

**KUALITAS PELAYANAN PADA RESTORAN KHAS MELAYU  
PONDOK YURIKA PEKANBARU**

**SERVICE QUALITY AT SPECIAL MALAY RESTAURANT PONDOK  
YURIKA PEKANBARU**

By Loly Ayuni Putri  
e-mail : newayi08@gmail.com

Counsellor I : Hj . SyofiaAchnes  
Counsellor II : Mariaty Ibrahim

Abstract

This research purpose to know how service quality in the special malay restaurant PondokYurika. And to know too barriers in doing excellent service to consumer. Research method used in this research is descriptive method, what porpuse to depict fact by telling of a circumstance, do not explain relstion, not check hypothesis or make prediction. This research is scale likert, that is scale designed to enable responder reply various level in each measured object.

Boundaries problem in this research just about Service Quality and it barriesin the Pondok Yurika Restaurant. Outside of that aspect do not researchers. Identification of this research is howService quality provided by the Special Malay RestaurantPondokYurikaPekanbaru . And what factors are most dominant by consumers in excellent service to give by restaurant Pondok Yurika with used SERVQUAL method.

Keywords : Tangibles, Emphaty, Responsiveness, Realibility and Assurance.

## **A. PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang Masalah**

Sejak awal telah disadari bahwa kegiatan pariwisata harus dapat dimanfaatkan untuk pembangunan. Pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan nasional mempunyai tujuan antara lain memperluas kesempatan berusaha dan lapangan kerja. Nampak jelas bahwa pembangunan di bidang kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Mengingat pentingnya pembangunan di bidang kepariwisataan tersebut, maka dalam penyelenggaraannya harus berdasarkan azas-azas manfaat, usaha bersama, kekeluargaan, adil dan merata.

Pariwisata termasuk dalam program pembangunan nasional di Indonesia sebagai salah satu sektor pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, pembangunan pariwisata di Indonesia perlu ditingkatkan. Melalui pariwisata, pemerintah berusaha untuk menambah penghasilan atau devisa negara terutama dengan masuknya wisatawan mancanegara. Disebutkan pula bahwa pariwisata sebagai industri jasa yang digolongkan sebagai industri ketiga yang cukup berperan penting dalam menetapkan kebijaksanaan mengenai kesempatan kerja, dengan alasan semakin mendesaknya tuntutan akan kesempatan kerja yang tetap sehubungan dengan selalu meningkatnya wisata pada masa yang akan datang. Pengembangan pariwisata yang telah dilakukan baik oleh pemerintah maupun swasta telah meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan dari satu daerah ke daerah lain.

Pada hakekatnya ada empat bidang pokok yang dipengaruhi oleh usaha pengembangan pariwisata, yaitu ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan hidup. Dampak positif yang menguntungkan dalam bidang ekonomi yaitu bahwa kegiatan pariwisata mendatangkan pendapatan devisa negara dan terciptanya kesempatan kerja, serta adanya kemungkinan bagi masyarakat di daerah tujuan wisata. Salah satu daerah yang sedang mengembangkan industri pariwisatanya yaitu Provinsi Riau. Selain dilihat dari jenis masakan dan restoran yang menyajikan makanan khas melayu, salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan konsumen untuk dapat menikmati makanan melayu tersebut ialah dengan dimaksimalkannya pelayanan dan ditunjang juga dengan cita rasa makanan yang lezat. Terlebih dengan ketatnya persaingan antar restoran khas melayu yang ada di kota Pekanbaru ini. Baik itu dilihat dari bentuk bangunan fisik restoran, cita rasa yang ditawarkan dan tersedianya harga yang bervariasi yang menjadi faktor – faktor untuk konsumen memilih tempat makannya. Salah satu restoran yang menyediakan makanan khas melayu ialah restoran Pondok Yurika. Restoran yang terletak di jalan Sutomo ini menyediakan berbagai macam jenis masakan dan minuman khas melayu Riau. Restoran Pondok Yurika ini tergolong sebagai restoran khas melayu karena selain dari jenis makanan dan minuman yang disediakan restoran ini juga menambah kekentalan melayunya dengan dekorasi ruangan yang bernuansa melayu ditambah lagi dengan adanya beberapa jenis makanan ringan dan cinderamata khas melayu mulai dari baju, tas, dompet aksesoris hingga pernak – pernik yang juga dijual di restoran ini.

