



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SATE SOLO KOTA BENGKULU

Amir Mukadar^{1*}, Dharma Setiawan¹, Rano Romasyah¹, Aan Zulyanto¹, Chaerul Suhendra²

¹Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis

²Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

*corresponding author: amirmukadar@umb.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 25 Agustus 2022

Direvisi : 10 September 2022

Disetujui : 29 Desember 2022

Keywords:

Adherence To Islamic Law, Assurance, Responsiveness, Physical Ability, Empathy, Reliability

Kata kunci:

kepatuhan pada syariat islam, jaminan, ketanggapan, kemampuan fisik, empati, kehandalan

ABSTRACT:

This study aims to find out how the quality of service to consumer satisfaction at solo satay restaurants in Bengkulu City. This study used six independent variables, namely compliance with Islamic law, guarantees, responsiveness, physical ability, empathy, and reliability with one dependent variable, namely consumer satisfaction. After a literature review and field research, the data of this study was carried out by distributing questionnaires with 100 respondents using non-accidental sampling techniques. The data analysis techniques carried out in this study are quantitative analysis, namely validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests. The results showed that the indicators of this study were valid and reliable. In the classical assumption test of normally distributed data, there was no multicollinearity and heteroskedasticity.

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran sate solo Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan enam variabel independen yaitu kepatuhan pada syariat islam, jaminan, ketanggapan, kemampuan fisik, empati, dan kehandalan dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penelitian lapangan data penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan 100 responden dengan menggunakan teknik non accidental sampling. Teknik Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan indikator-indikator penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dalam bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan makin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu mengambil keputusan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan agar dapat berkembang dengan baik. Perusahaan harus mampu mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan bertahan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya. (Situmeang 2017;1)

Islam membolehkan seseorang untuk berbisnis seperti jual beli. Namun bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT. di dunia maupun di akhirat. Dalam Islam, terdapat aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pembisnis muslim diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang serta mendapat berkah dari Allah SWT.



Kejujuran adalah suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang. Kejujuran termasuk prasyarat keadilan dalam hubungan kerja terkait erat dengan kepercayaan. Kepercayaan sendiri merupakan asset yang sangat berharga dalam urusan bisnis. (Salam, 1994).

Apabila konsumen telah memiliki kepercayaan terhadap usaha kita miliki, mereka akan berulang kali datang yang artinya lebih dari satu kali dari menandakan bahwa pelayanan dan segi makanan yang telah disajikan berjalan dengan baik.

Konsumen merupakan prioritas terpenting dalam sebuah bisnis. Suatu bisnis tidak akan berjalan tanpa ada konsumen, sebagai seorang muslim kita harus mengetahui bahwa kita melakukan bisnis harus memperhatikan utilitarian, utilitarian adalah dimana suatu bisnis dianggap baik jika memberimanfaat kepada orang lain. Oleh sebab itu, kita harus memperhatikan apakah dagangan yang kita jual mengandung manfaat untuk orang lain atau justru mendatangkan mudharat. Dan tentunya juga tidak melakukan kecurangan dalam berbisnis. (Alma, 2003)

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang atau konsumen yang berasal dari perbandingan antara kesannya atau hasil suatu pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting di sediakan untuk kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan dengan baik akan berdampak terjadinya pelanggan atau konsumen yang akan datang berulang-ulang otomatis perusahaan akan meningkat. Kotler (2007:177). Menunjukkan bahwa bila kualitas pelayanan menyenangkan maka akan berpengaruh positif pada loyalitas konsumen dan sebaliknya bila kualitas pelayanan tidak menyenangkan maka akan berpengaruh negatif pada loyalitas konsumen. Subihaini (2001)

Salah satu bisnis yang menjadikan pelayanan kepada konsumen sebagai salah satu hal yang sangat penting adalah bisnis rumah makan/restoran. Di Kota Bengkulu dalam kurun waktu lima tahun terakhir bisnis rumah makan/restoran sangat pesat ini ditandai dengan banyaknya bermunculan tempat-tempat rumah makan/restoran yang menyajikan berbagai macam makanan baik itu makanan yang bersifat ciri khas daerah atau makanan yang bersifat nasional, salah satu rumah makan/restoran yang sudah cukup lama beroperasi di Kota Bengkulu adalah Restoran Sate Soloyang merupakan cabang dari Restoran Sate Solo yang ada di Propinsi Jambi menyajikan makan nasional dengan menu ayam berusap, ayam bakar, soto dan makanan lainnya.

