

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN PADA SOLARIA RESTORAN MALL SKA DI KOTA PEKANBARU

Oleh :

Sri Rahmi Murni

Pembimbing : Jushermi dan Henni Noviasari

Faculty of Economics Riau University, Pekanbaru, Indonesia

Email : sriahmimurni@gmail.com

An Analysis of Customer Satisfaction on Quality of Service in Solaria Restaurant In Mall SKA Pekanbaru

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the level of customer satisfaction on the quality of service on Solaria Restaurant City Mall SKA Pekanbaru. The population in this study is that consumers who visit the Solaria Restaurants Mall SKA Pekanbaru. The determination of the amount of sample 98 people based on Hair et. al, convinience using sampling techniques. Analysis of the data in this study using Impertance Performance Analysis (IPA). The results of the study with an average of respondents' answers to the level of satisfaction on reability is with category of satisfied. Then variable respondent satisfaction level of responsiveness as satisfied. Furthermore, customer satisfaction with ansurance variable is satisfied. Customer satisfaction with empathy variable with the satisfied category. While customer satisfaction with tangible variables is categorized as very satisfied.

Keywords : Customer Satisfaction, Quality of Service

PENDAHULUAN

Kualitas dalam sebuah pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2002).

Cronin, et,al, (2000) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan filosofi suatu bisnis sebagai indikator dalam menciptakan nilai bagi pelanggan,

mengantisipasi dan mengelola harapan pelanggan, dan menunjukkan kemampuan serta tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci untuk mencapai keunggulan bersaing.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas

yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Menurut **Sihite (2000)** restoran adalah: suatu tempat dimana seseorang yang datang menjadi tamu yang akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun malam sesuai dengan jam bukanya dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan sesuai daftar yang disediakan di restoran itu. Pekanbaru memiliki beberapa restoran yang menjajikan berbagai makanan, misalnya di *Mall SKA Pekanbaru* yang terdapat beberapa restoran menjual makanan.

Restoran *Solaria di Mall SKA Pekanbaru* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang dagang yang bergerak pada industri jasa yang berdiri pada tahun 1995, sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang akan memberikan cerminan keberhasilan produsen dalam memproduksi suatu barang, sebab apabila suatu produk akan menjadi gagal apabila barang tersebut tidak memberikan kepuasan bagi penggunaanya. Maka produsen dengan kemampuannya, bagaimana konsumen merasa puas dengan barang yang dibeli.

Menurut **Kotler (1997)**, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan

dengan harapan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia. Setiap perusahaan harus mampu memperhatikan faktor-faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen seperti misal tingkat Kualitas Produk maupun Harga yang harus dikorbankan untuk mendapatkan produk tersebut (**Kartajaya, 2006**).

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Kepuasan Pelanggan

Menurut **Saladin (2003)** Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut **Kotler (2008)** kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Kepuasan pelanggan tergantung pada

kinerja anggapan produk relative terhadap ekspektasi pembeli, jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan pelayanan dan kualitas yang memuaskan. Pelanggan yang telah mencapai kepuasan sangat memungkinkan sekali untuk memberitahukan kepada teman, rekan maupun orang lain akan pengalaman yang mereka dapatkan tentang produk atau jasa perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang akan memberikan keunggulan harga dan *customer value*. *Customer value* merupakan nilai yang diberikan oleh pelanggan terhadap produk/jasa perusahaan yang ditawarkan kepadanya.

Tjiptono (2008) mengemukakan bahwa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi.

Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2008) strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pepelanggan suatu perusahaan. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Strategi pemasaran berupa *relationship marketing* yaitu strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai.
2. Strategi *superior customer service* yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior.
3. Strategi *unconditional guarantees* atau *extraordinary guarantees*. Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Kepuasan pelanggan juga merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan (Assauri, 2012:11-12). Kotler, *et.al.*, (dalam Tjiptono & Chandra, 2007:210-213) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:

1. Sistem keluhan & saran
2. *Ghost Shoooping (Mysteri Shoooping)*
3. *Lost Customer Analysis*
4. Survei kepuasan pelanggan
 - a. *Directly reported satisfaction*
 - b. *Derived satisfaction*
5. *Problem analysis*

6. *Importance-performance analysis*

Untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan, suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang dianggap paling penting, dimana oleh **Hannah & Karp (1991)** disebut dengan "*The Big Eight Factor*" yang terdiri dari **(dalam Nuryudayatun, 2013:21)**:

1. Faktor yang berhubungan dengan produk:
 - a. Kualitas produk
 - b. Hubungan antara nilai sampai dengan harga
 - c. Bentuk produk
 - d. Keandalan
2. Faktor yang berhubungan dengan pelayanan:
 - a. Jaminan
 - b. Respon dan cara pemecahan masalah
3. Faktor yang berhubungan dengan pembelian:
 - a. Pengalaman karyawan
 - b. Kemudahan dan kenyamanan.

Kualitas Pelayanan

Menurut **Zeithaml, Bery dan Parasuraman dalam Yamit (2005)** telah melakukan berbagai penelitian terhadap jasa dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang dijanjikan.
2. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan

memberikan pelayanan dengan tanggap.

3. *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu ragaan.
4. *Emphaty*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
5. *Tangibels* (bukti langsung) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi

Berdasarkan observasi awal terhadap restoran Solaria Mall SKA Pekanbaru dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan masih kurang maksimal. Hal ini dapat diketahui dari keluhan pelanggan yang pernah menikmati makanan yang ada di Solaria Mall SKA Pekanbaru melalui kumpulan dari para pelanggan Solaria banyak yang mengatakan bahwa untuk pelayanan dari tahun ke tahun bukannya meningkat tetapi semakin memburuk.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada Solaria Restoran *Mall* SKA Di Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui strategi meningkatkan kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada Solaria Restoran *Mall* SKA Di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Solaria *Mall* SKA Pekanbaru.

Penetapan jumlah sampel mengacu kepada saran dari **Hair** sebanyak paling sedikit 5 -10 kali jumlah indikator yang digunakan (**Ferdinand, 2006:191**). Pada penelitian ini jumlah indikator yang digunakan adalah sebanyak 14 aitem, dan jumlah pengalian yang digunakan adalah 7, sehingga dengan demikian, ukuran sampelnya menjadi: Total sampel = 7 x 14 = 98 responden.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik *Importance Performance Analysis* (IPA). Inti dari konsep ini adalah tingkat kepentingan (*expectation*) diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk dan jasa yang sesuai dengan harapan (**Rangkuti, 2006**).

IPA terdiri dari dua komponen, yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan. Dengan analisis kuadran dapat diketahui responden dari sampel penelitian terhadap atribut yang ditanyakan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja masing-masing atribut tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan digunakan untuk melihat kesenjangan antara kepentingan suatu atribut dengan harapan akan atribut tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Harapan atas Kinerja atas Kualitas Pelayanan

1. Analisis *Reliability* (Kehandalan)

Harapan atau tingkat kepentingan terhadap variabel

kehandalan ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1.
Tanggapan Responden Terhadap Harapan dan Kinerja Akan Kehandalan (*Reliability*)

No	Indikator	Harapan	Kinerja
1	Karyawan melayani pesanan dengan cekatan	4.23	3.22
2	Karyawan handal dalam memberikan informasi seputar menu makanan dan	4.27	3.36
Rata-rata		4.25	3.29

Sumber: *Data Olahan, 2016*

Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa rata-rata skor harapan sebesar 4.25 dan kinerja 3.29. Dengan demikian dapat diketahui bahwa harapan reponden lebih tinggi dari kinerja kualitas pelayanan pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru berdasarkan kehandalan (*reliability*). Ini artinya bahwa apa yang dipersepsikan responden selama ini ternyata cukup sesuai dengan apa yang diharapkannya terhadap kualitas pelayanan berdasarkan kehandalan (*reliability*) pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru

2. Analisis *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Harapan atau tingkat kepentingan terhadap variabel daya tanggap ini adalah seperti table

Tabel 2.
Tanggapan Responden Terhadap
Harapan dan Kinerja
Akan Daya Tanggap
(Responsiveness)

No	Indikator	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja
3	Proses pemesanan sederhana, cepat, dan mudah dengan daftar menu mudah dipahami	4.22	3.16
4	Memberikan pelayanan penyajian yang tepat waktu	4.21	3.31
5	Karyawan selalu sigap menangani keluhan pelanggan	4.26	3.35
Rata-rata		4.23	3.27

Sumber: Data Olahan, 2016

Dari hasil tersebut di atas dapat diketahui bahwa rata-rata skor harapan sebesar 4.23 dan kinerja 3.27. dengan demikian dapat diketahui bahwa harapan responden lebih tinggi dari kinerja kualitas pelayanan pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru berdasarkan daya tanggap (*responsiveness*). Ini artinya bahwa apa yang dipersepsikan responden selama ini ternyata tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya terhadap kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap (*responsiveness*) pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru

3. Analisis Assurance (Jaminan)

Harapan atau tingkat kepentingan terhadap variabel jaminan ini adalah seperti tabel .3

Tabel .3
Tanggapan Responden
Terhadap Harapan dan Kinerja
Akan Jaminan (Assurance)

No	Indikator	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja
6	Karyawan memiliki reputasi yang baik dan terpercaya	4.22	3.16
7	Kehalalan produk makanan dan minuman	4.61	3.18
8	Kualitas minuman dan makanan yang baik	4.20	3.32
Rata-rata		4.20	3.19

Sumber: Data Olahan, 2016

Dari hasil tersebut di atas dapat diketahui bahwa rata-rata skor harapan sebesar 4.20 dan kinerja 3.19. Dengan demikian dapat diketahui bahwa harapan responden lebih besar dari kinerja kualitas pelayanan pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru berdasarkan jaminan (*assurance*). Ini artinya bahwa apa yang dipersepsikan responden selama ini

ternyata kurang sesuai dengan apa yang diharapkan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan jaminan (*assurance*) pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru.

4. Analisis *Emphaty* (Empati)

Harapan atau tingkat kepentingan terhadap variabel empati ini adalah seperti pada tabel 4.

Tabel 4
Tanggapan Responden Terhadap Harapan dan Kinerja Akan Empati *Em(phy)*

No	Indikator	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja
9	karyawan dalam melayani pelanggan	4.21	3.13
10	Kepedulian karyawan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan	4.22	3.12
11	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	4.23	3.23
Rata-rata		4.22	3.16

Sumber: Data Olahan, 2016

Dari hasil tersebut di atas dapat diketahui bahwa rata-rata skor harapan sebesar 4.22 dan kinerja 3.16. dengan demikian dapat diketahui bahwa harapan responden lebih besar tinggi dari kinerja kualitas pelayanan pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru berdasarkan empati (*emphaty*). Ini artinya bahwa apa yang dipersepsikan responden selama ini ternyata kurang sesuai dengan apa yang diharapkan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan empati (*emphaty*) pada

Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru.

5. Analisis Bukti Fisik (*Tangible*)

Harapan atau tingkat kepentingan terhadap variabel bukti fisik ini adalah seperti tabel berikut:

Tabel 5
Tanggapan Responden Terhadap Harapan dan Kinerja Akan Bukti Fisik (*Tangible*)

No	Indikator	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja
12	Memiliki exterior dan interior yang menarik	4.22	3.68
13	Memiliki ruang makan nyaman, bersih dan aman	4.21	3.54
14	Tampilan penyajian menu menggugah selera	4.22	3.61
Rata-rata		4.22	3.61

