had the greatest influence in the regression model. This finding confirms that improving these aspects can effectively increase the level of customer satisfaction, which has an impact on customer loyalty and the potential for positive recommendations. Therefore, restaurants are advised to develop strategies to improve service quality and implement an effective quality management system to maintain competitiveness and business sustainability in the culinary industry.

Keywords: Quality Management; Service Quality; Customer Satisfaction.

How to Cite: Lahagu, A. & Yuliamir, H., (2025). Penerapan Manajemen Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 1 (3): 173-181.



PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam industri kuliner. Pelanggan tidak hanya menilai kualitas makanan yang disajikan, tetapi juga aspek layanan seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, kebersihan tempat, dan kenyamanan suasana (Hasanah & Jamilah, 2023). Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha kuliner untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar mampu mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru (Alfaridzi & Budiani, 2021). Dalam konteks ini, Rumah Makan Bintangan di Bawen, Kabupaten Semarang, sebagai salah satu pelaku usaha kuliner, perlu mengimplementasikan strategi manajemen kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saingnya.

Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting keberhasilan bisnis kuliner karena pelanggan yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi positif (Putra & Sulistyawati, 2017). Menurut (Jamaludin, 2015), kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra rumah makan. Studi oleh (Utama & Kusuma, 2019) menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti fisik merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian oleh (Fadli, 2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan. Demikian pula, penelitian oleh (Komala et al., 2019) menekankan bahwa selain kualitas makanan, *perceived value* pelanggan juga berperan dalam meningkatkan kepuasan mereka. Sementara itu, penelitian oleh (Musyrif Yusril Fahmi et al., 2022) mengkaji bagaimana implementasi sistem manajemen mutu dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di industri makanan dan minuman. Studi oleh (Kotler, P., & Keller, 2016) juga menyoroti bahwa pengalaman pelanggan dalam mendapatkan layanan yang optimal dapat berkontribusi terhadap loyalitas jangka panjang.

Lebih lanjut, studi oleh (Retnowati et al., 2021) menemukan bahwa kepuasan pelanggan di rumah makan juga dipengaruhi oleh kesan kualitas produksi dan harga yang bersaing. (Maradita & Susilawati, 2021) menyoroti bahwa suasana restoran, kualitas makanan, dan persepsi nilai sangat menentukan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh (Syarigawir et al., 2022) juga menegaskan bahwa kombinasi antara kualitas produk dan pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. (Hasanah & Jamilah, 2023) menambahkan bahwa harga yang kompetitif, bersama dengan pelayanan yang berkualitas, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian oleh (Haryono & Albetris, 2023) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan berperan besar dalam membangun loyalitas jangka panjang.

Dalam kajian lebih lanjut, (Salusti et al., 2024) mengungkapkan bahwa penerapan Total Quality Management (TQM) dapat meningkatkan efisiensi layanan dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, penelitian oleh (Eka Giovana Asti; Eka Avianti Ayuningtyas, 2020) menekankan pentingnya strategi pemasaran berbasis pengalaman pelanggan dalam meningkatkan kepuasan mereka. Studi oleh (Sofianzah Handika dan Hakimah, 2021) menemukan bahwa lokasi dan kualitas produk juga memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh (Dikshit, 2023) menyoroti pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, yang juga relevan dalam pengelolaan layanan di restoran.

Namun, sebagian besar kajian tersebut masih terbatas pada skala besar atau kawasan perkotaan, dan kurang mengkaji secara spesifik penerapan manajemen kualitas pelayanan di rumah makan skala menengah seperti Rumah Makan Bintangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara khusus bagaimana penerapan manajemen kualitas pelayanan di Rumah Makan Bintangan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya.

Dengan menelaah berbagai aspek kualitas pelayanan dan praktik manajemen layanan yang diterapkan, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi pengelola Rumah Makan Bintangan dalam mengembangkan strategi pelayanan yang efektif. Selain itu, temuan



penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku industri kuliner lokal lainnya untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka melalui peningkatan kualitas layanan yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif untuk menganalisis penerapan manajemen kualitas pelayanan di Rumah Makan Bintangan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner yang terstruktur.

Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berkunjung dan menikmati layanan di Rumah Makan Bintangan, Bawen, Kabupaten Semarang. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria responden yang telah mengunjungi rumah makan minimal satu kali dalam enam bulan terakhir.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin, yaitu: Dimana:

- 1) n = jumlah sampel
- 2) N = populasi pelanggan yang mengunjungi rumah makan dalam enam bulan terakhir
- 3) e = tingkat kesalahan (5%)

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

Di mana:

- 1) n = jumlah sampel
- 2) N = total populasi pelanggan (425 pelanggan)
- 3) e = tingkat kesalahan (5% atau 0.05)

Substitusi angka ke dalam rumus:

$$n = \frac{425}{1+425(0.05)^2}$$

$$n = \frac{425}{1+425(0.0025)}$$

$$n = \frac{425}{1+1.0625}$$

$$n = \frac{425}{2.0625}$$

$$n \approx 206.11$$

Karena jumlah sampel harus berupa angka bulat, maka hasilnya dibulatkan menjadi 206 responden.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel utama:

1. Variabel Independen (X)

Manajemen kualitas pelayanan (dimensi SERVQUAL: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy)

2. Variabel Dependen (Y)

Kepuasan pelanggan

Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Kuesioner disebarikan kepada pelanggan untuk mengukur persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan mereka.

2. Data Sekunder

Studi literatur dari jurnal, buku, dan laporan penelitian sebelumnya terkait manajemen kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode **analisis regresi linear berganda** untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Uji statistik yang digunakan meliputi:



1. Uji Validitas dan Reliabilitas
Untuk menguji kesesuaian instrumen penelitian
2. Uji Asumsi Klasik
Normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas
3. Uji Hipotesis
Uji t (parsial), Uji F (simultan), dan Koefisien Determinasi (R^2)
4. Analisis SERVQUAL

Untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi Pelanggan. Berikut adalah pertanyaan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Pertanyaan

No.	Variabel	Indikator	Pertanyaan
A. Variabel X_1 : Kualitas Pelayanan			
1	Kecepatan Layanan	Apakah Anda merasa pelayanan diberikan dengan cepat dan tepat?	
2	Keramahan Staf	Sikap dan interaksi staf	Apakah staf melayani Anda dengan ramah dan sopan?
3	Kebersihan Tempat	Kondisi kebersihan lingkungan	Apakah lingkungan rumah makan bersih dan nyaman?
4	Kenyamanan Suasana	Kondisi tempat makan	Apakah suasana rumah makan membuat Anda merasa nyaman?
B. Variabel X_2 : Manajemen Kualitas Pelayanan			
1	Penerapan Standar Mutu	Kepatuhan terhadap standar pelayanan	Apakah rumah makan menerapkan standar pelayanan yang baik?
2	Evaluasi Layanan	Feedback pelanggan	Apakah rumah makan menerima dan menindaklanjuti keluhan pelanggan?
3	Pelatihan Karyawan	Kompetensi karyawan	Apakah staf rumah makan terlatih dengan baik dalam melayani pelanggan?
4	Sistem Kontrol Kualitas	Pemantauan kualitas layanan	Apakah kualitas pelayanan di rumah makan selalu dipertahankan?
C. Variabel Y : Kepuasan Pelanggan			
1	Tingkat Kepuasan	Kepuasan secara keseluruhan	Seberapa puas Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan?
2	Loyalitas Pelanggan	Minat berkunjung kembali	Apakah Anda akan kembali ke rumah makan ini di masa depan?
3	Rekomendasi ke Orang Lain	Word of Mouth	Apakah Anda akan merekomendasikan rumah makan ini kepada orang lain?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola rumah makan dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna memenuhi harapan pelanggan serta meningkatkan loyalitas mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menyajikan temuan berdasarkan analisis data yang telah dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang sesuai, dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel serta dijelaskan dalam pembahasan.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ditampilkan dalam Tabel 1, nilai R sebesar 0,753 menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel independen (x_1 dan x_2) dengan variabel dependen (y). Nilai R Square sebesar 0,667 menunjukkan bahwa 66,7% variabilitas dalam

variabel y dapat dijelaskan oleh variabel x1 dan x2, sementara 33,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,563 mengindikasikan bahwa model yang digunakan telah dikoreksi agar tetap sesuai dengan jumlah prediktor yang ada dalam analisis.

Tabel 2. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.753	0.667	0.563	0.68683

Keterangan:

Predictors: (Constant), x2, x1

Hasil uji ANOVA yang disajikan dalam Tabel 2 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan. Nilai F sebesar 132,852 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa variabel independen (x1 dan x2) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (y). Ini berarti bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan hubungan antara variabel dengan baik.

Tabel 3. ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	125.343	2	62.672	132.852	0.000
Residual	95.764	203	0.472		
Total	221.107	205			

Keterangan:

Dependent Variable: y

Predictors: (Constant), x2, x1

Hasil analisis regresi lebih lanjut ditunjukkan dalam Tabel 3. Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa kedua variabel independen (x1 dan x2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel y. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi masing-masing variabel yang lebih kecil dari 0,05.