Berdasarkan masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SATE SOLO KOTA BENGKULU".

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan atau *Service Quality* menurut (Lupiyoadi & A, 2011) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima, dengan pelayanan yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan ini menjadi hal pertama yang menjadi perhatian serius oleh perusahaan dengan waktu jangka panjang, yang tentunya melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh (Parasuraman, Berry dan Zeithaml)

Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Menurut (Kotler, 2010)

Sedangkan menurut Tjiptono, dalam (Sunyoto, Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, 2012, p. 236) kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian sebuah produk atau jasa



dengan ukuran yang sesuai berlakunya ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Kualitas pelayanan syari'ah

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono :2011). Kualitas pelayanan dapat dinilai baik atau tidaknya berdasarkan umpan balik (feedback) yang diberikan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan ciri pembentuk kepuasan konsumen yang di dapatkan dari pendapat konsumen. Oleh karena itu pelayanan konsumen menjadi penting karena juga dapat menampung berbagai pendapat konsumen mulai dari kepuasan sampai ketidakpuasan (Tjiptono, 2011). Dalam kegiatan jual beli yang sesuai syariah pihak penjual harus memberikan pelayananberlandaskan hukum dan prinsip yang sesuai dengan syariah sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen.

Rasulullah SAW. Sukses dalam berdakwah dan berdagang dengan berbekal SIFAT (Shiddiq, Istiqomah, Fathonah, Amanah, dan Tabligh). Objek dakwah dan pembelinya sama-sama merasakan kepuasan dan kebahagiaan berinteraksi dengan rasul. Beliau memberikan jaminan barang yang dititipkan kepada beliau sehingga beliau dikenal dengan sebutan al-amin (dapat di percaya).

Beliau juga pribadi yang empatik dan memiliki kepedulian yang tinggi kepada sesama. Hal ini sesuai dengan dalil Al-Quran (TQS Ali Imran:159) yang berbunyi :

فَيْمًا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُمْ لَوْ كُنْتَ قَطًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya :.....“maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadanya”.

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam terdapat tiga karakteristik etika pemasaran dari perspektif Islam. Pertama, etika pemasaran Islam didasarkan pada Al-Quran dan tidak meninggalkan ruang untuk interpretasi yang ambigu. Kedua, perbedaan utama adalah aspek transedental dari kemutlakan dan sifat non-lunak. Ketiga, pendekatan Islam yang menekankan pemaksimalan nilai dalam pandangan kebaikan di masyarakat dari pada mengejar sifat egois pribadi dengan memaksimalkan keuntungan.

Othman dan Owen memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas Pelayanan Syari'ah, dengan menambahkan unsur “compliance” pada dimensi kualitas pelayanan. *Compliance with Islamic Law (kepatuhan terhadap hukum Islam).*

Enam dimensi kualitas pelayanan ditambah dengan compliance sebagai syarat produk lebih dikenal dengan CARTER.

Kepatuhan pada syariat Islam (Syariah Compliance) Yaitu, sharia compliance dalam perusahaan adalah kemampuan sebuah perusahaan dalam mematuhi prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Indikator yang digunakan untuk kepatuhan pada syariat islam adalah Makanan dan minuman yang disajikan adalah Halal tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Jaminan (Assurance) Yaitu pengetahuan karyawan, kesopanan pegawai atau karyawan serta sifat yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko dan merasa puas

Ketanggapan (Responsiveness) Yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.

Kemampuan fisik (Tangibles) adalah Tampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi. Empati (Empaty) Yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, serta pengetahuan untuk di hubungi.



Kehandalan (Realibility) Yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Teori kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Sampai saat ini banyak yang mengartikan tentang pengertian kepuasan konsumen antara lain:

Hasil penelitian pelanggan terhadap apa yang di diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu di dibandingkan dengan harapan terhadap kinerja yang di terimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut. Respon dari konsumen terhadap ketidakpuasan yang di rasakan terhadap harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja outcome yang dirasakan dengan harapan- harapan suatu produk. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembeli ulang atau kesetiaan yang terlanjur.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian terletak di restoran sate solo. Waktu penelitian akan dilaksanakan dua bulan sejak dikeluarkannya izin penelitian. Bulan pertama izin dan pengumpulan data dan bulan kedua pengelolaan data dalam bentuk skripsi dan bimbingan penelitian.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan (sugiyono 2018 : 11). Berdasarkan tujuan penelitian maka penelitian ini termasuk penelitian Eksplanatori, Eksplanatori bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Lisdayanti, 2018:27) Adapun populasi dari penelitian ini adalah konsumen pada restoran sate solo.