Sejak pertama kali didirikan oleh Hj. Nurlaili pada tahun 1993, kini restoran ini telah mempunyai satu cabang di Kerinci. Di restoran ini harga makanan yang ditawarkan sangat variatif sehingga bisa dijangkau oleh banyak kalangan dan dapat disesuaikan dengan *budget* para pengunjungnya. Yaitu mulai dari harga menu yang terendah sebesar Rp. 15.000,- yang harga standar Rp. 150.000,- dan harga yang paling mahal ialah sebesar Rp. 300.000,-. Perpersinya. Dari beragam jenis masakan yang ditawarkan salah satu masakan yang menjadi andalannya ialah asam pedas ikan baung.

Jenis masakan asam pedas baung paling sering dipesan oleh konsumen yang datang. Dan biasanya konsumen yang datang ke restoran ini tidak hanya dari penduduk lokal saja konsumen dari luar daerahpun banyak yang datang ke restoran ini untuk mencicipi masakan khas melayu. Tidak jarang banyak juga para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktu untuk makan di restoran ini. Salah satu faktor banyaknya konsumen yang datang ke restoran ini ialah karena letaknya yang strategis sehingga mudah ditemukan oleh para konsumen. Dalam pelayanan yang diberikan ada beberapa kekurangan yang diberikan restoran Pondok Yurika kepada konsumennya seperti bangunan yang dianggap sempit dan kurang luas serta masih ada kekurangan – kekurangan lainnya. Dan dalam penelitian ini akan dibahas faktor – faktor kekurangan tersebut berikut dengan hambatan – hambatan dalam penyelenggaraan kualitas pelayanan di restoran Pondok Yurika Pekanbaru.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Pengertian Kualitas**

Gaspersz (2002 : 26) menyatakan kualitas adalah totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas sering diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau kesesuaian terhadap persyaratan dan kebutuhan. Sedangkan Davis membuat definisi kualitas yang lebih luas yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

### **2. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan merupakan salah satu kunci untuk mencapai sukses dalam menjual suatu produk. Pelayanan merupakan suatu kegiatan turunan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik dan menyediakan kepuasan konsumen. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan ialah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan oleh seseorang.

Sunu (1999:134) mengatakan bahwa “pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan memberikan kemampuan seseorang guna

kelancaran kegiatan operasional dan memberikan layanan kepada orang lain”. Soetopo (1994:4) menyatakan bahwa “ pelayan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan oleh orang lain”. Sedangkan menurut Siagian (1992 : 131) mengemukakan bahwa “pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan untuk memberikan jasa – jasa dan kemudahan bagi masyarakat”. Sementara itu menurut Lukman (1999 : 9) menyatakan bahwa “pelayanan merupakan kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang lain atau mesin secadar fisik dan menyediakan kepuasan bagi pelanggan.

Dan selanjutnya menurut Handayani (1992 : 131) mendefinisikan pelayanan sebagai “ suatu aktifitas yang dilakukan untuk memberikan jasa – jasa dan kemudahan – kemudahan kepada masyarakat atau orang lain. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ialah usaha pihak penjual dalam memberikan yang terbaik kepada pelanggan atau konsumen baik itu melalui perkataan atau perbuatan.

Mutu pelayanan menurut Sulastiyono (1999 : 35) adalah kualitas atau kemampuan seorang pelayan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada tamu baik dalam hal kecepatan pelayanan, sikap tanggap, sikap perhatian, keramahan, serta perlengkapan. Dan menurut Sulastiyono (1999 : 33) baik tidaknya mutu pelayanan dapat dilihat kebutuhan dasar tamu dalam komponenn pelayanan yang tepat, yaitu :

