

## **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN TAMU TERHADAP PELAYANAN PRAMUSAJI DI *SUNSET RESTAURANT* PADA HOTEL PURI RAJA DI LEGIAN, KUTA - BALI**

GN Joko Adinegara, Ni Komang Pradnya Yanti, Ni Made Erpia Ordani Astuti  
Universitas Dhyana Pura, Badung - Bali

### **ABSTRAK**

Hotel Puri Raja merupakan hotel berbintang yang memiliki sebuah restoran yang beradadi pinggir pantai yang bernama *Sunset Restaurant*. Restoran ini menawarkan nuansa yang nyaman dan menyenangkan karena langsung berhadapan dengan pantai. Persaingan restoran di sekitar pantai Padma, Kuta yang sangat ketat, oleh karena itu pelayanan yang baik dan dapat memberikan kepuasan kepada tamu yang datang merupakan hal yang perlu diberikan kepada tamu. Manajemen harus dapat memberikan jaminan kepuasan kepada tamu dalam rangka mempertahankan pelanggan yang datang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Resataurant*? Kemudian yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Restaurant*. Kualitas pelayanan merupakan suatu indikator yang erat kaitannya dalam menentukan kepuasan tamu. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan tamu adalah persepsi mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi yakni: bukti langsung, keandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati. Pencapaian tingkat kepuasan dapat dinilai yaitu setelah tamu merasakan dan mendapatkan pelayanan selama berada di restoran.

Kuesioner yang diperoleh sebanyak 66 responden, dan dengan skala likert 5, diperoleh kesimpulan bahwa pada variabel bukti langsung dengan klasifikasi sangat puas, untuk variabel keandalan dengan klasifikasi sangat puas, untuk variabel jaminan dengan klasifikasi sangat puas, untuk variabel daya tanggap dengan klasifikasi sangat puas, dan untuk variabel empati dengan klasifikasi sangat puas. Dengan demikian, tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Restaurant* memperoleh klasifikasi sangat puas.

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut dapat dilihat untuk masing-masing variabel memperoleh klasifikasi sangat puas dengan kriteria yang berbeda-beda. Oleh karena itu, pramusaji diharapkan untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan mutu kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan tamu yang makan dan minum di *Sunset Restaurant*. Pihak manajemen diharapkan selalu memberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan paramusaji baik itu dalam berbahasa asing sehingga kemampuan berkomunikasi dapat ditingkatkan dalam rangka memudahkan dalam memberikan pelayanan dan meningkatkan kualitas pelayanan guna terciptanya kepuasan tamu.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan, restoran.

### **ABSTRACT**

Hotel Puri Raja is a three-star hotel has a restaurant which is located on the coast called the *Sunset Restaurant*. This restaurant offers a comfortable feeland fun for dealing directly with the beach. Competition restaurants around the beach Padma, Kuta are very strict, therefore, good service and cangivesatisfaction to the guests who come are things that need to be given to guests. Manajemen should be able to provide assurance to the guest satisfaction in order to keep customers coming. Formulation of the problem in this research is how the level of guest satisfaction with the service waiter at *Sunset Resataurant*? Then is the purpose of

this study was to determine the level of guest satisfaction with the service waiter at the Sunset Restaurant. Service quality is an indicator that is closely related in determining guest satisfaction. One factor that determines the guest satisfaction is the perception of the quality of services that focuses on five dimensions: direct evidence, reliability, assurance, responsiveness, and empathy. Achievement level of satisfaction can be assessed that after getting a taste and care while in the restaurant.

Questionnaires were obtained as much as 66 respondents, and the Likert scale 5, the conclusion that the evidence directly to the classification variables are very satisfied, for the reliability of the classification variables are very satisfied, to assurance the classification variables are very satisfied, for the classification variable responsiveness to very satisfied, and for empathy with the classification variables are very satisfied. Thus, the level of guest satisfaction with the service waiter at Sunset Restaurant obtain classification of very satisfied.

Based on the results of these conclusions can be seen for each variable gain very satisfied with the classification of different criteria. Therefore, the waitresses are expected to always maintain and improve the quality of service quality so as to improve guest satisfaction are eating and drinking at the Sunset Restaurant. The management is expected to always provide training to improve the skills of a good waiter in a foreign language, so the ability to communicate can be improved in order to make it easier to provide services and improve the quality of service to create guest satisfaction.

Keyword: service quality, satisfaction, restaurant.