Sampel

Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen diberbagai kalangan usia dan latar belakang yang berbeda-beda. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti hingga digunakan tehnik atau rumus untuk menentukan jumlah sampel sesuai teori Naresh & K malhotra (Malhotra, 2006 :291). Yakni 5–10 kali estimate parameter. Maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah $5 \times 20 = 100$ responden (jumlah pertanyaan) kuisisioner 20 item pertanyaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan tahapan sebagai berikut:



Penelitian Lapangan

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan dan menyebarkan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner akan dibagikan kepada responden yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan sampel, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Jenis kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden berupa pilihan ganda, sehingga responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat, serta responden cukup memberikan jawaban sesuai dengan pilihan yang tersedia berdasarkan keadaan yang dialami atau dirasakan, dari semua data yang didapat maka akan diolah dengan menggunakan program SPSS *versi 26*.

Teknik Analisis Data

Uji Validasi

Uji validasi digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu variabel dalam kuesioner. Metode validasi ini dengan cara mengkorelasikan skor item. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS *statistic* dengan kriteria.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak valid

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner. Dilakukan guna memperoleh gambaran yang tetap mengenai apa yang diukur dengan standar koefisien $> 0,60$

Jika $\alpha > r_{tabel}$ maka pernyataan reliabel Jika $\alpha < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak valid

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menganalisis regresi linier berganda dengan program SPSS *versi 26*. Tujuan pengujian asumsi memberikan kepastian pada regresi linier berganda memiliki estimasi ketetapan yang konsisten.

Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas dilakukan adalah untuk mengetahui apakah model regresi variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat menggunakan analisis grafik normal P-P *plot of regression standardized residual*. Dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara persial (individu) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dengan mengambil keputusan:

Jika angka signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika angka signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Restoran Sate Solo

Restoran merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang kuliner yang didirikan oleh Bapak Sartono sebagai pemilik perusahaan (Alm), didirikan pada tahun 1983 sampai sekarang dan sekarang di jalan oleh anaknya Vitry Saputri yang beralamat di Jl. Soeprapto No.143 Kel. Kebun Geran Kec. Ratu Samban Kota Bengkulu.



Deskripsi data penelitian

Berdasarkan sampel penelitian ini, penulis melakukan penelitian kepada konsumen restoran sate solo Bengkulu. Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengelolaan data dalam bentuk koesioner yang terdiri dari 6 yaitu pernyataan syariah complaint (*Kepatuhan pada syariat islam*), 4 pernyataan jaminan (*Aasurance*), 4 pernyataan daya tanggap (*Responsiveness*), 3 pernyataan kemampuan fisik (*Tagibles*), 3 pernyataan empati (*empaty*), 4 kehandalan (*Realibility*) dan 5 pernyataan kepuasan konsumen yang disebarakan kepada 100 responden dengan menggunakan skalalikert.

Tabel 4.1
Pengukuran skala likert

No.	Pernyataan	Skor
1	SS=Sangat setuju	5
2	S=Setuju	4
3	KS=Kurang Setuju	3
4	TS=Tidak Setuju	2
5	STS=Sangat Tidak Setuju	1

Sumber :Lampiran 3(202

Deskripsi data responden berdasarkan jeniskelamin

Jenis kelamin merupakan pertanda gender seseorang apakah laki-laki atau perempuan. Berdasarkan jenis kelamin responden penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Laki-laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
	Total	100	100%

sumber : lampiran 3 (2020)

Dari tabel 4.4.1 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, untuk jenis kelamin laki-laki berjumlah 45 orang dengan persentase 45%, sedangkan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 55 rang dengan persentase 55%, ini dapt diartikan bahwa konsumen pada restoran Sate Solo lebih dominan perempuan.

