

KUALITAS PELAYANAN MEMPENGARUHI JUMLAH KUNJUNGAN TAMU DI RESTORAN NOM NOM NOM

The quality of service influences the number of visitors at nom nom nom restaurant

Nuryadina Augus Rini¹, Nenny Wahyuni²

^{1,2} Politeknik Sahid

email: n.augustrini@gmail.com

ABSTRACT

Culinary has an important role in the tourism industry because most of the expenditure of tourists is for food and drinks. In 2017 culinary alone reaches a percentage of around 30-40 percent spent by tourists in Indonesia. Tourism destinations that have unique culinary can motivate tourists to travel to Pasar Lama area in Tangerang City. Tangerang City is one of the tourism destinations in Banten Province and ranks the third largest in the Jabodetabek area after Jakarta. This strategic location makes Tangerang City have opportunities for the development of various fields of activity, one of which is the tourism sector. Tangerang City needs to have a good image to be different in the minds of tourists. To improve the image of a destination we can use culinary in the city of Tangerang which was inaugurated in 2012 under the name Pasar Lama Culinary Area. This area is formed from history which was once the oldest trade center in the city of Tangerang and cultural heritage because this area is formed with cultural acculturation. This research method uses descriptive qualitative. Data sources obtained by interview, observation, and documentation. Data analysis uses four stages, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Based on the results, the role of culinary is sufficient to contribute in upgrading the image of Tangerang City with the supporting and inhibiting factors in improving the image of the tourism destination of Tangerang. Supporting factors include: the taste of food, food ingredients, price setting, and casual atmosphere while the inhibiting factors are: human aspects, cleanliness, placement of culinary carts that are less organized, buskers and less extensive pedestrian paths.

Keywords: Image, Culinary, Tangerang City

Diajukan: 18 Oktober 2019. Direview: 21 November 2020. Direvisi: 2 Desember 2020. Diterima: 3 Januari 2020

PENDAHULUAN

Usaha perhotelan, restoran, dan cafe merupakan usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya karena usaha tersebut menyediakan berbagai macam fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya. Disamping itu, usaha dalam bidang jasa juga dapat menunjang kegiatan para konsumen yang membutuhkan tempat hiburan untuk makan dan minum. Konsumen membutuhkan pelayanan yang baik dan ramah serta mencari tempat bersantai yang nyaman dan cocok untuk keluarga sambil menikmati makanan dan minuman yang ringan dan terjangkau. Oleh karena itu, Restoran merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: Reliabilitas, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible (Tjiptono & Chandra, 2011) Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain.

Kurangnya kualitas jasa dibidang [restoran merupakan harga tertinggi yang tumbuh sangat cepat, dari pada harga produk nyata.

Apabila dalam usaha restoran mampu menciptakan kepuasan pengunjung maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara manajemen restoran dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Frekuensi berkunjung merupakan salah satu faktor keberhasilan. Usaha agar banyak pengunjung yang datang maka sebaiknya menyediakan layanan dan fasilitas, yang memadai dan selalu diperbaharui secara maksimal. Dalam melakukan suatu kunjungan ke restoran, pengunjung banyak yang akan mencari tempat yang nyaman untuk bersantai bersama keluarga. Motivasi yang ada pada diri individu dimulai dari kebutuhan yang diinginkannya dan berusaha untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan yang diharapkannya. Pentingnya kualitas pelayanan juga berhubungan dengan peningkatan jumlah kunjungan tamu. [Restoran yang mampu memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan pengunjung, maka mereka akan memberikan penilaian yang baik untuk memberikan rekomendasi restoran tersebut kepada orang lain. Sehingga orang lain yang belum pernah berkunjung ke restoran tersebut akan menjadi tertarik untuk berkunjung dan bisa menjadi pengunjung setia. Apabila restoran mampu memberikan kualitas produk yang baik, dan memberikan pelayanan jasa yang terbaik bagi pengunjungnya, maka dapat menciptakan suatu kepuasan di dalam memenuhi kebutuhan pengunjung, karena kepuasan yang dirasakan adalah merupakan harapan mereka. Namun berbanding terbalik jika pengunjung yang merasa tidak puas terhadap pelayanan dari restoran, akan membuat restoran tersebut mendapatkan citra buruk dan akan menjadi rekomendasi yang negatif yang disebarkan ke orang lain sebagai akibat ketidakpuasan

Penelitian ini menemukan masalah yang sering mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung antara kepuasan dan jumlah kunjungan:

1. Apakah kualitas pelayanan ini berpengaruh terhadap jumlah kunjungan?
2. Seberapa besar jumlah kunjungan itu mempengaruhi kualitas pelayanan?