## 1. PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu objek wisata yang populer bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Daya tarik Bali sebagai destinasi wisata di dukung oleh keunikan dan keragaman alamnya yang indah serta di dukung oleh budaya dan adat istiadat masyarakatnya, sehingga menjadikan Bali sebagai daerah kunjungan wisatawan yang terkenal. Dampak perkembangan industri pariwisata di Bali memberikan pertumbuhan dan perkembangan pembangunan ekonomi yang positif terutama dalam penciptaan lapangan pekerjaan di industry perhotelan, restoran, travel agent, transportasi, serta bidang-bidang terkait lainnya. Kemajuan pembangunan ekonomi Bali merupakan hasil dukungan semua pihak, baik pemerintah pusat, provinsi dan kabupaten/kota se-Bali, masyarakat serta pelaku industri pariwisata yang telah bekerja bersama-sama dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik melalui promosi di dalam dan luar negeri.

Dalam rangka menjaga stabilitas kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Bali, pemerintah pusat dan pemerintah daerah khususnya, telah membangun infrastruktur pendukung pariwisata dalam rangka memenuhi kebutuhan para wisatawan yang berkunjung ke Bali. Selain dari segi pembangunan perbaikan fasilitas pariwisata, dari segi promosi juga dilakukan untuk meningkatkan dan memberikan citra positif terhadap Bali yang merupakan daerah tujuan wisata. Perbaikan dari segi promosi juga dilakukan oleh pihak pemerintah provinsi Bali yang bekerjasama dengan masing-masing pihak penyedia jasa pariwisata seperti travel agen, hotel, untuk berperan serta dalam memperkenalkan Bali yang tidak hanya dengan keindahan alamnya namun juga memperkenalkan Bali dari sisi kebudayaannya.

Dengan adanya peningkatan kunjungan wisatawan baik mancanegara dan domestik ke Bali (BPS Bali, 2014), maka diperlukan sarana dan prasarana pariwisata yang memadai baik dari segi kualitas dan pelayanan. Sarana akomodasi tersebut diharapkan dapat mengakomodir kebutuhan dan keinginan wisatawan pada saat mereka menikmati destinasi pariwisata di Bali.

Wisatawan dalam memanfaatkan waktu luangnya saat menikmati liburan selain mengunjungi destinasi pariwisata, juga mengunjungi restoran dan cafe, pusat perbelanjaan, serta tempat-tempat yang memiliki daya tarik bagi wisatawan.

Hotel merupakan salah satu fasilitas akomodasi penting dalam bisnis pariwisata. Setiap hotel memiliki ciri khas yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Tarif yang bervariasi juga dapat memberikan kesempatan bagi semua segmen wisatawan yang ingin berkunjung ke Bali. Dengan adanya berbagai jenis hotel diharapkan mampu menyerap lebih banyak wisatawan untuk datang ke Bali. Salah satu hotel yang menjadi pilihan wisatawan untuk mereka menginap selama mereka berlibur di Bali adalah Hotel Puri Raja yang terletak di daerah Legian Utara di Jalan Padma Utara. Hotel ini memiliki berbagai fasilitas seperti restaurant, bar, kolam renang, taman yang dihiasi dengan tanaman-tanaman yang indah, serta kamar tamu yang sangat bervariasi dan desain interior maupun eksterior yang dapat membuat tamu merasa nyaman untuk tinggal dan membuat tamu merasa puas dengan pelayanan yang di berikan selama mereka berada di sana selain itu karyawan yang ramah dan siap membantu kapanpun dibutuhkan oleh tamu mengenai pelayanan yang diterima.

Hotel Puri Raja merupakan hotel dengan lokasi sangat strategis berada dekat dengan beberapa pantai yang terkenal seperti: pantai padma, pantai *double six* maupun pantai legian, tempat perbelanjaan. Hal ini menjadi salah satu nilai positive bagi tamu, karena dapat memberikan kepuasan bagi tamu yang menginap. Kepuasan yang dirasakan oleh tamu terhadap pelayanan yang diberikan adalah hal yang sangat penting untuk dapat mempertahankan tamu yang sedang menginap demikian juga dapat meningkatkan jumlah kunjungan tamu yang menginap pada hotel tersebut yang tentunya juga akan memberikan dampak yang positif terhadap penjualan.