- a. Kebutuhan untuk disambut dengan baik
- b. Kebutuhan pelayanan yang tepat
- c. Kebutuhan untuk merasa nyaman
- d. Kebutuhan akan pelayanan yang rapi
- e. Kebutuhan untuk dimengerti
- f. Kebutuhan untuk dapat pertolongan
- g. Kebutuhan untuk merasa penting
- h. Kebutuhan untuk dihargai
- i. Kebutuhan untuk diakui atau diingat

Menurut Handoyo (2000:24) pelayanan terbagi atas 3 bentuk yaitu :

1. Pelayanan dengan lisan
  - a. Mampu memberikan penjelasan dengan lancar, singkat tapi cukup jelas sehingga memberikan kepuasan kepada orang yang mendengarnya.
  - b. Bertutur kata dengan sopan dan santun
2. Pelayanan dengan tulisan  
Pelayanan dengan tulisan merupakan suatu bentuk pelayanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugasnya, tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya.
3. Pelayanan dengan perbuatan  
Pelayanan dalam bentuk bertingkah laku dalam melayani konsumen. Dalam hal ini tentu saja harus bertingkah laku sopan dan santun serta memberikan perbuatan yang maksimal untuk melayani konsumen.

Menurut Sulastiyono (1999 : 44) kualitas ialah “dalam upaya peningkatan pelayanan di restoran diperlukan tenaga kerja yang memiliki kualitas. Tenaga kerja yang akan diterima harus ditentukan standar tenaganya terlebih dahulu, standar tersebut merupakan persyaratan minimum yang harus dipenuhi oleh karyawan agar dapat melaksanakan pekerjaan untuk menentukan kemampuan tenaga kerja yang diperlukan”. Tamu akan benar – benar merasa puas apabila pelayanan yang diberikan oleh pramusaji adalah pelayanan yang terbaik dengan cara menghargai tamu tersebut.

### **3. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Untuk memasarkan produk yang bersifat jasa, maka unsur pelayanan kepada konsumen memegang peranan yang sangat penting karena produksi yang bersifat jasa, tidak berwujud dan hanya dapat dirasakan. Tidak hanya itu dalam memasarkan produk yang nyatapun pada zaman sekarang ini juga harus dilengkapi dengan pelayanan yang baik oleh para produsennya. Jika saya produk yang dihasilkan itu memiliki kualitas bagus, tetapi tidak adanya pelayanan yang baik dari penjual maka, konsumenpun akan merasa tidak nyaman dan tidak akan membeli produk itu lagi. Jadi kesimpulannya setiap melakukan penjualan produk harus diikuti dengan memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya.

Secara umum pelayanan adalah kerja yang dilakukan agar memberi manfaat bagi yang membeli produk dan jasa yang kita hasilkan. Menurut Kottler (1998 : 239) ada enam pendekatann untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dalam menjual barang dan jasa yaitu sebagai berikut :

- a. Mengharuskan para penyedia jasa bekerja lebih keras dengan kualitas yang lebih tinggi. Bekerja lebih keras bukanlah merupakan pemecahan yang tepat dilakukan melalui prosedur, selekdi dan pelatihan yang baik.
- b. Meningkatkan pelayanan dengan melepaskan beberapa mutu.
- c. Mengindustrialisasikan pelayanan dengan menambah peralatan dan melakukan standarisasi produksi.
- d. Mengurangi pelayanan dengan melakukan suatu pemecahan produk.
- e. Mendisain pelayanan yang lebih efektif.
- f. Memberikan konsumen insentif dengan menukarkan pekerjaan yang lebih biasa dilakukan karyawan perusahaan untuk dikerjakan sendiri.

Pelanggan yang baik dan bermutu menurut Wyckof dalam Fandi Tjiptono (2001 : 141) dapat terangkum dalam suatu produk pelayanan yang dikenal dengan nama *Service Excellence* yaitu :

1. Kenyamanan
2. Keramahan
3. Kecepatan waktu
4. Ketepatan waktu

#### **a. Teori Kualitas Jasa**

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan

pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Berry dan Zenthaml yang dalam Lupiyoadi (2006: 181) berpendapat bahwa “Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Kriteria untuk mengevaluasi kualitas pelayanan didasarkan pada perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja pelayanan yang sesungguhnya, sehingga kualitas pelayanan yang dipersepsikan didasarkan pada pertimbangan pelanggan seputar superioritas atau kehebatan pelayanan secara keseluruhan. Kualitas pelayanan yang dipersepsikan berbeda dengan kualitas barang yang sesungguhnya karena menggunakan tingkat abstraksi yang lebih besar daripada atribut produk yang khusus dan adanya pertimbangan atau pendapat yang dibuat oleh pelanggan (Chen et al, 1994).