3. Bagaimana caranya meningkatkan kualitas pelayanan di Restoran Nom Nom Nom?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap jumlah kunjungan
2. Membuktikan bahwa jumlah kunjungan itu dipengaruhi oleh kualitas pelayanan
3. Mendapatkan cara meningkatkan kualitas pelayanan

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas

Menurut Hasan (2014:126) menjelaskan tentang kualitas produk yang semakin meningkat terjadi akibat tingginya keluhan konsumen yang semakin lama semakin terfokus pada kualitas produk yang dinilai buruk oleh konsumen baik itu dari segi bahan maupun cara pembuatannya. Jadi antara kualitas produk dengan kesetiaan konsumen sangat berhubungan satu sama lain.

Di kutip dari Heizer dan Render (2017:255) bahwa kualitas suatu produk atau layanan untuk memenuhi keinginan konsumen dapat memberikan suatu dorongan yang kuat untuk menjalin ikatan antara konsumen dengan perusahaan. Hubungan yang baik dengan konsumen dapat membuat perusahaan lebih peduli dan mengerti keinginan pelanggan yang sangat dinamis. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan konsumen yang mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Jadi yang dikatakan kualitas adalah kondisi dinamis yang bisa menghasilkan:

- ✓ Produk yang berkualitas atau bermutu
- ✓ Jasa yang memenuhi harapan konsumen.
- ✓ Proses untuk memenuhi keinginan konsumen.
- ✓ Lingkungan nyaman sesuai harapan konsumen.

Dari keempat macam kualitas yang disebutkan diatas, maka kualitas memberikan konsep yang lebih komplisit bahwa bukan hanya kualitas suatu produk yang dapat memenuhi kepuasan konsumen tapi jasa, proses, dan lingkungan juga memberikan

penilaian baik tidaknya sebuah kualitas produk yang dihasilkan sebuah perusahaan.

Pengertian Pelayanan

Tjiptono dan Chandra (2016:4) mendefinisikan "Pelayanan (service) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu service operations yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (back office atau backstage) dan service delivery yang biasanya tampak (visible) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula front office atau front stage)".

Dari pengertian tersebut, dapat di katakan bahwa aktifitas pelayanan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan (dalam hal ini restoaran) bisa tidak terlihat kegiatan pelayanannya dan bisa terlihat aktifitas pelayanan yang dilakukan oleh restoran. Namun maksud dan tujuannya tetap sama yaitu memberikan pelayanan kepada pengunjung restoran.

"Pelayanan (Service) adalah any act or that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It's production may or not to be tied to a physical product", dikutip dari Kotler dan Keller (2016:214). Dapat dikatakan bahwa satu pihak menawarkan pelayanan / jasa kepada pengunjung sebagai pihak yang lain adalah sebuah tindakan atau kinerja yang tidak berwujud bahkan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Oleh karena pelayanan itu adalah produk yang tidak berwujud maka sifatnya hanya berlangsung sementara tapi masih bisa dirasakan oleh penerima layanan.

Dikutip dari Lupiyoadi (2013:232), "signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Strategi defensif yang berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini, lebih penting dibandingkan strategi agresif yang memperluas ukuran pasar dengan menggaet konsumen potensial". Mendapatkan pengunjung restoran yang memiliki tingkat loyalitas merupakan hal yang harus di pertahankan agar mereka tidak merasakan kekecewaan akibat dari pelayanan buruk yang didapatkan. Hal ini menjadikan management restoran untuk terus berupaya memberikan atau mempertahankan pelayanan yang terbaiknya kepada pengunjung yang loyal maupun

pengunjung yang baru (New Visitors/consumer) agar kinerja pelayanannya tidak menurun. Kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang mereka dapatkan merupakan salah satu faktor pendukung dan pembentuk loyalitas.