*Sunset Restaurant* merupakan salah satu restoran yang dimiliki oleh Hotel Puri Raja dalam melayani tamu untuk makan dan minum, yang terletak pada lokasi yang strategis dipinggir pantai. Dalam rangka memberikan apa yang diharapkan dan yang dibutuhkan oleh tamu yang datang ke *Sunset Restaurant*, maka pihak manajemen mengambil keputusan dengan cara meningkatkan pelayanan yang dimiliki dengan tidak terlepas dari prosedur pelayanan yang ada dan *Standard Operational Procedure (SOP)* yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen dan mengembangkan inovasi produk yang dimiliki agar tamu merasa puas dan tidak merasa bosan ketika mendapatkan pelayanan di restoran. Kualitas pelayanan dan kualitas produk ditentukan oleh pihak tamu yang merupakan pengguna akhir.

Oleh karena itu, pihak manajemen maupun seluruh karyawan perlu memahami SOP yang telah ditentukan dan menjaga kualitas produk secara konsisten agar kepuasan dapat dirasakan oleh tamu. Setiap tamu pasti memiliki harapan atas apa yang akan mereka peroleh baik pelayanan maupun makanan dan minuman yang mereka pesan. Tamu kemudian akan membandingkan antara harapan mereka dengan kenyataan apa yang mereka dapatkan dari jasa yang diberikan oleh pihak restoran. Jika harapan sesuai dengan apa yang mereka dapatkan, tamu akan merasa puas, demikian sebaliknya jika harapan tidak sesuai dengan apa yang mereka rasakan, tamu akan merasa kecewa (Parasuraman, et al. 1985). Jika kepuasan yang dirasakan tamu dapat tercapai dengan maksimal dan sangat memuaskan baginya, hal ini merupakan pencapaian positif yang dicapai oleh pihak manajemen dalam kelangsungan usahanya. Dengan kepuasan tamu, keuntungan atas penjualan yang dilakukan bukan mustahil akan menjadi hal yang mudah diwujudkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di *Sunset Restaurant Hotel Puri Raja*. Penelitian ini dilakukan dimaksudkan agar dapat menilai dan memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu yang menikmati pelayanan di *Sunset Restaurant*. Kemudian, hasil penelitian ini dapat memberikan

masuk kepada pihak manajemen dan pengelola dalam menangani kepuasan tamu maupun terhadap pihak-pihak terkait lainnya.

Zeithaml, et al (1996) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari sekedar penilaian kualitas pelayanan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan oleh faktor situasi dan personal dari konsumen. Lebih lanjut Parasuraman, et al. (1985) menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat tergantung pada kualitas jasa yang diberikan, mereka berpendapat bahwa jasa terdiri dari lima dimensi yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dimensi berwujud (*tangible*), dan empati (*empathy*). Jika pelayanan yang diharapkan lebih kecil dari persepsi pelayanan aktual yang diterima, maka pelanggan akan merasa sangat terpuaskan. Jika pelayanan yang diharapkan sama dengan persepsi pelayanan aktual yang diterima, maka pelanggan akan merasa cukup terpuaskan. Namun, jika harapan pelayanan lebih besar dibandingkan dengan persepsi pelayanan nyata yang diterima, maka pelanggan merasa tidak terpuaskan.

Menurut Rangkuti (2002:30) salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah "persepsi konsumen mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa". Lima kriteria umum atau standard yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu :

1. *Responsiveness* (daya tanggap), adalah kemampuan untuk mendorong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan cepat.
2. *Reliability* (keandalan), adalah kemampuan untuk melakukan suatu pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
3. *Empathy* (empati), adalah rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi.
4. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.
5. *Assurance* (jaminan), adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Kualitas pelayanan dianggap sebagai alat yang penting untuk perjuangan perusahaan untuk membedakan dirinya dari para pesaingnya. Relevansi kualitas layanan kepada perusahaan yang ditekankan di sini terutama kenyataan bahwa perusahaan menawarkan keunggulan kompetitif untuk perusahaan yang berusaha untuk memperbaikinya dan karenanya membawa kepuasan pelanggan (Ladhari, 2008). Lebih lanjut Negi, (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan telah menerima banyak perhatian dari akademisi dan praktisi dan jasa pemasaran kualitas pelayanan literatur didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan layanan oleh pelanggan (Eshghi, et al. 2008). Parasuraman, et al, (1988) mendefinisikan kualitas sebagai bentuk sikap tetapi tidak sama dengan kepuasan, dan hasil dari harapan dengan persepsi kinerja. Oleh karena itu, memiliki pemahaman yang lebih baik dari sikap konsumen akan membantu perusahaan dalam memandang kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Harapan atau ekspektasi dilihat dalam kualitas pelayanan merupakan sebuah keinginan atau keinginan konsumen tentang apa yang mereka rasakan dari penyedia layanan sedangkan *perceived value* atau nilai yang dirasakan merupakan hasil dari pandangan konsumen dari dimensi layanan, yaitu baik teknis maupun fungsional. Kemudian total persepsi pelanggan dari pelayanan didasarkan pada hasil persepsi konsumen secara keseluruhan dari proses (Edvardsson, 1998). Lebih lanjut Ghylis, et al. (2008) menunjukkan bahwa dengan mendefinisikan kualitas pelayanan, perusahaan akan dapat memberikan pelayanan dengan tingkat kualitas yang lebih tinggi yang mungkin akan mengakibatkan kepada peningkatan kepuasan pelanggan. Dalam studi ini, kualitas