1. Variabel x1 memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,821 dengan nilai t sebesar 14,156 dan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel x1 akan meningkatkan variabel y sebesar 0,821 unit dengan asumsi variabel lainnya tetap.
2. Variabel x2 memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,796 dengan nilai t sebesar 11,672 dan tingkat signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel x2 akan meningkatkan variabel y sebesar 0,796 unit dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Tabel 4. Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	2.870	0.531		5.409 0.000
x1	0.821	0.053	1.373	14.156 0.000
x2	0.796	0.068	1.048	11.672 0.000

Keterangan:

Dependent Variable: y

Nilai signifikansi ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa variabel x1 dan x2 berpengaruh signifikan terhadap variabel y.

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran variabel yang diteliti. Reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa nilai di atas 0,7 menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang baik.

Hasil pengujian reliabilitas dalam Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7, yang berarti bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini cukup andal dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel 5. Reliability Statistics

Skala	Cronbach's Alpha	N of Items
x1	0.790	5
x2	0.734	5
y	0.744	4

Kesimpulan

1. Nilai Cronbach's Alpha variabel x1 sebesar 0,790 menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel ini cukup reliabel.
2. Nilai Cronbach's Alpha variabel x2 sebesar 0,734 menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik.
3. Nilai Cronbach's Alpha variabel y sebesar 0,744 juga menunjukkan reliabilitas yang baik.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan manajemen kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi sebesar 66,7%, berdasarkan nilai R Square yang diperoleh dari analisis regresi. Ini berarti bahwa kedua faktor tersebut memiliki peran yang besar dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Pengujian model menggunakan uji ANOVA menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dapat secara efektif mengestimasi kepuasan pelanggan. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, manajemen kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan bukanlah hasil kebetulan, tetapi merupakan hubungan yang nyata dan signifikan secara statistik.

Hasil uji koefisien regresi juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan manajemen kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan serta semakin baik manajemen kualitas pelayanan yang diterapkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perbaikan dalam kedua aspek tersebut akan berdampak positif terhadap pengalaman pelanggan di rumah makan yang diteliti.

Faktor Lain yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Selain kualitas pelayanan dan manajemen kualitas pelayanan, terdapat faktor lain yang juga memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti:

1. Harga
Persepsi pelanggan terhadap harga yang sesuai dengan kualitas produk atau layanan dapat memengaruhi kepuasan.
2. Nilai Produk
Kesesuaian antara harapan pelanggan dan nilai yang diterima berdampak pada kepuasan secara keseluruhan.
3. Pengalaman Pelanggan
Faktor emosional dan pengalaman sebelumnya juga dapat memodifikasi persepsi terhadap pelayanan.

Faktor-faktor ini dapat berinteraksi dengan kualitas pelayanan sehingga membentuk pengalaman pelanggan yang kompleks. Variabel kualitas pelayanan dan manajemen kualitas pelayanan saling mendukung dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Misalnya, kualitas pelayanan yang baik tidak akan optimal jika tidak didukung oleh manajemen kualitas yang efektif, seperti pelatihan staf dan sistem kontrol mutu. Sebaliknya, manajemen yang baik akan meningkatkan konsistensi dan standar layanan yang pada akhirnya memperkuat kualitas pelayanan di mata pelanggan.

Kontribusi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan mencakup beberapa indikator utama, yaitu:

1. Kecepatan layanan
Waktu tunggu pelanggan dalam mendapatkan layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan mereka. Jika pelanggan merasa bahwa pelayanan diberikan dengan cepat dan tidak membutuhkan waktu lama untuk menunggu, mereka cenderung lebih puas.
2. Keramahan staf
Sikap dan interaksi staf dengan pelanggan juga menjadi faktor penting. Pelanggan yang dilayani dengan ramah, sopan, dan penuh perhatian akan merasa lebih nyaman dan dihargai, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka.
3. Kebersihan tempat
Kondisi kebersihan lingkungan, termasuk kebersihan meja, lantai, dan area makan, sangat menentukan kesan pelanggan terhadap kualitas layanan. Rumah makan yang terjaga kebersihannya akan memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pelanggan.
4. Kenyamanan suasana
Faktor lain yang turut menentukan kepuasan pelanggan adalah suasana tempat makan itu sendiri, termasuk pencahayaan, tata letak, sirkulasi udara, dan tingkat kebisingan. Semakin nyaman suasana yang dirasakan pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka merasa puas dan ingin kembali berkunjung.