Menurut Malik et, al (2012 : 124) dalam Artikel Ilmiah Yulianto (2017:6), "salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, dimana kualitas layanan tidak hanya merupakan faktor penting kepuasan pelanggan di industri manufaktur tetapi juga di perusahaan jasa. Layanan berkualitas tinggi akan memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan tidak mendapatkan kualitas layanan yang mereka dapatkan sebelum pembelian kepercayaan mereka akan mengguncang yang pada gilirannya membuat pelanggan puas dan ini berakhir di saklar pelanggan untuk penyedia lainnya". Layanan berkualitas tinggi mampu memberikan pengaruh yang positif bagi pengunjung akan tempat yang mereka kunjungi dan hal ini sangat mempengaruhi kepuasan mereka. Apabila pengunjung tidak mendapatkan pelayanan yang baik dan tidak memuaskan bagi pengunjung, maka mereka akan merasakan kekecewaan dalam pelayanan yang mengakibatkan kurangnya kepercayaan pengunjung bagi sebuah restoran.

Ada lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen menurut Priansa (2017:210):

1. Harapan (expectations): Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.
2. Kinerja (performance): Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.
3. Perbandingan (Comparison): Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk

4. Pengalaman (Experience): Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.
5. Konfirmasi (Confirmation) dan Dikonfirmasi (Disconfirmation):

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi confirmation /disconfirmation.

Kelima elemen yang di jelaskan oleh Priansa adalah sebuah kenyataan yang sering ditemui dalam pemberian pelayanan kepada pengunjung restoran. Terbentuknya ekspektasi yang tinggi dari pengunjung terhadap pelayanan restoran akan mempengaruhi harapan dan keinginan mereka. Begitu juga dengan pelayanan kinerja karyawan restoran yang diharapkan pengunjung adalah kecepatan waktu penyajian dan melayani dengan ramah. Terkadang pengunjung juga mengadakan perbandingan antara produk yang dipromosikan melalui media dengan kenyataan yang didapatkan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Pengalaman yang seperti ini lah yang mempengaruhi pengunjung untuk kembali ke restoran, karena yang mereka harapkan tidak sesuai dengan kenyataan. Diperlukan komunikasi yang baik antara pengunjung dengan karyawan restoran dengan cara mengkonfirmasi atau memberikan gambaran yang sebenarnya terhadap produk yang akan di tawarkan kepada pengunjung, sehingga pengunjung tidak akan mengalami kekecewaan dan ketidakpuasan.

Berdasarkan pengertian tersebut diatas, pelayanan adalah cara pelaku usaha restoran melayani pengguna jasa dengan baik dan dapat memuaskan, sehingga dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dari pengunjung dan merasa diperhatikan serta dipuaskan kebutuhannya. Selain itu pelayanan termasuk ke dalam proses memberikan bantuan dengan cara pemberian layanan (melayani) kepada orang lain sehingga menumbuhkan rasa puas. Jadi pelayanan adalah merupakan aktivitas yang dilakukan dengan cara tertentu dalam rangka memberikan rasa kepuasan yang memerlukan kepekaan hubungan

interpersonal untuk menumbuhkan kepercayaan sehingga pengguna jasa akan merasa diperhatikan dan dipuaskan kebutuhannya.

RESTORAN NOM NOM NOM

Gambaran Objek Penelitian

Sejarah Nom Nom Nom

Nom Nom Nom adalah salah satu Restoran di lebak bulus Jakarta. Berasal dari kata bahasa Inggris yaitu "Nyam Nyam Nyam" yang berarti orang sedang menikmati/mengunyah makanan yang lezat. Berkonsep seperti family room/ruang keluarga, sehingga membuat rasa nyaman timbul saat sedang menikmati hidangan. Restoran ini menyediakan makanan Asian-Fussian. Berdiri sejak tahun 2012 sampai sekarang. Mempunyai keseluruhan karyawan sejumlah 25 orang.

Fasilitas Nom Nom Nom

Restoran Nom Nom Nom menyediakan fasilitas Wi-Fi, TV, AC, Toilet, Musholla dan juga playbox untuk anak-anak ataupun untuk dewasa yang berisi berbagai macam mainan di dalamnya.