layanan dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan untuk kinerja pelayanan sebelum pertemuan layanan dan persepsi mereka tentang layanan yang diterima.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Negi (2009) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kepada pelanggan kontribusi terhadap daya saing bisnis dan mengembangkan kepuasan pelanggan. Hal ini membuat kualitas layanan merupakan konstruk yang sangat penting untuk dipahami dengan mengetahui bagaimana mengukurnya dan membuat perbaikan yang diperlukan dalam dimensi yang tepat terutama di daerah di mana terjadi kesenjangan antara harapan dan persepsi yang lebar. Jadi dalam konteks perusahaan jasa, tidak hanya mempelajari kualitas pelayanan yang dirasakan dan bagaimana kualitas layanan diukur tetapi juga memberikan arahan untuk dalam peningkatan kualitas pelayanan dalam rangka menuju kepuasan pelanggan. Kemudian hasil penelitian Douglas & Connor (2003) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya dinilai sebagai hasil akhir tetapi juga terhadap bagaimana kualitas pelayanan tersebut disampaikan selama proses pelayanan dan efek utamanya adalah pada persepsi konsumen. Konsumen menganggap produk yang *intangible* yaitu kualitas pelayanan telah menyumbang peran yang besar dalam mendorong kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan (Negi, 2009). Ini berarti ada kebutuhan untuk memahami harapan pelanggan mengenai kualitas layanan.

Perhatian perusahaan terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan tamu semakin besar. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini semakin banyak perusahaan menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan visi dan misinya, iklan maupun dalam pertemuan-pertemuan yang melibatkan pelanggan. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasanya, maka konsumen memiliki pilihan terhadap produk dan jasa yang semakin banyak. Kekuatan tawar menawar dari pelanggan semakin besar. Kotler dan Keller (2009:14) menyatakan bahwa tujuan dari sebuah bisnis jika ingin tetap bisa melayani pelanggan adalah *customer orientation* (memfokuskan kepada kebutuhan dan keinginan pelanggan). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, terjadinya pembelian ulang (*repurchase*) dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang sifatnya positif dan menguntungkan perusahaan.

Menurut Schnaars (1991) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, terjadinya pembelian ulang (*repurchase*) dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu promosi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth Communication*) yang sifatnya positif dan menguntungkan perusahaan. Engel (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kotler dan Keller (2009:21) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan konsumen akan produk dan jasa (diperoleh dari promosi ataupun informasi, kebutuhan dan keinginan) dengan hasil kinerja yang dirasakan oleh pelanggan dalam memakai produk dan jasa. Hal ini dapat dilihat pada Persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Kepuasan pelanggan di konseptualisasikan sebagai transaksi-spesifik didasarkan pada pengalaman pelanggan pada pertemuan layanan tertentu, dan kepuasan pelanggan merupakan sebuah akumulasi pada evaluasi keseluruhan pengalaman layanan (Cronin & Taylor, 1992). Hal ini

menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan didasarkan pada pengalaman dengan penyedia layanan dan juga hasil dari layanan. Giese & Cote, (2000) menyatakan dengan jelas bahwa tidak ada definisi generik mengenai kepuasan pelanggan dan setelah melakukan studi tentang berbagai definisi tentang kepuasan akhirnya mereka memberikan definisi berikut, "kepuasan pelanggan diidentifikasi dengan respon (kognitif atau afektif) yang berkaitan dengan fokus tertentu (yaitu pengalaman pembelian dan atau produk terkait) dan terjadi pada waktu tertentu (yaitu pasca pembelian)". Dari definisi ini jelas bahwa kepuasan konsumen ditentukan oleh pengalaman dalam melakukan transaksi dengan perusahaan dimana tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh pengalaman kumulatif pada semua poin dari kontak pelanggan dengan perusahaan.

Menurut Wicks & Roethlein (2009) kepuasan pelanggan dapat dibentuk melalui proses evaluasi afektif dan evaluasi afektif ini dilakukan menyusul pengalaman pembelian oleh konsumen. Organisasi yang secara konsisten memuaskan pelanggan mereka menikmati tingkat retensi yang lebih tinggi dan profitabilitas yang lebih besar karena adanya peningkatan loyalitas pelanggan. Inilah sebabnya mengapa menjaga konsumen tetap merasa puas merupakan hal yang sangat penting dan ini dapat dilakukan dengan cara yang berbeda dan salah satu caranya adalah dengan mencoba untuk mengetahui harapan mereka dan persepsi layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan. Dengan cara ini, kualitas layanan dapat dinilai dan dengan demikian dapat mengevaluasi kepuasan dari pelanggan.

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2007:210-211) "ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya":

#### 1. *Sistem Keluhan dan Saran*

Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggan guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, websites, dan lain-lain.

#### 2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan *staff* penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Kemudian mereka diminta untuk melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

#### 3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

#### 4. *Survei Kepuasan Pelanggan*

Sebagian besar riset mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, *e-mail*, *websites* maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di *Sunset Restaurant* yang berlokasi di Hotel Puri Raja Legian, Kuta. Sedangkan metode penentuan sampelnya adalah *accidental sampling*. Total seluruh responden berjumlah 66 responden. Dalam penelitian ini digunakan 11 butir pertanyaan dengan skala likert 5 untuk mengukur kepuasan dan ketidakpuasan tamu. Skala dalam mengukur tingkat kepuasan tamu adalah 1= tidak puas sampai 5=sangat puas, dan data dianalisis menggunakan teknik analisis kuantitatif yang menggunakan rumus-rumus dalam memperoleh dan mengukur hasil dari permasalahan yang diangkat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 11 indikator dari 5 variabel kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel beserta indikator yang digunakan adalah (1) variabel tangibility dengan 3 indikator yaitu kebersihan dan kerapian seragam pramusaji, kebersihan area pelayanan tamu, kebersihan dan kelengkapan peralatan/alat dari pramusaji. (2) variabel reliability dengan 2 indikator yaitu kecepatan pramusaji dalam memberikan pelayanan, ketepatan pramusaji dalam menangani keluhan tamu. (3) variabel assurance dengan 2 indikator yaitu keramahan pramusaji dalam melayani tamu, keterampilan pramusaji pada bidangnya. (4) variabel responsive dengan 2 indikator yaitu kepedulian pramusaji terhadap keadaan tamu, respon pramusaji terhadap permintaan tamu. (5) variabel empathy dengan 2 indikator yaitu kemampuan pramusaji dalam menjalin komunikasi yang baik kepada tamu, perhatian khusus pramusaji dalam menciptakan hubungan baik kepada tamu.

### Analisis Variabel Bukti Langsung (*Tangible*)

Berdasarkan indikator kebersihan dan kerapian seragam pramusaji, hasil perhitungan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan tamu diperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,63 dengan kriteria sangat puas dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 42 orang (64%), jawaban puas sebanyak 24 orang (36%). Selanjutnya, tingkat kepuasan tamu untuk indikator kebersihan area pelayanan tamu diperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,53 dengan kriteria sangat puas, dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 35 orang (53%), jawaban Puas sebanyak 31 orang (47%). Tingkat kepuasan tamu terhadap kebersihan dan kelengkapan peralatan/alat dari pramusaji diperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,53 dengan kriteria sangat puas, dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 35 orang (53%), dan jawaban puas sebanyak 31 orang (47%). Dari hasil penelitian perhitungan terhadap variabel bukti langsung, maka diketahui tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Restaurant* secara keseluruhan adalah sangat puas dengan klasifikasi penilaian sebesar 4,56.

### Analisis Variabel Keandalan (*Reliability*)

Variabel keandalan dinilai berdasarkan dua indikator dan dari hasil perhitungan diperoleh bahwa tingkat kepuasan tamu untuk indikator kecepatan pramusaji dalam memberikan pelayanan diperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,44 dengan kriteria sangat puas, dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 33 orang (50%), jawaban puas sebanyak 29 orang (44%), dan jawaban cukup puas sebanyak 4 orang (6%). Kemudian tingkat kepuasan tamu untuk indikator ketepatan pramusaji dalam menangani keluhan tamu diperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,52 dengan kriteria sangat puas, dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 36 orang (55%), jawaban puas sebanyak 28 orang (42%), dan jawaban cukup puas sebanyak 2 orang (2%). Dari hasil penelitian terhadap variabel keandalan (*reliability*), maka diketahui tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Restaurant* adalah sangat puas dengan klasifikasi penilaian sebesar 4,48.

### **Analisis Variabel Jaminan (*Assurance*)**

Variabel jaminan dinilai berdasarkan dua indikator, dan hasil perhitungan diperoleh bahwa tingkat kepuasan tamu untuk indikator keramahan pramusaji dalam melayani tamu diperoleh hasil klasifikasi penilaian sebesar 4,46 dengan kriteria sangat puas, dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 33 orang (50%), jawaban puas sebanyak 31 orang (47%), dan jawaban cukup puas sebanyak 2 orang (3%). Kemudian tingkat kepuasan tamu untuk indikator keterampilan pramusaji pada bidangnya memperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,54 dengan kriteria sangat puas, dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 36 orang (55%), dan jawaban puas sebanyak 30 orang (45%). Dari hasil penelitian di atas, maka diketahui bahwa tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Restaurant* secara keseluruhan dilihat dari variabel jaminan (*assurance*) adalah sangat puas dengan klasifikasi penilaian 4,50.

### **Analisis Variabel Daya Tanggap (*Responsive*)**

Berdasarkan indikator kepedulian pramusaji terhadap keadaan tamu dari variabel daya tanggap, hasil perhitungan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan tamu untuk indikator kepedulian pramusaji terhadap keadaan tamu memperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,34 dengan kriteria sangat puas, dan dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 31 orang (47%), jawaban puas sebanyak 33 orang (50%), dan jawaban cukup puas sebanyak 2 orang (3%). Kemudian tingkat kepuasan tamu untuk indikator respon pramusaji terhadap permintaan tamu diperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,39 dengan kriteria sangat puas, dan dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 30 orang (46%), jawaban puas sebanyak 32 orang (48%), dan jawaban cukup puas sebanyak 4 orang (6%). Dari hasil penelitian di atas, maka diketahui tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Restaurant* secara keseluruhan dilihat dari variabel daya tanggap (*responsive*) adalah sangat puas dengan kriteria penilaian sebesar 4,36.

### **Analisis Variabel Empati (*Emphaty*)**

Variabel empati dinilai berdasarkan dua indikator dan hasil perhitungannya menunjukkan hasil bahwa tingkat kepuasan tamu untuk indikator kemampuan pramusaji dalam menjalin komunikasi yang baik kepada tamu diperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,39 dengan kriteria sangat puas. Dan dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 27 orang (41%), jawaban puas sebanyak 38 orang (58%), dan jawaban cukup puas sebanyak 1 orang (1%). Selanjutnya dari tingkat kepuasan tamu untuk indikator perhatian khusus pramusaji dalam menciptakan hubungan baik kepada tamu memperoleh klasifikasi penilaian sebesar 4,59 dengan kriteria sangat puas, dan dari 66 responden yang menjawab sangat puas sebanyak 40 orang (60%), jawaban puas sebanyak 25 orang (38%), jawaban cukup puas sebanyak 1 orang (1%). Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Restaurant* secara keseluruhan dilihat dari variabel empati (*emphaty*) adalah sangat puas dengan kriteria penilaian sebesar 4,49.

## **4. SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan penghitungan yang telah, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa tingkat kepuasan tamu yang berkunjung ke *Sunset Restaurant* merasakan pelayanan yang diperoleh saat berkunjung adalah sangat puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh pramusaji. Hal ini dibuktikan melalui variabel bukti langsung dengan klasifikasi sangat puas dengan kriteria penilaian sebesar 4,56, untuk variabel keandalan dengan klasifikasi sangat puas dengan kriteria penilaian sebesar 4,48, untuk variabel jaminan dengan klasifikasi sangat puas dengan kriteria penilaian sebesar 4,50, untuk variabel daya tanggap dengan klasifikasi sangat puas dengan kriteria penilaian sebesar 4,36, dan untuk variabel empati dengan klasifikasi sangat puas dengan kriteria penilaian sebesar 4,49. Dengan demikian dapat dikatakan

bahwa tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan pramusaji di *Sunset Restaurant* adalah sangat puas dengan kriteria 4,48.

Berdasarkan hasil kesimpulan yang ada, pihak manajemen dalam hal ini manajer *Sunset restaurant* dapat memahami keadaan yang terjadi dengan memahami adanya kepuasan dan ketidakpuasan tamu yang datang ke restoran, disamping itu manajemen dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh pramusaji kepada tamu dan dapat memahami kesenjangan yang terjadi antara harapan tamu dengan kenyataan pelayanan yang diperoleh. Dari hasil ini, pihak manajemen dapat mengambil beberapa keputusan terhadap keadaan yang terjadi dalam pelayanan pramusaji dan dapat melakukan antisipasi terhadap ketidakpuasan tamu di *Sunset Restaurant*.

Pihak manajemen agar selalu memberikan pelatihan yang dapat meningkatkan *skill* pramusaji baik itu berupa pelatihan bahasa Inggris maupun bahasa asing lainnya secara optimal, sehingga dengan kemampuan berkomunikasi yang baik akan dapat memberikan pelayanan dan meningkatkan kualitas pelayanan guna terciptanya kepuasan tamu. Konsumen yang berkunjung ke *Sunset Restaurant* memiliki karakteristik dan budaya yang berbeda baik dari selera, rasa dan harga. Penelitian ini hanya mengambil data dari satu perusahaan dengan variabel dan indikator yang terbatas. Penelitian yang akan datang disarankan untuk memasukkan variabel budaya dalam rangka mengetahui preferensi dari budaya lokal dan barat. Penelitian ini dapat diaplikasikan pada perusahaan jasa lainnya dengan menggunakan teknik analisis yang sama ataupun berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bali Dalam Angka 2014. Badan Pusat Statistik Bali. Denpasar
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. 1992. Measuring Service Quality; A Re-Examination And Extension. *The Journal of Marketing*, Vol. 56, Number 3, p.55-68.
- Douglas, L. & Connor, R. 2003. Attitudes To Service Quality- The Expectation Gap, *Nutrition & Food Science*, Vol. 33 Number 4, p.165-172.
- Engel J.F. 1990. *Consumer Behavior*. 6<sup>th</sup> Edition. Chicago. The Dryden Press.
- Eshghi, A., Roy, S. K., & Ganguli, S. 2008. Service Quality And Customer Satisfaction: An Empirical Investigation In Indian Mobile Telecommunications Services, *Marketing Management Journal*, Vol 18, Number 2, p. 119-144.
- Edvardsson, Bo (1998). Service Quality Improvement, *Managing Service Quality*, Vol.8. No. 2, p. 142-149.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. 2002. Defining Consumer Satisfaction, *Academy of Marketing Science*, Vol. 2000, Number 1, p.1-24.
- Ghylin, K.M., Green, B. D., Drury, C. G., Chen, J., Schultz, J.L., Uggirala, A., Abraham, J.K. & Lawson, T.A. 2006. Clarifying The Dimensions Of Four Concepts Of Quality, *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, Vol. 9, No.1, p.73-94.
- Kotler et al., 2003. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 3rd Edition, Prentice Hall New Jersey.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga - Jakarta.
- Negi, R. (2009). Determining Customer Satisfaction Through Perceived Service Quality: A Study of Ethiopian Mobile Users, *International Journal of Mobile Marketing*; Vol.4, Number 1; p.31-38.

- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, Vol.: 49 (Fall), pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1988, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, Vol.: 64 (Spring), pp. 12-40.
- Rangkuti, Freddy.2002. *Measuring Customer Satisfaction*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Supranto., J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta - Jakarta.
- Schnaars, S.P. 1991 *Marketing Strategy: A Customer-Driven Approach*. New York. The Free Press.
- Tijptono, F., dan Chandra, G. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Andi Yogyakarta.
- Wicks, A. M., & Roethlein, C. J. 2009. A Satisfaction-Based Definition of Quality *Journal of Business & Economic Studies*, Vol. 15, No. 1, Spring 2009, 82-97.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, and L. L. Berry. 1996. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.