Deskripsi data responden berdasarkan usia

Banyaknya umur atau usia pada konsumen restoran sate solo maka kemungkinan juga responden bervariasi berdasarkan umur. Berdasarkan usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4.2
Karakteristi responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi (f)	Persentase (%)
<19	14	14%



20-25	52	52%
26-30	10	10%
31-35	8	8%
36-40	9	9%
41-45	4	4%
46-50	2	2%
51-55	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Lampiran 3 (2020)

Dari tabel 4.4.2 dapat dilihat bahwa untuk responden usia <19 tahun berjumlah 14 orang dengan tingkat persentase 14%, untuk usia 20-25 tahun berjumlah 52 orang dengan persentase 52%, untuk usia 26-30 tahun berjumlah 10 orang dengan persentase 10%, untuk usia 31-35 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 8%, untuk usia 36-40 berjumlah 9 orang dengan persentase 9%, untuk usia 41-45 berjumlah 4 orang dengan persentase 4%, untuk usia 46-50 berjumlah 2 orang dengan persentase 2%, untuk usia 51-55 berjumlah 1 orang dengan persentase 1%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen restoran sate solo Bengkulu sebagian besar berusia 20-25 tahun.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan seperti kepatuhan pada syariah islam, bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pada restoran sate solo Kota Bengkulu. Maka dalam penelitian ini didapat dengan penyebaran angket kepada responden dan pengumpulan kembali. Penelitian ini melakukan pengujian dengan program SPSS versi.26

Pengaruh kepatuhan pada syariat Islam terhadap kepuasan konsumen pada restoran Sate Solo Bengkulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan konsumen pada syariat Islam di tunjukan dengan saling menghargai setiap perbedaan agama pada restoran sate solo. Dapat dilihat dari segi berpakaian setiap karyawan Sate Solo baik laki-laki maupun perempuan berpakaian rapih dan sopan, karena semua karyawan restoran Sate Solo mayoritas muslim, semua karyawan juga melakukan ibadah begitu sudah memasuki waktu dan begitu pula dengan pelanggan yang berkunjung baik muslim maupun Non-muslim mereka saling menghargai sehingga terjadinya kedamaian dari semua pihak yang menyebabkan ketentraman dan kenyamanan.

Pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Sate Solo Bengkulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran sate solo Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,000 lebih besar dari 0,05 ($0,00 > 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,375 menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif signifikan secara parsial dengan kepuasan konsumen atau H_a diterima. Jaminan yang menjadi variabel untuk mengukur kepuasan konsumen restoran sate solo Bengkulu berpengaruh positif signifikan dengan kepuasan konsumen. karyawan restoran sate solo Bengkulu bersikap sopan terhadap konsumen dan mengetahui pesanan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterima.

Pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan konsumen restoran Sate Solo Bengkulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap tidak ada pengaruh signifikan



terhadap kepuasan konsumen restoran sate solo Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,599 lebih besar dari 0,05 ($0,602 > 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,53 menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel daya tanggap dengan kepuasan konsumen atau H_a ditolak.

Daya tanggap kepada konsumen merupakan bentuk layanan kepada konsumen seperti menanggapi dan memberikan solusi kepada konsumen. serta kepedulian karyawan, akan tetapi pada penelitian ini daya tanggap terhadap konsumen tidak begitu berpengaruh dengan kepuasan konsumen. Fakta yang mempengaruhi konsumen kurang puas dengan pelayanan restoran sate solo yaitu pesanan konsumen kadang terlalu lama pada saat ada reservasi karena karyawan kewalahan, sehingga kepuasan konsumen menurun.

Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada restoran Sate Solo Bengkulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran sate solo. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik secara parsial berpengaruh positif signifikan antara variabel bukti fisik terhadap variabel kepuasan konsumen atau H_a di terima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suyoto Arief, M.Yusuf Alfarizy dengan judul pengaruh kualitas pelayanan syari'ah terhadap kepuasan konsumen hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian lain yang dilakukan oleh Muhammad sandri, Lilis rosantidan Dwi aliyah apriani sunarti (2017), Ramadhan Harahap (2017), Sulistyawati, NM.A Andseminari N.K (2015). Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dapat dilihat dari fasilitas yang disediakan restoran sate solo layak digunakan dan menarik, adapun lokasi yang mudah ditemukan karena terletak dipinggir jalan poros, serta karyawan yang berpenampilan rapi dan bersih sehingga kepuasan konsumen meningkat.

Pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen pada restoran Sate Solo Bengkulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran sate solo. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,866 lebih besar dari 0,05 ($0,785 > 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,99 menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel empati dengan kepuasan konsumen atau H_a ditolak.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh. Israk (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen CV. Daeng Kuliner Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan yang paling berpengaruh dan variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan dalam CV. Daeng Kuliner Makassar. Termasuk variabel empati. Beda dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh nirma (2019) pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan toko giant kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pelanggan toko giant alauddin Makassar. Konsumen merasa kurang puas karena karyawan rumah makan mbak daeng alauddin terkadang tidak memperhatikan kebutuhan konsumen.

Pengaruh kehandalan terhadap kepuasan konsumen restoransate solo Bengkulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran sate solo. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,798 lebih besar dari 0,05 ($0,889 > 0,05$), dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,12. menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kehandalan dengan kepuasan konsumen atau H_a ditolak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh dwi aliyah apriani sunarti (2017) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen the little A.coffe Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kehandalan tidak berpengaruh signifikan.



Beda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan Harahap (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji Kfc. Hasil penelitian dapat dilihat bahwa presentase terendah bahan yang digunakan merupakan bahan segar pilihan.

Pelayanan yang diberikan kurang cepat dalam menangani pesanan terutama pada saat malam minggu dan pada saat wisuda mahasiswa karena banyaknya reservasi sehingga konsumen kurang puas.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *kepatuhan pada syariat islam, jaminan, ketanggapan, bukti fisik, empati, kehandalan*, terhadap kepuasan konsumen pada restoran Sate Solo Bengkulu. Dari rumusan masalah, maka analisis data yang diajukan dalam pembahasan bab sebelumnya, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan.

Berdasarkan analisis secara parsial kepatuhan pada syariat islam (x1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Sate solo Bengkulu, yang artinya kepuasan konsumen meningkat. Berdasarkan analisis secara parsial jaminan (x2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Sate Solo Bengkulu, yang artinya kepuasan konsumen meningkat. Berdasarkan analisis secara parsial daya tanggap (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Sate Solo Bengkulu. Berdasarkan analisis secara parsial bukti fisik (x4) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Sate Solo, yang artinya kepuasan konsumen meningkat. Berdasarkan analisis secara parsial Jaminan (x5) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Sate Solo Bengkulu, yang artinya kepuasan konsumen meningkat.

Berdasarkan analisis secara parsial Kehandalan (x6) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Sate Solo Bengkulu.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka di ajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel- variabel lain diluar variabel yang telah diteliti agar pelayanan lebih baik terhadap kepuasan konsumen. Bagi restoran sate solo Bengkulu sebaiknya berusaha untuk mempertahankan kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan bukti fisik dan jaminan serta meningkatkan pelayanan kehandalan, daya tanggap dan jaminan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2005) *manajemen pemasaran*. Alfabeta: Bandung
- Apriani, DA. (2017) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Survei Pasada Konsumen The Little A. Coffe Shop Sidoarjo). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 51 No.2 oktober 2017
- Alfisyahri lubis and andayani, N.R, (2017) *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pt.sucofindo Batam*. Jurnal Of Business Administration. Vol 1, No.2 September 2017
- Harahap, Ramadhan. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan" *Jurnal Manajemen Tools* Vol.7 No.1



- Israk M, (2019) *pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen*.(studi kasus pada cv.daeng kuliner Makassar). Skripsi fakultas ekonomi dan bisnis. Universitas MuhammadiyahMakassar.
- Kotler dan Keller. (2007).*manajemen pemasaran*. Edisi 12.Jakarta
- Kotler, Philip.(1997) *manajemen pemasaran*. Edisi 1:jakarta
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran, jilid 1 edisi ke 13*.Jakarta:Erlangga
- Lisdayanti, (2018) *.Pengaruh Kualitas Pelayanan Trhadap Kepuasan Konsumentaxi Online (Grab Car) Di Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammmadiyah Makassar
- Malhotra and Naresh.K, (2006) *Riset Pemasaran*. Jilid 2.jakarta:PT. Indeks
- Riayanto, Agus (2015) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan SPP (Special super penyet)*. Artikel Publikasi.universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Situmeanga (2017) *pengaruh pengawasan dan pengalamn kerja pada PT*. Mitra Karya Anugrah.Jurnal Vol. 2,No 02
- Tjiptono, Fandy.(2005) *strategi pemasaran*. Yogyakarta