Metode Penelitian

Dikutip dari pernyataan Sugiyono (2017), menyatakan bahwa "metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Kegiatan penelitian yang berdasarkan keilmuan yang bersifat rasional, empiris, dan sistematis adalah cara ilmiah untuk melakukan metode penelitian. Pernyataan lain dari Sugiyono (2017) bahwa "metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan". Menurut pernyataan Sugiyono di atas, maka dapat dikatakan bahwa semua data yang diperoleh di lapangan dan semua data dikumpulkan baik itu secara random ataupun dengan cara menganalisa untuk memperoleh hasil yang valid disebut metode penelitian.

Pendapat Indrawan (2014) tentang metode penelitian mengatakan bahwa “metode survey yang sering digunakan oleh peneliti pemula salah satunya adalah metode penelitian kuantitatif”. Menurut Sugiyono (2016), “unit analisis adalah satuan yang diteliti yang berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa social seperti misalnya aktivitas individu atau sekelompok sebagai subjek penelitian”. Penelitian ini menggunakan responden yang telah menggunakan produk/jasa yang disediakan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan untuk mencari atau mendapatkan data yang pasti adalah melalui survey dan penelitian ini juga akan menggunakan metode penelitian kuantitatif

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai alat pengukuran. Menurut (Singgih, 2012) skala likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban yang peneliti gunakan dalam skala likert penelitian ini yaitu sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Siyoto & Sodik, (2015:67) mengatakan bahwa: “Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah dianjurkan.” Peneliti akan menganalisa data yang sudah diperoleh melalui survey lapangan dengan menggunakan SPSS (Statistical Package For Social Science). SPSS yang akan digunakan adalah SPSS Versi 25.0. Semua ini akan dilakukan oleh penulis untuk mempercepat perhitungan. Berdasarkan skala pengukuran yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Berikut skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti: (1) Uji Validitas Instrumen (2) Uji Reliabilitas (3) Uji Asumsi Klasik (4) Uji Normalitas (5) Uji Heteroskedastisitas (6) Analisis Kuantitatif (7) Uji t (8) Uji f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dengan cara menyebar kuesioner secara online (Google Form) kepada tamu yang pernah berkunjung ke Restoran Nom Nom Nom. Penyebaran kuesioner ini berlangsung selama kurang lebih 3 (tiga) hari. Selama (tiga) hari, penulis mendapatkan 100 responden yang mengisi kuesioner. Berdasarkan data yang terhitung pada populasi:

- a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- b. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia Responden
- c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan responden.

Berdasarkan indikator dari variabel Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Tamu di Restoran Nom Nom Nom tersebut dibuat pertanyaan-pertanyaan yang kemudian akan dijelaskan hasil dari tanggapan responden dalam bentuk diagram. Hasil dari pertanyaan sebagai berikut:

- ✓ Sangat Setuju (SS) = 5
- ✓ Setuju (S) = 4
- ✓ Cukup Setuju (CS) = 3
- ✓ Tidak Setuju (TS) = 2
- ✓ Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Dari variabel Kualitas pelayanan memiliki 5 indikator terdiri dari 3 butir pertanyaan dari masing-masing indikator yang akan dijabarkan hasil dari tanggapan responden dalam bentuk tabel, yaitu:

Responsive (Daya Tanggap)

Dari hasil rekapitulasi dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan responsive adalah sangat setuju, dimana sebanyak 65% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa responden menilai responsive sangat setuju. Kondisi ini terlihat dari kemampuan dalam memberikan daya tanggap.

Assurance (Jaminan)

Dari hasil rekapitulasi dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan assurance

adalah sangat setuju, dimana sebanyak 58% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa bahwa responden menilai assurance sangat setuju. Kondisi ini terlihat dari jaminan yang diberikan Restoran Nom Nom Nom.

Empaty (Perhatian)

Dari hasil rekapitulasi dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan empathy adalah sangat setuju, dimana sebanyak 62% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa bahwa responden menilai empathy sangat setuju. Kondisi ini terlihat dari empati yang diberikan Restoran Nom Nom Nom untuk para tamu.