Manajemen kualitas pelayanan mencakup strategi yang diterapkan untuk memastikan standar layanan yang tinggi dan konsisten. Indikator utama dalam aspek ini meliputi:

1. Penerapan standar mutu
Kepatuhan terhadap standar pelayanan yang telah ditetapkan sangat penting untuk memastikan bahwa pelanggan menerima layanan yang konsisten dan sesuai dengan harapan mereka. Jika rumah makan menerapkan standar mutu yang baik, maka pelanggan akan lebih puas dengan layanan yang diberikan.
2. Evaluasi layanan
Feedback pelanggan merupakan bagian penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Rumah makan yang aktif menerima dan menindaklanjuti keluhan atau masukan pelanggan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga kepuasan pelanggan pun ikut meningkat.
3. Pelatihan karyawan
Kompetensi staf dalam melayani pelanggan sangat bergantung pada pelatihan yang mereka terima. Jika staf telah mendapatkan pelatihan yang baik dalam hal komunikasi, pelayanan, dan penanganan keluhan pelanggan, maka mereka akan mampu memberikan layanan yang lebih profesional dan berkualitas.
4. Sistem kontrol kualitas
Pengawasan terhadap kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa standar yang diterapkan tetap dipertahankan. Rumah makan yang memiliki sistem kontrol kualitas yang baik dapat secara konsisten menjaga kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, manajemen kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan memiliki tingkat reliabilitas yang baik, dengan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi internal yang tinggi, sehingga hasil yang diperoleh dapat diandalkan dan valid dalam mengukur variabel yang diteliti.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa kualitas pelayanan dan manajemen kualitas pelayanan memiliki peran signifikan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan di rumah makan yang diteliti. Secara spesifik, kecepatan layanan memberikan kontribusi terbesar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, diikuti oleh keramahan staf dan kebersihan lingkungan yang juga berpengaruh dominan. Selain itu, kenyamanan suasana turut memperkuat pengalaman



positif pelanggan. Pada aspek manajemen kualitas pelayanan, penerapan standar mutu dan pelatihan karyawan terbukti menjadi faktor utama yang mendukung konsistensi layanan, sedangkan evaluasi layanan dan sistem kontrol kualitas berperan dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan secara berkelanjutan.

Temuan ini juga menegaskan bahwa pelanggan yang merasa puas tidak hanya cenderung kembali berkunjung, tetapi juga lebih berpotensi merekomendasikan rumah makan tersebut kepada orang lain, yang dapat meningkatkan loyalitas dan daya saing bisnis.

Namun, perlu dicatat bahwa penelitian ini tidak memasukkan faktor lain yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, persepsi nilai produk, dan faktor eksternal seperti kondisi ekonomi atau persaingan pasar. Selain itu, penelitian ini dilakukan terbatas pada satu rumah makan, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas untuk seluruh industri kuliner.

Oleh karena itu, bagi rumah makan yang ingin mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, disarankan untuk terus mengoptimalkan kualitas pelayanan dan manajemen kualitas pelayanan, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh dalam upaya strategis pengembangan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaridzi, M. F., & Budiani, M. S. (2021). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan X. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(8), 17–31.
- Dikshit, S. (2023). The Use of Artificial Intelligence to Optimize the Routing of Vehicles and Reduce Traffic Congestion in Urban Areas. *EAI Endorsed Transactions on Energy Web*, 10, 1–13. <https://doi.org/10.4108/EW.4613>
- Eka Giovana Asti; Eka Avianti Ayuningtyas. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION). *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(01), 1–14.
- Fadli, M. U. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Saung Endah Karawang. *Value Journal of Management and Business*, 02(9), 208–216.
- Haryono, G., & Albetris, A. (2023). Pengaruh Corporate Image, Trust, Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Pusat Oleh-Oleh Khas Kerinci. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1131. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1114>
- Hasanah, N., & Jamilah, J. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Ola Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(1), 31–39. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.1.102>
- Jamaludin, A. (2015). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN PADANG SEDERHANA KARAWANG. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 1(1), 72–85.
- Komala, C. C., Norisanti, N., & M. Ramdan, A. (2019). Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 58–64. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i2.62>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Pearson*.
- Maradita, F., & Susilawati, M. (2021). Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i1.206>
- Musyriy Fahmi, A., Nawaratallah, A., & Qotrunnada, A. (2022). Analisis Pelaksanaan Sistem Manajemen Mutu Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Di Gerai Mie Gacoan Surabaya. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2927–2938. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.476>
- Putra, F. W., & Sulistyawati, E. (2017). Peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada rumah makan bakmi tungku di kabupaten badung). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 525. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p20>
- Retnowati, E., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., & Anastasya, E. S. (2021). Pengaruh pencapaian kepuasan konsumen rumah makan berdasarkan kesan kualitas produksi dan harga. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1381–1389. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/589>



- Salusti, J. M., Imaniar, D., & Permatasari, S. J. (2024). *Peran Rumah Kreatif Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Bagi Pelaku UMKM Di Kabupaten Banyuwangi (Studi Pelaku UMKM Pada AKRAB)*. 9(1), 75–84.
- Sofianzah Handika dan Hakimah, E. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri Membeli.*, 471–476.
- Syarigawir, S., Irawan, H., & Hadijah Wahid, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Berkah Panaikang Kec.Sinjai Timur Kab Sinjai Selatan. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 144–152. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i2.1215>
- Utama, I. D. A. G. A., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6468. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p05>