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas pelayanan yang disebut SERVQUAL (*service Quality*). SERVQUAL ini merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi konsumen atas kualitas pelayanan yang meliputi lima dimensi (Zeithaml dalam Fandy Tjiptono, 2006) yaitu :

1. *Tangible* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik restoran dan keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh restoran. Yang termasuk kategori tangible ialah: lokasi, penampilan karyawan, fasilitas dan peralatan makan yang disediakan.
2. *Realibility* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpati dan akurasi yang tinggi. Yang termasuk dalam indikator keandalan ialah ketepatan, kecepatan, keramahan dan kenyamanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.
3. *Reponsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan pihak perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Yang termasuk dalam indikator daya tanggap ialah cara penanganan keluhan, pengetahuan karyawan dan seberapa besar kemauan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik.
4. *Assurance* (jaminan) adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan pihak restoran untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap perusahaan yang menawarkan paket

wisata tersebut. Yang termasuk dalam indikator jaminan ialah kejujuran dan kesopanan karyawan restoran serta pemahaman karyawan mengenai menu apa saja yang disediakan di restoran tersebut.

5. *Emphaty* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu restoran diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. Yang termasuk dalam indikator empati ialah komunikasi yang baik antara pihak restoran dengan konsumen, pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen dan perhatian yang baik kepada setiap konsumen tanpa harus membedakan konsumen yang datang.

Faktor – faktor yang menentukan tingkat kepuasan

Menurut Lupiyoadi (2001:76), terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kualitas Produk  
Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.
2. Kualitas Pelayanan  
Kualitas Pelayanan terutama di bidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan berkemungkinan besar akan membeli paket wisata di perusahaan yang sama kembali.
3. Emosional  
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia biar menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga  
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya  
Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

#### **4. Definisi Rumah Makan dan Restoran**

Definisi Rumah Makan dan Restoran Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 73/PW 105/MPPT-85 menjelaskan bahwa Rumah Makan adalah setiap tempat usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan hidangan dan minuman untuk umum. Dalam SK tersebut juga

ditegaskan bahwa setiap rumah makan harus memiliki seseorang yang bertindak sebagai pemimpin rumah makan yang sehari-hari mengelola dan bertanggungjawab atas perusahaan rumah makan tersebut.

Sedangkan restoran adalah salah satu jenis usaha dibidang jasa pangan yang bertempat disebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum. Perusahaan restoran meliputi jasa pelayanan makan dan minum kepada tamu restoran sebagai usaha pokok dan jasa hiburan didalam bangunan restoran sebagai usaha penunjang yang tidak terpisahkan dari usaha pokok sesuai dengan ketentuan dan persyaratan teknis yang ditetapkan. Pemimpin restoran adalah seorang atau lebih yang sehari-hari memimpin dan bertanggungjawab atas penyelenggaraan usaha restoran tersebut, sedangkan bentuk usaha restoran ini dapat berbentuk Perorangan atau Badan Usaha (PT, CV, Fa atau koperasi) yang tunduk kepada hukum Indonesia.

## **5. Teori Wisata Kuliner**

Tidak seperti wisata yang lainnya, dalam berwisata kuliner pada umumnya wisatawan tidak mempunyai panduan khusus dan biasanya hanya mendapat referensi atau rekomendasi dari teman atau kenalan yang tinggal atau sudah pernah mengunjungi daerah yang mempunyai wisata kuliner tersebut. Indonesia sebagai salah satu negara yang indah dan kaya akan budaya merupakan negara tujuan para wisatawan baik domestik atau mancanegara. Salah satu faktor yang dapat menjadi daya tarik wisatawan tersebut ialah karena Indonesia memiliki cita rasa makanan yang khas, unik, lezat dan beragam. Terlebih di setiap daerah atau Provinsi mempunyai makanan khas masing-masing dan dengan rasa yang beraneka macam. Sehingga wisatawan memiliki banyak pilihan makanan yang unik dan lezat.