Sumber: Data Olahan, 2016

Dari hasil tersebut di atas dapat diketahui bahwa rata-rata skor harapan sebesar 4.22 dan kinerja 3.61. dengan demikian dapat diketahui bahwa harapan responden lebih besar tinggi dari kinerja kualitas pelayanan pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru berdasarkan bukti fisik (*tangible*). Ini artinya bahwa apa yang dipersepsikan responden selama ini ternyata tidak sesuai dengan apa yang diharapkan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik (*tangible*)

pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru

Analisis tingkat kesesuaian dengan model analisis **Martil** dan **James dalam Sugiyono** (2009) adalah sebagai berikut.

$$\text{Tingkat Kesesuaian (Tki)} = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

(Tki) = Tingkat kepuasan

(Xi) = Skor penilaian tingkat kinerja

(Yi) = Skor penilaian tingkat harapan

Tabel 6.
Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Konsumen Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru

Item	Yi	Xi	Tki	Keterangan
1	4,23	3,22	76,14	Puas
2	4,27	3,36	78,71	puas
3	4,22	3,16	74,88	Puas
4	4,21	3,31	78,45	Puas
5	4,26	3,35	78,66	Puas
6	4,22	3,16	74,88	Puas
7	4,16	3,18	76,47	Puas
8	4,2	3,22	76,7	Puas
9	4,21	3,13	74,33	Puas
10	4,22	3,12	73,91	Puas
11	4,23	3,23	76,39	Puas
12	4,22	3,68	87,2	Sangat puas
13	4,21	3,54	84,02	Sangat puas
14	4,22	3,61	85,51	Sangat puas

Sumber: Data Olahan, 2016

Dari tabel 6, diperoleh hasil untuk variabel kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan yang paling

tinggi dirasakan pada item karyawan handal dalam memberikan informasi seputar menu makanan dan minuman dengan tingkat kepuasan sebesar 87.20% (sangat puas). Sedangkan tingkat kepuasan paling rendah dirasakan pada item keramahan karyawan dalam melayani pelanggan dengan tingkat kepuasan sebesar 73.91% (puas). Dari hasil keseluruhan untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh tingkat kepuasan sebesar 78.30% (puas). Artinya pelanggan sangat puas dengan kualitas pelayanan pada Solaria Restoran Mall SKA di Kota Pekanbaru.

Strategi Peningkatan Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan dengan Matrik *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis adalah alat analisis yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja guna mengetahui atribut mana yang dinilai masih rendah kinerjanya dan harus ditingkatkan serta atribut mana dari 14 atribut kualitas pelayanan yang kinerjanya sudah dinilai baik dan harus dipertahankan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen Solaria restoran hasil penghitungan rata-rata kepuasan konsumen dan kinerja dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7.
Rata-rata Kepuasan Konsumen Solaria Restoran Mall SKA

Item	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja
1	4,23	3,22
2	4,27	3,36
3	4,22	3,16
4	4,21	3,31

5	4,26	3,35
6	4,22	3,16
7	4,16	3,18
8	4,20	3,22
9	4,21	3,13
10	4,22	3,12
11	4,23	3,23
12	4,22	3,68
13	4,21	3,54
14	4,22	3,61

Sumber: *Data Olahan, 2016*

Dari hasil perhitungan pada tabel 7 memiliki nilai rata-rata keseluruhan atribut tingkat harapan sebesar 4.22 sedangkan untuk nilai rata-rata keseluruhan atribut tingkat kinerja sebesar 3.31. Skor rata-rata tingkat harapan dan tingkat kinerja secara keseluruhan ini akan digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan 14 atribut tingkat harapan dan tingkat kinerja yang mana saja memiliki nilai rata-rata melebihi skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja secara keseluruhan.

Dari 14 atribut kualitas pelayanan terdapat 4 atribut tingkat harapan yang memiliki nilai lebih besar dari skor rata-rata tingkat harapan secara keseluruhan. Atribut tersebut meliputi “Karyawan melayani pesanan dengan cekatan (4.23)”, “Karyawan handal dalam memberikan informasi seputar menu makanan dan minuman (4.27)”, “Karyawan selalu sigap menangani keluhan pelanggan (4.26)”, dan “Karyawan memahami kebutuhan pelanggan (4.23)”.