Reability (Keandalan)

Dari hasil rekapitulasi dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan reliability adalah sangat setuju, dimana sebanyak 69% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa bahwa responden menilai reliability cukup baik. Kondisi ini terlihat dari indikator diatas.

Tangible (Kemampuan Fisik)

Dari hasil rekapitulasi dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan tangible adalah sangat setuju, dimana sebanyak 59% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa bahwa responden menilai tangible sangat setuju. Kondisi ini terlihat dari kemampuan fisik yang dimiliki Restoran Nom Nom Nom untuk para tamu.

Uji validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar mampu mengukur apa yang diinginkan. Pada tes uji validitas, penulis akan mengukur ke-valida-an kuesioner yang disebar. Jika pernyataan kuesioner mampu menjelaskan dan menjabarkan sesuatu yang dapat diukur, maka dapat dikatakan valid. Pengujian validitas menggunakan analisis item yang penyelesaiannya dibantu menggunakan Program SPSS Versi 25.0. Uji validitas membandingkan r-hitung dan r-tabel dengan menggunakan rumus koefisien korelasi yang dikemukakan Pearson, dengan kriteria sebagai berikut :

- ✓ Jika r hitung > r-tabel maka pernyataan dapat dikatakan sah (valid)

- ✓ Jika r hitung < rtabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak sah (invalid).

Sedangkan untuk mendapatkan rtabel dilakukan dengan tabel r production moment yaitu menentukan alpha (α) = 0,05 kemudian n (sampel) = 100 orang, sehingga didapat nilai rtabel sebesar 0,2540.

Table 1. uji validitas

No	R hitung	R tabel	Ket.
1	1	0,2540	valid
2	.477	0,2540	valid
3	.285	0,2540	valid
4	.312	0,2540	valid
5	.396	0,2540	valid
6	.372	0,2540	valid
7	.278	0,2540	valid
8	.442	0,2540	valid
9	.268	0,2540	valid
10	.322	0,2540	valid
11	.375	0,2540	valid
12	.270	0,2540	valid
13	.352	0,2540	valid
14	.258	0,2540	valid
15	.327	0,2540	valid
16	.384	0,2540	valid
17	.287	0,2540	valid
18	.287	0,2540	valid

Berdasarkan table 4.23 di atas, dapat disimpulkan bahwa 15 instrumen Kualitas pelayanan (X) dinyatakan sah (valid), karena semua rhitung > rtabel sehingga semua pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian, dan 3 instrumen peningkatan jumlah tamu (Y) dapat dinyatakan sah (valid), karena rhitung > rtabel sehingga semua pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui konsistensi pernyataan. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Uji reliabilitas memiliki pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Uji reliabilitas

penelitian ini menggunakan Alpha Cornbach's dimana hasil perhitungannya sebagai berikut :

- ✓ Alpha > rtabel = konsisten
- ✓ Alpha < rtabel = tidak konsisten

Uji reliabilitas terhadap kualitas pelayanan (X) dengan sampel kecil 15 orang menghasilkan Cronbach's Alpha 0,920 yang menunjukkan bahwa diperoleh hasil r hitung > rtabel, yaitu $0,920 > 0,2540$. Hal ini berarti alat instrumen yang digunakan adalah reliabel. Jika dilihat pada kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya $r = 0,920$ maka memiliki tingkat reliabel sangat tinggi.

Untuk uji reabilitas peningkatan jumlah tamu (Y) diperoleh Cronbach's Alpha sebesar .701 yang berarti hasil r hitung > r-tabel, yaitu $0,701 > 0,2540$. Hal ini berarti alat instrumen yang digunakan adalah reliabel. Jika dilihat pada kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya $r = 0,701$ maka memiliki tingkat reliabel sangat tinggi.

