


# Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Kecil Menengah Ayam Geprek Keprek

## *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Micro, Small and Medium Enterprises Ayam Geprek Keprek*

Siti Rokmah<sup>1\*</sup>, Indah Dwi Mulyani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia  
E-mail: <sup>1</sup>[\\*1sr0265685@gmail.com](mailto:sr0265685@gmail.com), <sup>2</sup>[indahdwimulyani@gmail.com](mailto:indahdwimulyani@gmail.com)

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Article History:</b> Received: 26 Feb 2023 Revised: 27 Feb 2023 Accepted: 28 Feb 2023</p> <hr/> <p><b>Keywords:</b> Service Quality, Customer Satisfaction</p>	<p><i>The dimension of service quality that can be implemented properly is a key factor that has an influence on the success of a restaurant because it can create satisfaction for each customer. The satisfaction felt by customers can encourage them to buy back so that it causes positive success for the company. One of them is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Ayam Geprek Keprek is a place to eat in Cirebon. This restaurant serves a variety of chicken, beef, drink menus. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction of MSMEs Ayam Geprek Keprek. The type of research used is explanatory research using a quantitative approach. The sample was 30 customers of Ayam Geprek Keprek. The sampling technique used is accidental sampling and data collection methods using questionnaires. The results showed that the variable of service quality had a significant influence on the variable of customer satisfaction of MSMEs Ayam Geprek Keprek, Cirebon Regency.</i></p> <p><i>This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC BY-SA</a> license.</i></p>
<p><b>Corresponding Author:</b> Siti Rokmah E-mail: <a href="mailto:sr0265685@gmail.com">sr0265685@gmail.com</a></p>	

### Abstrak

Dimensi kualitas pelayanan yang bisa diimplemtasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan sebuah rumah makan karena dapat menciptakan kepuasan pada setiap pelanggan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat mendorong untuk membeli kembali sehingga menimbulkan hal yang positif keberhasilan bagi pihak perusahaan. Salah satunya yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Ayam Geprek Keprek merupakan sebuah tempat makan yang berada di Cirebon. Rumah makan ini menyajikan berbagai menu ayam, sapi, minuman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Ayam Geprek Keprek. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*eksplanatory reseach*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 30 orang pelanggan Ayam Geprek Keprek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan UMKM Ayam Geprek Keprek, Kabupaten Cirebon.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya. Bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya[1]. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

(Siti Rokmah, Indah Dewi Mulyani)

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Kecil Menengah Ayam Geprek Keprek,  
Desa Kalimukti, Brebes

Kepuasan/ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/hasil yang diterimanya[2]. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga dari setiap perusahaan[3].

Menurut (Kotler) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya[4]. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi[5]. Terciptanya kepuasan konsumen yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas dibenak konsumen yang merasa puas[6]. Kepuasan secara umum adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dari hasil *performance* produk yang diterima dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan terjadi, jika kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap suatu produk tertentu dapat dipenuhi oleh perusahaan[7]. Proses senang pelanggan dalam membuat keputusan pembelian juga untuk menggunakan dan membuat barang-barang dan jasa yang dibeli serta termasuk juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk[3].

Kepuasan dipengaruhi oleh tingkat harapan atas kualitas jasa[8]. Kepuasan konsumen sebagai hasil dari perbandingan antara harapan produk atau jasa dan kenyataan yang diterima seseorang maka memunculkan dua kemungkinan yang pertama adalah bila penjual memberikan informasi yang berlebihan terhadap konsumen, maka konsumen akan mempunyai pengharapan yang terlalu tinggi, sehingga berakibat ketidakpuasan jika penjual tidak dapat memenuhi informasinya. (Taylor dan Baker) menggunakan empat indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan, antara lain:

- a. Rasa senang berdasarkan pengalaman. Hal ini dapat ditunjukkan dengan perasaan senang atas sebuah pengalaman seorang pelanggan ketika menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha tertentu,
- b. Pemenuhan harapan atas harapan-harapan pelanggan kepada sebuah produk atau jasa. Jika harapan-harapan tersebut dapat dipenuhi, maka pelanggan akan merasa puas,
- c. Kepercayaan pelanggan Kepercayaan seorang pelanggan atas sebuah produk atau jasa tertentu yang membuat pelanggan tersebut akan memakai jasa tersebut berulang kali. Hal ini dikarenakan kepercayaan tersebut akan mendatangkan kepuasan bagi dirinya,
- d. Persepsi kinerja perusahaan. Suatu kepercayaan tingkat tinggi yang ada pada seorang pelanggan, akan membuat sebuah persepsi dalam dirinya tentang kinerja secara keseluruhan sebuah badan usaha tertentu. Persepsi tersebut akan membuat seorang pelanggan dengan senang hati memberitahu orang lain atas kepuasan yang didapatkannya[9].