Sedangkan untuk tingkat kinerja memiliki 5 atribut yang memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata tingkat kinerja secara keseluruhan. Atribut tersebut meliputi “Karyawan handal dalam

memberikan informasi seputar menu makanan dan minuman (3.36)”, “Karyawan selalu sigap menangani keluhan pelanggan (3.35)”, “Memiliki exterior dan interior yang menarik (3.68)”, “Memiliki ruang makan nyaman, bersih dan aman (3.54)”, dan “Tampilan penyajian menu menggugah selera (3.61)”

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan pada indikator kehandalan (*reliability*) berdasarkan bukti hasil analisis menunjukkan puas, berarti kehandalan karyawan harus ditingkatkan kepada pelanggan Solaria Restoran Mall SKA Kota Pekanbaru telah mencapai harapan.
2. Tingkat kepuasan pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) berdasarkan bukti hasil analisis menunjukkan puas, berarti daya tanggap karyawan harus ditingkatkan terhadap pelanggan Solaria Restoran Mall SKA Kota Pekanbaru telah mencapai harapan.
3. Tingkat kepuasan pada indikator jaminan (*assurance*) berdasarkan bukti hasil analisis menunjukkan puas, berarti masih terdapat kinerja karyawan yang belum sesuai dengan harapan pelanggan sehingga harus diperbaiki dan ditingkatkan untuk mencapai harapan pelanggan Solaria Restoran Mall SKA Kota Pekanbaru.

4. Tingkat kepuasan pada indikator empati (*emphaty*) berdasarkan bukti hasil analisis menunjukkan puas, berarti masih terdapat kinerja karyawan yang belum sesuai dengan harapan pelanggan sehingga harus diperbaiki dan ditingkatkan untuk mencapai harapan pelanggan Solaria Restoran Mall SKA Kota Pekanbaru.
5. Tingkat kepuasan pada indikator bukti fisik (*tangible*) berdasarkan bukti hasil analisis menunjukkan sangat puas, berarti pelanggan Solaria Restoran Mall SKA Kota Pekanbaru telah merasakan puas terhadap kinerja dan sesuai dengan kinerja harapan karyawan yang terdapat pada indikator bukti fisik.

Saran

Dalam persaingan bisnis kuliner yang semakin berkembang dan yang juga tidak dapat dipungkiri lajunya perkembangan teknologi yang menuntut Solaria Restoran Mall SKA Kota Pekanbaru untuk bersaing ketat dengan jasa kuliner lainnya baik yang terdapat di Kota Pekanbaru maupun diluar Pekanbaru, jadi Solaria Restoran Mall SKA Kota Pekanbaru harus dapat membentuk strategi pasar yang jitu untuk kelangsungan hidup Solaria Restoran Mall SKA Kota Pekanbaru tersebut misalnya:

1. Semua atribut yang berada di dalam kuadran A sebaiknya mendapat perhatian khusus dan segera di perbaiki kinerjanya.
2. Penulis menyarankan secara keseluruhan sebaiknya perusahaan tetap mempertahankan kinerja kualitas pelayanannya bahkan meningkatkan kinerjanya agar

atribut dari kualitas pelayanannya dinilai lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cronin, J.J, Michael, K.B, and G.Tomas, M.H. 2000. *Assessing the effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environment*. *Journal of Retailing*. Vol. 76(2), pp. 193-218.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Prenhellindo, Jakarta
- Rangkuti, Freddy, 2006. *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Saladin, H. Djasalim. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, CV. Linda Karya, Bandung
- Sihite, Richard. 2000. *Tourism Industry*. Surabaya : SIC
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke III. Yogyakarta. Andi

Zeithaml, Valerie A, and Bitner M.J.
2000. *Service Quality,
Profitability, and the
Economic Worth of Customers*

: *What we know and What we
need to Learn. Journal of The
Academy of Marketing
Sciences*. Vol 28(1). Pp 67-85