Menurut Piet Mondrian (2003:23) mengatakan bahwa pada umumnya setiap perjalanan wisata pasti melibatkan unsur kuliner, setiap wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah pasti ingin merasakan makanan khas dari daerah tersebut, namun sayangnya biasanya para wisatawan tersebut tidak tahu harus mencari kemana makanan tersebut karena mereka tidak tahu jalan atau arah di kota yang asing yang belum pernah dikunjungi sebelumnya.

## **6. Rumusan Masalah**

Untuk lebih jelas arah penulisan tugas akhir ini, maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah tanggapan para pengunjung terhadap kualitas pelayanan di restoran wisata kuliner khas melayu Pondok Yurika.
- b. Apakah yang menjadi faktor penghambat restoran Pondok Yurika dalam meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.

## **7. Tujuan Penelitian**

- a. Tujuan penelitian ini ialah untuk :
  - a) Untuk mengetahui kualitas pelayanan di restoran wisata kuliner khas melayu Pondok Yurika.

- b) Untuk mengetahui hambatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan restoran wisata kuliner khas melayu Pondok Yurika.

## C. METODE PENELITIAN

### 1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan tipe deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengelompokkan data yang disusun sedemikian rupa, kemudian menghubungkannya dengan teori – teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh organisasi sehingga dapat diambil suatu kesimpulan.

### 2. Analisis Data

Dalam analisa data ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu data-data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dipilah-pilah dan diklasifikasikan menurut jenisnya dan kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan gambaran dan menarik suatu kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian ini. Rancangan penelitian dengan cara analisis deskriptif kuantitatif ini dimaksudkan untuk menjelaskan dengan menggambarkan Kualitas Pelayanan di Restoran Khas Melayu Pondok Yurika Pekanbaru yang penulis telah ditentukan.

## D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden

Tabel 4.29

Rekapitulasi Keseluruhan Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Di Restoran Khas Melayu Pondok Yurika

Sub Variable	Indikator	Nilai	Hasil
Tangible	Lokasi Restoran	385	Baik
	Penampilan Karyawan	361	Baik
	Fasilitas Restoran	281	Cukup Baik
	Peralatan Makan	291	Cukup Baik
<b>Total Nilai Per Sub Variable</b>		<b>1318</b>	<b>Cukup Baik</b>
Reability	Ketepatan Pelayanan	398	Baik
	Kecepatan Pelayanan	316	Cukup Baik
	Keramahan Karyawan	354	Baik
	Kenyamanan Konsumen	345	Baik
<b>Total Nilai Per Sub Variable</b>		<b>1413</b>	<b>Baik</b>
Responsivess	Penanganan Keluhan Konsumen	316	Cukup Baik
	Pengetahuan Umum	351	Baik

	Karyawan		
	Kemauan Melanyani	319	Cukup Baik
<b>Total Nilai Per Sub Variable</b>		<b>986</b>	<b>Cukup Baik</b>
Assurance	Pengetahuan Terhadap Menu	404	Baik
	Kejujuran Karyawan	369	Baik
	Kesopanan Karyawan	385	Baik
<b>Total Nilai Per Sub Variable</b>		<b>1158</b>	<b>Baik</b>
Emphaty	Komunikasi Antar Karyawan dengan Konsumen	341	Baik
	Pemahaman Kebutuhan Konsumen	318	Cukup Baik
	Perhatian Karyawan	292	Cukup Baik
<b>Total Nilai Per Sub Variable</b>		<b>951</b>	<b>Cukup Baik</b>
<b>Total Nilai Keseluhan</b>		<b>5826</b>	<b>Baik</b>

*Sumber :Data olahan, 2013*

Pada tabel diatas penilaian responden terhadap kualitas pelayanan di restoran Pondok Yurika ialah baik walaupun ada beberapa variable yang diberikan penilaian cukup baik oleh responden. Seperti yang terlihat pada tabel diatas bahwa tiga dari lima sub variable yang dinilai oleh responden hanya mempunyai hasil cukup baik. Masih banyak diperlukan perbaikan kualitas pelayanan pada restoran ini. Sehingga nantinya dapat memberikan pelayanan prima kepada setiap konsumen yang datang.