Analisis regresi linear sederhana

Coefficients ^a						
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
	Model B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	2.523	1.370		1.841	.069
	kualitas pelayanan	.157	.020	.624	7.905	.000

Berdasarkan hasil dari coefficients di atas, didapatkan kesimpulan konstanta (a) adalah 2,523. Sedangkan nilai dari Kualitas pelayanan (koefisien regresi) adalah 0,157 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Peningkatan jumlah tamu (Y)} = \text{Konstant (a)} + \text{Koefisien Regresi (Bx)} = 2,523 + 0,157x$$

1. Konstanta sebesar 2,523 artinya jika Kualitas pelayanan tidak ada maka Peningkatan jumlah tamu sebesar 2,523.
2. Koefisien Regresi (x) sebesar 0,157 artinya setiap peningkatan dari kualitas pelayanan sebesar 0,157. Dan sebaliknya, setiap terjadi penurunan kualitas pelayanan, akan menurunkan jumlah tamu sebesar 0,157. Tanda (+) menunjukkan arah hubungan yang searah sedangkan tanda (-)

menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antar variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)

3. Berdasarkan nilai signifikansi, dari table coefficientsa diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap peningkatan jumlah tamu (Y).

Pengajuan hipotesis

Untuk menguji apakah analisis kualitas pelayanan terhadap Peningkatan jumlah tamu signifikan baik secara bersama-sama (simultan) maupun secara parsial (individual), dilakukan uji signifikansi. Pengujian dimulai dari pengujian simultan, dan apabila hasil pengujian signifikan dilanjutkan dengan uji parsial.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui signifikansi berpengaruh variabel- variabel bebas secara simultan dengan menggunakan Program SPSS Versi 25.0 adalah sebagai berikut:

Tabel pengujian hipotesis stimulant

	Sum of Model Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	70.771	1	70.771	62.489	.000 ^b
	Residual	110.989	98	1.133		
	Total	181.760	99			

Berdasarkan table 4.30 di atas, didapat F-hitung sebesar 62,489 dengan nilai F-table sebesar 3,94, yang berarti F-hitung > F-table ($62,489 > 3,94$) dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap peningkatan jumlah tamu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terkait. Pengujian ini dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel, jika nilai t-hitung

> t-tabel dan nilai sig, < 0,05 maka H0 diterima, dan sebaliknya jika t hitung < t-tabel dan sig. lebih besar dari 0,05 maka H1 ditolak.

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	2,523	1,370		1,841	,069
	kualitas pelayanan	,157	,020	,624	7,905	,000

Hasil uji t di atas dapat disimpulkan bahwa pada Kualitas pelayanan seperti pada table 4.31 diperoleh t-hitung sebesar 7,905 dengan t-tabel sebesar 1,984 yang berarti nilai t-hitung > t-tabel (7,905 > 1,984) dan nilai Sig. < 0,05. Dengan demikian H0 diterima dan H1 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan pada kualitas pelayanan (X) terhadap peningkatan jumlah tamu (Y).

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pengunjung atas pelayanan yang mereka terima/ peroleh. Penilaian pengunjung terhadap pelayanan dari pramusaji di restoran Nom Nom Nom dapat di peroleh secara langsung dari pengunjung. Pramusaji yang mendapatkan penilaian dari pengunjung disebut juga sebagai produsen jasa karena memberikan sistem pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang diberikan dalam batasan yang standar dan dapat dipertanggung jawabkan untuk memberikan kepuasan kepada pengunjung. Harapan restoran dalam memberikan pelayanan yang berkualitas akan secara langsung mendapatkan dan memberikan dorongan yang baik kepada pengunjung restoran untuk selalu menjadi pelanggan tetap.

Berdasarkan dari pengujian hipotesis pertama, bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Peningkatan jumlah tamu. Dari hasil pengujian hipotesis pertama yang dilakukan dengan menggunakan uji reabilitas yang mana menentukan valid atau tidaknya suatu kusioner. Hasil yang diperoleh dari Uji Validitas Variable (X) antara Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Tamu diperoleh hasil yaitu