Menurut (Kotler) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun[4] Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri[10]. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering[11]. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut: kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah[12].

Menurut Parasuraman (2002), kualitas pelayanan dapat diukur dengan indikator adalah: a) keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa secara tepat waktu (on time), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan. b) daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. c) jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko. d) empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk

(Siti Rokmah, Indah Dewi Mulyani)

memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan. e) produk-produk fisik (*tangible*), tersediannya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa[13].

Dimensi kualitas pelayanan yang bisa diimplemtasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan sebuah rumah makan karena dapat menciptakan kepuasan pada setiap pelanggan[14]. Kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat mendorong untuk membeli kembali sehingga menimbulkan hal yang positif keberhasilan bagi pihak perusahaan. Karyawan perusahaan apabila mampu memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan merasa puas dan citra rumah makan menjadi positif di mata pelanggan[15]. Salah satu UMKM yang ada di Desa Kalimukti yaitu Ayam Geprek Keprek.

Ayam Geprek Keprek, Desa Kalimukti, merupakan sebuah tempat makan yang berada di Cirebon. Rumah makan ini menyajikan berbagai menu ayam, bebek, minuman yang dibanderol dengan harga yang murah dan bersahabat dengan kantong konsumen. Ayam Geprek Keprek sudah berdiri lebih dari 9 tahun. Ayam Geprek Keprek adalah rumah makan yang menjual aneka menu dengan macam-macam varian Ayam gepreknya. Selalu menggunakan bumbu bumbu dan bahan bahan pilihan untuk setiap menu yang dihidangkan. Ayam Geprek Keprek juga selalu menjaga kebersihan tempat dan makanan kami, akses menuju tempat cukup mudah. Harga yang tawarkan juga cukup bersaing. Ayam Geprek Keprek siap melayani dengan baik dan ramah.

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan[16], seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan[17]. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia[18]. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan[19]. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversial hingga kepada yang lebih strategis. Lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi[20].

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan harapannya[21]. Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi[22]. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen[23]. Jurnal Kepuasan merupakan ungkapan dari perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari perbandingan hasil kinerja suatu produk dengan harapan yang diyakini[24].

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif. Bahwa metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat tertulis atau lisan dari subjek dan perilaku yang dapat diamati[25]. Teknik pengumpulan data menggabungkan wawancara terstruktur dan observasi terhadap pelanggan UMKM. Informan pada penelitian ini adalah pelanggan UMKM Ayam Geprek Keprek. Penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Ayam Geprek Keprek". Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret tahun 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Ayam Geprek Keprek. Adapun sampel penelitian ini merujuk pada pendapat Sugiono (2018) yaitu sampel yang digunakan sebanyak 30 pelanggan Ayam Geprek Keprek. Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan, penulis menggunakan 2 (dua) metode penelitian yaitu: kuesioner (angket) yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran angket kepada 30 pelanggan yang menjadi sampel. Dalam penelitian ini salah satu metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik angket. Dengan cara ini didarkan kepada responden berisi responden berisi pertanyaan-

(Siti Rokmah, Indah Dewi Mulyani)

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Kecil Menengah Ayam Geprek Keprek,  
Desa Kalimukti, Brebes

pertanyaan tentang variabel yang akan diukur. Yang kedua wawancara. Wawancara untuk memperoleh informasi melalui berkomunikasi dengan pemilik Ayam Geprek Keprek dan berkomunikasi dengan pelanggan. Teknik ini penulis gunakan sebagai langkah awal dalam penelitian.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Ayam Geprek Keprek. Jumlah kuesioner yang tersebar adalah 30 kuesioner yang di dapatkan datanya dari pelanggan Ayam Geprek Keprek yang telah datang untuk membeli produk lebih dari 2 kali. Data ini terkonsentrasi dari pelanggan Ayam Geprek Keprek. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen di lapangan didapatkan fakta bahwasanya kualitas pelayanan UMKM Ayam Geprek Keprek sangat baik dan ramah, sehingga pelanggan merasa puas Ketika makan dirumah makan Ayam Geprek Keprek. Dengan ada dapat membuahkan hasil pada minat daya beli pelanggan Ayam Geprek Keprek meningkat, sehingga mengalami peningkatan pada volume penjualan.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner[26]. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam hal ini digunakan beberapa butir pertanyaan yang dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur tersebut. Untuk mengukur tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat ukur dapat mengungkapkan konsep gejala/kejadian yang diukur[26]. Item kuisisioner dinyatakan valid apabila nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel( $n-2$ ). Pengujian validitas selengkapnya ada di tabel 3.1. Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid. Berikut data hasil uji validitas:

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

	VAR1	VAR2	VAR3	VAR4	VAR5	VAR6	VAR7	VAR8	VAR9	VAR10	VAR11
Pearson Correlation	.804**	.803**	.829**	.711**	.769**	.717**	.822**	.812**	.733**	.782**	1
Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
N	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji selanjutnya yaitu melakukan uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $>$  0.60, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variable tersebut berdistribusi reliabel, berikut di bawah ini data uji validitas dan reliabilitas.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	11

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu  $>$ 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuisisioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur. Uji prasyarat dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, sedangkan uji hipotesis nya yaitu menggunakan uji F dan uji t, berikut dibawah ini datanya :

(Siti Rokmah, Indah Dewi Muyani)

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Kecil Menengah Ayam Geprek Keprek, Desa Kalimukti, Brebes

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,89776141
Most Extreme Differences	Absolute	,129
	Positive	,067
	Negative	-,129
Test Statistic		,129
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		

Uji prasyarat yang pertama yaitu uji normalitas. Tujuan dilakukannya uji normalisasi adalah untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dari data yang telah diuji dari sampel yang bernilai acak atau terlalu ekstrem nilainya. Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa data hasil uji normalitas yaitu dengan variabel X yaitu kualitas pelayanan, dan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan memperoleh nilai signifikan 0,200, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai uji normalitas yang dihasilkan yaitu berdistribusi normal.

**Tabel 4.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,144	2,820		-,760	,453
digital marketing	,135	,104	,238	1,299	,205
a. Dependent Variable: Kualitas.Layanan					
b. Predictors: (Constant), Kepuasan.Pelanggan					

Uji prasyarat yang selanjutnya yaitu dilakukan uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan Variance maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya[26]. Berdasarkan tabel 4. diperoleh data uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode glejser hasil menyatakan bahwa nilai signifikasinya yaitu 0,205, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa antara variabel independen dengan absolute residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Setelah dilakukan uji prasyarat kemudian penulis melakukan uji hipotesis yaitu dengan menggunakan uji F dan uji t. Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen[26]. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Sedangkan uji parsial (uji t) yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Berikut dibawah ini hasil uji F dan uji t:

**Tabel 5.** Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2,051	1	2,051	1,687	,025 <sup>b</sup>
Residual	34,033	28	1,215		
Total	36,084	29			
a. Dependent Variable: Kualitas.Layanan					
b. Predictors: (Constant), Kepuasan.Pelanggan					

Berdasarkan uji F yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan variabel X1 dan Y dapat diperoleh hasil signifikan 0,025 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dari data tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh atau keterkaitan yang signifikan dari variabel X dan Y. Berdasarkan data uji F dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Keprek. Sehingga pelanggan selalu datang kembali untuk membeli UMKM tersebut.

**Tabel 6.** Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-2,144	2,820		-,760	,045
Kepuasan pelanggan	,135	,104	,238	1,299	,020

a. Dependent Variable: Kualitas.Layanan  
b. Predictors: (Constant), Kepuasan.Pelanggan

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan uji t dilakukan oleh penulis dengan menggunakan variabel X dan Y dapat diperoleh hasil signifikan yaitu sebesar 0,020 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dari data tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Keprek.

Bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas biasanya juga meningkatkan profitabilitas.

Hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Keprek, sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler (2002) yaitu terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas (*quality improvement programs* – QIPs) biasanya juga meningkatkan profitabilitas. Tidak jauh berbeda dengan pendapat tersebut, faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat ditarik kesimpulan bahwa ayam Geprek Keprek adalah rumah makan yang menjual aneka menu, dengan selalu menggunakan bumbu dan bahan pilihan untuk setiap menu yang dihidangkan. Kualitas pelayanan Ayam Geprek Keprek sangat baik dan ramah. Berdasarkan uji t diperoleh data yaitu sebesar 0,020 yang dan uji F diperoleh data yaitu 0,025 yang artinya  $< 0,05$ , sehingga dari data tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pelanggan merasa puas dengan pelayanan dirumah makan Ayam Geprek Keprek hal tersebut memberikan efek positif untuk rumah makan tersebut. Hal tersebut dapat membuat pelanggan selalu kembali lagi ke rumah makan tersebut.

#### DAFTAR REFERENSI

- [1] T. Gde and R. Sukawati, "Peran Kepercayaan dalam Memediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Hijau Merek Herbalife," *E-Jurnal Manaj. Unud*, vol. 8, no. 3, pp. 1285–1314, 2019.
- [2] I. D. A. G. A. Utama, "Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan," *E-Jurnal Manajamemen*, vol. 27, no. 2, pp. 58–66, 2019.
- [3] S. I. Mukson Slamet Bambang Riono, "Orientation of Entrepreneurship and Innovation in Improving the Company's Performance through Business Strategy," *J. Konsep Bisnis dan Manaj.*, vol. 8, no. 1, pp. 37–46, 2020.
- [4] 2011 Kotler Philip., "Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2," *Jakarta: Erlangga*. pp. 230–231, 2011.
- [5] M. Syaifulloh, S. B. Riono, and S. N. Utami, "Young Coconut Trader Marketing Strategy During the Pandemic," in *Tegal International Conference on Applied Social Science & Humanities (TICASSH*

(Siti Rokmah, Indah Dewi Muyani)

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Kecil Menengah Ayam Geprek Keprek, Desa Kalimukti, Brebes

- 2022), 2022, pp. 492–500.
- [6] A. Candra, H. Sucipto, D. Harini, N. Nasiruddin, R. Roni, and A. Mutaqin, “Pemberdayaan UMKM Angkringan Milenial melalui Legalitas Usaha di Desa Cikuya, Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes,” *Kreat. J. Pengabd. Masy. Nusant.*, vol. 2, no. 2, pp. 76–84, 2022.
- [7] S. B. R. Deva Ariyani Hendri Sucipto, “Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual,” *Kreat. J. Pengabd. Masy. Nusant.*, vol. 2, no. 3, pp. 100–106, 2022.
- [8] D. Ariyani, S. B. Riono, H. Sucipto, P. Manajemen, and U. M. Setiabudi, “Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual,” *Kreat. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 100–106, 2022.
- [9] A. Susanti, “Pengaruh Experiential Marketing an Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (SStudi Kasus pada Pengguna Smartphone Samsung di Kota Yogyakarta),” *J. Ekobis Dewantara*, vol. 3, pp. 1–23, 2016.
- [10] S. B. Riono, “Analisis Strategi Pemasaran Kredit, Prosedur Pemberian Kredit, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam,” *J. Ilm. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 3, pp. 1–12, 2022.
- [11] A. Riyanto, “Implikasi Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Cibadak Sukabumi,” *Ecodemica*, vol. 2, no. 1, pp. 117–124, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2911/pdf>.
- [12] F. Laurent, “Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek melalui Kepuasan Pelanggan,” *Agora*, vol. 4, no. 2, pp. 95–100, 2016.
- [13] Lyana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Emosional pada Pelanggan Anna Face & Body Care Centre Sarawak,” *J. Manaj.*, vol. 6, no. 1, 2016.
- [14] N. W. D. R. Anggelina, “Peran Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan,” *E-Jurnal Manaj.*, vol. 27, no. 2, pp. 58–66, 2019.
- [15] N. M. D. S. Sari, “Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan KFC di Kota Denpasar,” *E-Jurnal Manaj.*, vol. 27, no. 2, pp. 58–66, 2019.
- [16] D. A. Maulana, S. B. Riono, A. Yulianto, and M. Syaifulloh, “Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Toko Ato Losari),” *Prof. J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 1–11, 2022.
- [17] R. A. Maharany, “Peran Gender Sebagai Variabel Moderasi dalam Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan,” *E-Jurnal Manaj.*, vol. 27, no. 2, pp. 58–66, 2019.
- [18] I. Affan, Y. A. Serah, Siswadi, S. B. Riono, and A. Kurniawan, “Public Service: The Principle of Equality, Neutrality, and Participation,” *J. Crit. Rev.*, vol. 7, no. 8, pp. 2050–2055, 2020.
- [19] F. Indrawati, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening di Cincau Station Surabaya,” *Agora*, vol. 6, no. 2, 2018.
- [20] V. Wahana, “Pengaruh Persepsi Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Toko Kain Toray Pematangsiantar,” *Mak. J. Manaj.*, vol. 5, no. 2, pp. 97–109, 2019.
- [21] Syamsu Marlin, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Layanan Data 4G : Studi Kasus PT . Internux,” *Operations Excellence*, vol. 9, no. 2, pp. 173–188, 2017.
- [22] R. Hartono, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Di Toko Kalimas,” *Agora*, vol. 6, no. 2, pp. 1–5, 2018.
- [23] N. L. P. A. P. Maharani, “Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen dalam Berbelanja Clothing Online melalui Instagram,” *E-Jurnal Manaj.*, vol. 8, no. 9, pp. 5672–5701, 2019.
- [24] D. Nuroksi Apipah Slamet Bambang Riono *et al.*, “Pemanfaatan Pemasaran Online Penjualan Telur Asin di Kabupaten Brebes,” *J. Account. Financ.*, vol. 1, no. 1, pp. 138–147, 2022, doi: <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v2i4.190>.
- [25] Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*. 2021.
- [26] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta, 2017.

(Siti Rokmah, Indah Dewi Muyani)

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Kecil Menengah Ayam Geprek Keprek, Desa Kalimukti, Brebes