Baiknya pelayanan prima yang diberikan akan membuat hati konsumen senang dan nyaman. Pelayanan yang baik dapat memberikan untung kepada pihak restoran, baik itu untung yang langsung berbentuk nyata berupa materi maupun keuntungan yang tidak dirasakan langsung. Keuntungan yang didapat oleh restoran secara tidak langsung ialah bentuk promosi yang baik dan gratis yaitu promosi dari mulut ke mulut.

## **E. Kesimpulan dan Saran**

### **1. Kesimpulan**

Secara keseluruhan penilaian terhadap kualitas pelayanan di restoran Pondok Yurika ini ialah Baik. Terlebih lagi pada penilaian sub variable *Assurance* yang mana pada setiap indikatornya mendapatkan penilaian baik oleh konsumennya. Penilaian yang berbeda pada sub – sub variable lainnya dimana pada penilaiannya masih terdapat nilai dengan kategori cukup baik yang harus ditingkatkan lagi kualitasnya. Walaupun sudah dapat penilaian baik oleh konsumennya pihak restoran haruslah lebih banyak lagi berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Pihak restoran Pondok Yurika ini harus melakukan perbaikan – perbaikan lagi agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada

konsumennya. Ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dan diperbaiki agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada restoran Pondok Yurika ini.

Ada beberapa hambatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di restoran Pondok Yurika ini. Hambatan tersebut merupakan hambatan – hambatan dari pihak internal restoran tersebut. Secara keseluruhan tidak adanya terdapat hambatan yang begitu besar sehingga dapat membuat angka penjualan di restoran Pondok Yurika menurun. Hambatan – hambatan tersebut merupakan hambatan – hambatan kecil yang dapat segera dibenahi oleh pihak internal restoran tersebut. Jika saja hambatan – hambatan tersebut dapat cepat dibenahi oleh pihak restoran maka konsumenpun akan lebih merasa nyaman dan senang menikmati masakan yang disajikan.

## **2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan tentang pelaksanaan kualitas pelayanan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya pihak pengelola dapat memperluas bangunan agar tidak terbatasnya ruang gerak konsumen maupun ruang gerak pramusaji restoran Pondok Yurika tersebut. Dengan memperluas bangunannya maka rasa sempit dan gerah ketika konsumen yang datang akan hilang. Sehingga konsumenpun akan merasa lebih nyaman.
2. Untuk menambah peralatan yang masih kurang. Dan mengganti peralatan yang sudah tidak layak pakai.
3. Menambah jumlah pramusaji pada jam – jam ramai seperti pada jam – jam makansiang. Sehingga tidak ada lagi konsumen yang menunggu lama.
4. Pimpinan Restoran Khas Masakan Melayu Pondok Yurika dapat memberikan penghargaan kepada karyawan yang dinilai bekerja secara baik. Penghargaan tersebut dapat berupamenjadi karyawan terbaik pada bulan ini dan diimbangi dengan pemberian insentif atau bonus kepada karyawan tersebut guna meningkatkan motivasi dalam bekerja. Selain itu pihak pengelola juga harus mengadakan Pelatihan untuk karyawan agar mereka tidak lupa terhadap pelayanan yang seharusnya diberikan kepada konsumen. Terlebih lagi kepada karyawan baru yang masih lama dan belum paham dalam menjalankan tugas– tugasnya.

## Halaman Persembahan

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir yang diberi judul “KUALITAS PELAYANAN PADA RESTORAN KHAS MELAYU PONDOK YURIKA PEKANBARU”. Tugas akhir ini dibuat dan diajukan untuk legitimasi pelaksanaan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program D4 dan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (SST) pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, Penulis banyak sekali mendapatkan bantuan, bimbingan, masukan dan arahan serta semangat dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan saya ALLAH SWT karena Dia telah memberikan saya hidup yang sempurna dan memberikan segala kasih sayang-Nya kepada saya.
2. Nabi besar Muhammad saw yang datang membawa kabar gembiranya dan menjadi suri tauladan bagi umat-umatnya dan para sahabat-sahabat yang telah mendahului kita.
3. Bapak Drs. H. Ali Yusri, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
4. Bapak Drs. H. Chalid Sahuri, MS selaku ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Riau.
5. Ibu Dra. Syofia Achnes, M.Si selaku ketua Program studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau dan selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan dan arahan kepada saya selama penyusunan tugas akhir ini.
6. Ibu Mariaty Ibrahim, S.Sos, M.Si sebagai pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, arahan dan koreksi kepada saya selama penyusunan Tugas akhir ini.
7. Ibu Hj. Nurlaili selaku pemilik Restoran Khas Melayu Pondok Yurika dan Pak Ben selaku Manager yang telah meluangkan waktu, membantu dan memperbolehkan saya meneliti di restoran tersebut.
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian saya.
9. Segenap staf pengajar Program Studi Usaha Perjalanan wisata yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada saya dari awal sampai akhir menuntut ilmu di kampus tercinta.
10. Segenap staf karyawan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau yang telah membantu untuk dalam pengurusan segala administrasi selama saya kuliah.
11. Kedua orang tua saya saya tercinta, Mama dan Alm Papa yang selalu memberikan segala yang terbaik untuk saya. Terima kasih untuk segala pengorbanan dan kasih sayangnya.
12. Adek tersayang saya Riskon dan keluarga besar yang tidak henti – hentinya memberikan dukungan yang luar biasa dalam penyelesaian tugas akhir ini. Baik itu dukungan moril maupun dukungan materil.

13. Teman-teman tercinta dan terbaik angkatan 2009 Ana, Telsya, Wulan dan Elvi serta teman – teman lainnya Emi, Ara dan Yadi. Terima kasih atas dukungan semangat dan bantuannya yang selama ini diberikan kepada saya.
14. Terima kasih untuk teman – teman tersayang Dwi dan Lia untuk semangat, do'a dan kesabarannya selama membantu dalam pembuatan tugas akhir ini.

Dengan mengerahkan semua kemampuan yang dimiliki penulis, akhirnya Tugas akhir ini dapat terselesaikan walaupun masih banyak kekurangan dan keterbatasan selama penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan, saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak, agar dapat bermanfaat bagi yang membaca. Akhirnya kepada Allah SWT penulis kembali berdo'a dan memohon balasan kepada semua pihak yang telah banyak membantu.

Pekanbaru

Penulis

## DAFTAR PUSTAKA

- Bukart, A.J. dan Medik, S. 1997. *Wawasan Kepariwisataaan*. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kodyath. 1993. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta : Gramedia.
- Kuncoro, Mudrajat. 2001. *Metode Kuantitatif. Edisi Pertama*. Yogyakarta : AMP YKPN.
- Lukman, Sampara. 1999. *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta : STIA – LAN Perss.
- Lupiyoadi, Rambat and A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Modrian, Piet. 2003. *Makanan Khas Suatu Daerah*. Jakarta : Gramedia.
- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : PT. Malta Pritindo.
- Pitana I.G and P.G Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulastiyono, Agus. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Alfabeta
- Sunu, Pramudya. 1999. *Peran SDM Dengan Pendekatan TQS*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Soetopo. 1999. *Pelayanan Prima*. Jakarta : LAN RI
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar – Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tasunar, Nanang. 2006. *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak*. Jurnal Sains

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi Ofset.

Vincent, Gasperz. 2002. *Total Quality Management*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta : PT Pradnya Paramita

Winarno, Bondan. 2007. *Ragam Wisata Kuliner*. Jakarta : Pustaka Utama

Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.

Sumber – sumber lain :

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Bab I pasal 1 tentang Kepariwisataaan

SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 73/PW 105/MPPT-85