rhitung > rtable yaitu 0,710 > 0,2540. Hal ini membuktikan bahwa instrument yang digunakan reliable, selanjutnya hasil yang diperoleh dari uji validitas variabel (Y) yaitu rhitung > rtable yaitu 0,710 > 0,2540. Hal ini membuktikan bahwa instrument yang digunakan juga reliable, Peneliti juga melakukan pengujian dengan menggunakan analisis kuantitatif dimana dalam pengujian ini terdapat beberapa pengujian. Dari pengujian analisis kuantitatif ini terdapat analisis regresi linier sederhana yang mana membuktikan bahwa konstanta sebesar 2,523 yang artinya jika kualitas pelayanan tidak ada maka tidak ada peningkatan jumlah tamu sebesar 2,523, koefisiensi regresi (x) sebesar 0,157 membuktikan bahwa setiap terjadinya peningkatan kualitas pelayanan akan menentukan peningkatan jumlah tamu sebesar 0,157, begitu pula sebaliknya jika terjadi penurunan kualitas pelayanan maka akan menentukan penurunan terhadap jumlah tamu. Peneliti juga melakukan pengujian hipotesis, dimana pengujian hipotesis terdiri dari uji f dan uji t. Dimana kedua pengujian ini membuktikan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. jadi terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah tamu di Nom Nom Nom Restoran. Dari hasil yang diperoleh, pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi peningkatan jumlah tamu.

KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Tamu di Restoran Nom Nom Nom. Latar belakang masalah kualitas pelayanan yang dapat memberikan pengaruh penting bagi usaha perhotelan, restoran, cafe, karena usaha tersebut merupakan usaha jasa pelayanan yang harus mampu memenuhi layanan yang diharapkan pengunjung dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh para pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Tamu diperoleh skor rata-rata dari pengunjung di Restoran Nom Nom Nom dengan melakukan analisis kuantitatif.

Dengan cara melakukan pengujian hipotesis secara simultan (uji f), dalam pengujian tersebut

peneliti memperoleh hasil berdasarkan nilai f -hitung yang didapatkan sebesar 62,489 dengan nilai F -tabel sebesar 3,94 yang berarti f -hitung $>$ f -tabel (62,489 $>$ 3,94) dan nilai signifikan (sig.) $0,000 <$ $0,05$. Selain uji f , peneliti juga telah melakukan pengujian hipotesis secara parsial (uji t). Pengujian ini memperoleh hasil t -hitung sebesar 7,905 dengan t -tabel sebesar 1,984 yang berarti nilai t -hitung $>$ t -tabel (7,905 $>$ 1,984) dan nilai signifikan (sig.) $<$ $0,05$ dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan pada kualitas pelayanan (X) terhadap peningkatan jumlah tamu (Y). Hal ini membuktikan bahwa 5 Indikator kualitas pelayanan yang meliputi responsive, reability, assurance, empathy, tangible adalah faktor penting untuk meningkatkan jumlah tamu di Restoran Nom Nom Nom.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis mencoba memberikan saran - saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi Restoran Nom Nom Nom. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Restoran Nom Nom Nom harus tetap mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya yang dinilai sudah baik dalam memberikan peningkatan jumlah tamu. Hal tersebut dapat terus meningkatkan Jumlah tamu.
2. Restoran Nom Nom Nom diharapkan dapat menampung segala keluhan dari konsumen mengenai kualitas pelayanannya untuk menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.
3. Sebaiknya Restoran Nom Nom Nom melakukan berbagai promosi karena persaingan di bidang restoran ini semakin meningkat. Promosi ini dapat melalui pemasangan iklan di media massa atau dengan memberikan diskon. Promosi tersebut berguna untuk mempertahankan konsumen yang telah ada dan menjaring konsumen baru.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sangat besar kepada Manajemen Restoran Nom Nom Nom yang telah memberikan banyak masukan, bantuan, dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Harapan penulis agar manajemen Restoran Nom Nom Nom bisa terus mempertahankan kan image yang baiknya di mata pelanggan, dan memperbaiki image

yang buruk agar tetap menjadi yang terbaik bagi pelanggan setianya.

DAFTAR PUSTAKA

- Priansa, Donni Junni. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Hasan, Ali. 2014. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Buku I, Cetakan ke-dua. Penerbit : CAPS, Yogyakarta.
- Heizer, Jay & Barry Render. 2017. Operations Management 12 th Edition. Penerbit: Pearson Education Limited, London
- Indrawan, R. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Surabaya: Refika Aditama.
- Kotler, Philip. and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran JAsa. Jakarta: Salemba Empat.
- Singgih, S. (2012). Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Siyoto, Sandu., & Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). Service, Quality and Satisfaction Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset