EVALUASI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN LESEHAN DI MUARA TEWEH

Liawati
Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muara Teweh
E-mail: liawati.prubatara@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to describe service quality based on the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, as well as to determine the level of customer satisfaction and the relationship between service quality and customer satisfaction at a lesehan restaurant in Muara Teweh. This study used a descriptive qualitative approach with customers of the lesehan restaurant in Muara Teweh as research subjects. The informants consisted of 8 customers selected using purposive sampling because they were considered capable of providing in-depth information based on direct experience. Data were collected through interviews, observations, documentation, and literature study. Data analysis used the Miles and Huberman model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The results showed that service quality at the lesehan restaurant in Muara Teweh was generally quite good in all SERVQUAL dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Customers assessed that cleanliness, facilities, order accuracy, service speed, employee attitude, and attention to customers were adequate. Customer satisfaction was also categorized as fairly good, indicated by expectation fulfillment, intention to revisit, and willingness to recommend to others. The findings indicate that service quality has a close relationship with customer satisfaction, where good service increases customer comfort, trust, and positive experience.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL, Restaurant.

Abstrak

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan berdasarkan dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy serta untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada rumah makan lesehan di Muara Teweh dan keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan subjek penelitian pelanggan rumah makan lesehan di Muara Teweh. Informan penelitian berjumlah 8 orang yang dipilih secara purposive sampling karena dianggap mampu memberikan informasi yang mendalam berdasarkan pengalaman langsung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan pada rumah makan lesehan di Muara Teweh secara umum telah berjalan cukup baik pada seluruh dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pelanggan menilai kebersihan, fasilitas, ketepatan pesanan, kecepatan pelayanan, sikap karyawan, serta perhatian terhadap pelanggan sudah cukup memadai. Tingkat kepuasan pelanggan juga berada pada kategori cukup baik yang ditunjukkan melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik mampu meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan pengalaman positif pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, SERVQUAL, Rumah Makan Lesehan.

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor jasa dalam perekonomian global menunjukkan kontribusi yang semakin signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dunia. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu subsektor jasa yang mengalami pertumbuhan pesat dalam dua dekade terakhir. Peningkatan mobilitas masyarakat serta perubahan gaya hidup mendorong meningkatnya aktivitas konsumsi di luar rumah. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin ketat di antara pelaku usaha kuliner. Persaingan tersebut tidak lagi hanya bertumpu pada kualitas produk, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam konteks pemasaran jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, organisasi jasa perlu memahami pentingnya evaluasi kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Secara teoritis, kualitas pelayanan banyak dijelaskan melalui model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model ini mengemukakan lima dimensi utama yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kelima dimensi tersebut digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Tangible berkaitan dengan bukti fisik seperti fasilitas dan kebersihan. Reliability berhubungan dengan kemampuan memberikan layanan secara akurat dan konsisten. Responsiveness mencerminkan kesigapan dan kecepatan dalam melayani pelanggan. Assurance dan empathy berkaitan dengan rasa percaya serta perhatian personal kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan sebagaimana dijelaskan dalam Expectancy Disconfirmation Theory. Teori ini menyatakan bahwa kepuasan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan sebelum menerima layanan dan kinerja aktual yang dirasakan. Apabila kinerja layanan melebihi harapan, maka pelanggan akan mengalami kepuasan. Sebaliknya, apabila kinerja lebih rendah dari harapan, maka akan muncul ketidakpuasan. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting keberhasilan organisasi. Kepuasan tidak hanya berdampak pada pembelian ulang tetapi juga loyalitas dan rekomendasi. Oleh karena itu, pengukuran kualitas pelayanan menjadi langkah penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Fenomena global menunjukkan bahwa konsumen saat ini semakin kritis dalam menilai pelayanan yang diterima. Akses informasi melalui media sosial dan platform digital membuat pelanggan lebih mudah membandingkan layanan antar usaha. Ulasan pelanggan dapat memengaruhi reputasi usaha secara luas dan cepat. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk menjaga standar pelayanan yang konsisten. Pelayanan yang lambat atau tidak ramah dapat langsung memengaruhi persepsi publik. Dalam jangka panjang, kualitas pelayanan yang buruk dapat menurunkan daya saing usaha. Oleh sebab itu, evaluasi kualitas pelayanan menjadi kebutuhan mendesak dalam industri kuliner.

Dalam perspektif manajemen operasional, kualitas pelayanan dipengaruhi oleh sistem kerja, sumber daya manusia, serta sarana pendukung. Pelatihan karyawan menjadi faktor penting dalam meningkatkan dimensi responsiveness dan assurance. Standar operasional prosedur diperlukan untuk menjaga reliability layanan. Fasilitas fisik dan kebersihan lingkungan usaha berpengaruh pada dimensi tangible. Kemampuan

memahami kebutuhan pelanggan mencerminkan dimensi empathy. Kombinasi kelima dimensi tersebut membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Persepsi inilah yang akhirnya menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Industri rumah makan lesehan sebagai bagian dari usaha kuliner memiliki karakteristik tersendiri. Konsep lesehan menekankan suasana santai dan kebersamaan dengan sistem duduk di lantai. Meskipun bersifat tradisional, pelanggan tetap memiliki harapan tinggi terhadap kualitas pelayanan. Kenyamanan, kebersihan, dan kecepatan pelayanan tetap menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan. Banyak usaha lesehan masih beroperasi secara sederhana tanpa sistem evaluasi pelayanan yang terstruktur. Padahal, tanpa pengukuran yang jelas, sulit untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara objektif. Oleh karena itu, penelitian mengenai evaluasi kualitas pelayanan pada rumah makan lesehan menjadi relevan.

Penelitian terdahulu umumnya menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Namun demikian, hasil penelitian tersebut tidak selalu konsisten pada setiap konteks. Beberapa studi menemukan bahwa responsiveness menjadi faktor paling dominan. Studi lain menunjukkan bahwa tangible atau reliability justru lebih berpengaruh. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya kemungkinan variasi berdasarkan karakteristik objek dan lokasi penelitian. Dengan demikian, penelitian lanjutan pada konteks yang berbeda masih diperlukan. Hal ini penting untuk memperkaya kajian empiris dalam bidang manajemen jasa.

Fenomena khusus dalam penelitian ini berfokus pada rumah makan lesehan di Muara Teweh, Kabupaten Barito Utara, Kalimantan Tengah. Rumah makan lesehan di daerah ini berkembang seiring meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat. Berdasarkan observasi awal, terdapat indikasi keluhan pelanggan terkait beberapa aspek pelayanan. Keluhan tersebut berkaitan dengan waktu tunggu penyajian makanan dan kebersihan area makan. Selain itu, terdapat persepsi bahwa pelayanan belum sepenuhnya konsisten pada jam-jam ramai. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi kesenjangan antara harapan dan kenyataan layanan. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi yang lebih sistematis terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan pra-survei, diperoleh gambaran awal tingkat ketidakpuasan pada beberapa indikator kualitas pelayanan. Data tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1.1
Data Pra-Survei Kepuasan Pelanggan

Indikator	Persentase Tidak Puas (%)
Tangible	40%
Reliability	33%
Responsiveness	47%
Assurance	20%
Empathy	27%

Sumber : Data Diolah, 2025

Data tersebut menunjukkan bahwa dimensi responsiveness memiliki tingkat ketidakpuasan tertinggi. Dimensi tangible juga menunjukkan angka ketidakpuasan yang cukup signifikan. Hal ini mengindikasikan adanya permasalahan pada variabel kualitas pelayanan yang berdampak pada kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. Tingginya persentase ketidakpuasan menunjukkan perlunya evaluasi mendalam. Jika kondisi ini dibiarkan, maka berpotensi menurunkan loyalitas pelanggan.

Permasalahan pada variabel kepuasan pelanggan juga terlihat dari waktu tunggu penyajian makanan yang rata-rata mencapai 25–35 menit pada jam sibuk. Sementara itu, berdasarkan wawancara singkat, pelanggan

mengharapkan waktu tunggu maksimal 15–20 menit. Kesenjangan waktu tersebut berpotensi menimbulkan negative disconfirmation. Selain itu, kebersihan fasilitas seperti tempat cuci tangan dan toilet belum terjaga secara optimal. Hal ini berkaitan dengan dimensi tangible dalam model SERVQUAL. Ketidaksesuaian antara harapan dan realitas pelayanan menjadi indikator rendahnya kepuasan. Dengan demikian, permasalahan variabel Y semakin jelas terlihat.

Permasalahan reliability juga muncul ketika terjadi ketidaksesuaian pesanan pada beberapa pelanggan. Meskipun tidak terjadi setiap saat, kejadian tersebut cukup memengaruhi persepsi profesionalitas layanan. Dalam bisnis jasa, konsistensi menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan. Ketika reliability terganggu, maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. Assurance dan empathy relatif lebih baik, namun tetap perlu dianalisis secara menyeluruh. Evaluasi terhadap seluruh dimensi diperlukan agar diperoleh gambaran komprehensif. Analisis ini akan membantu mengidentifikasi faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian sebelumnya oleh Andini (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji. Namun penelitian tersebut hanya meneliti tiga dimensi SERVQUAL. Prasetyo (2021) menemukan bahwa tangible tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan kafe modern. Sari (2022) menyatakan bahwa responsiveness menjadi variabel paling dominan dalam meningkatkan kepuasan restoran keluarga. Rahman (2023) justru menemukan bahwa empathy menjadi faktor utama dalam konteks rumah makan tradisional. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya inkonsistensi temuan. Kondisi tersebut menimbulkan research gap yang perlu diteliti lebih lanjut.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, hasil yang diperoleh menunjukkan variasi temuan yang cukup beragam. Beberapa penelitian menempatkan dimensi responsiveness sebagai faktor yang paling dominan, sementara penelitian lain justru menemukan bahwa tangible, reliability, atau empathy memiliki pengaruh yang lebih kuat. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh karakteristik objek dan konteks penelitian.

Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada restoran modern yang berlokasi di kota-kota besar. Kajian pada rumah makan dengan konsep tradisional seperti lesehan, khususnya di daerah kabupaten, masih relatif terbatas. Penelitian terdahulu juga umumnya langsung menggunakan pendekatan kuantitatif tanpa didahului dengan pemetaan kondisi awal melalui observasi lapangan secara sistematis. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mempertimbangkan konteks lokal serta kondisi empiris awal agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Evaluasi kualitas pelayanan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial. Perbaikan pada dimensi yang paling lemah akan meningkatkan persepsi positif pelanggan. Dalam jangka panjang, kepuasan pelanggan akan berdampak pada loyalitas dan peningkatan pendapatan. Rumah makan yang mampu menjaga kualitas pelayanan akan lebih kompetitif. Oleh karena

itu, penelitian ini memiliki implikasi praktis yang signifikan. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya literatur manajemen pemasaran jasa.

Secara konseptual, penelitian ini menempatkan kualitas pelayanan sebagai variabel independen yang terdiri dari lima dimensi. Kepuasan pelanggan diposisikan sebagai variabel dependen atau variabel Y. Masing-masing dimensi akan diukur menggunakan indikator yang relevan. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert untuk memperoleh data kuantitatif. Data tersebut akan dianalisis untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan. Hasil analisis diharapkan mampu menjawab permasalahan penelitian. Dengan demikian, model penelitian ini memiliki dasar teoritis yang kuat.

Kepuasan pelanggan sebagai variabel Y diukur melalui indikator kesesuaian harapan, keinginan untuk kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Jika kualitas pelayanan meningkat, maka tingkat kepuasan pelanggan juga diharapkan meningkat. Sebaliknya, penurunan kualitas pelayanan akan berdampak negatif pada kepuasan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui dimensi mana yang paling berpengaruh. Informasi ini akan membantu manajemen menentukan prioritas perbaikan. Penelitian ini akan memberikan gambaran empiris terkait hal tersebut. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai strategis.

Berdasarkan fenomena umum, fenomena khusus, data pra-survei, serta research gap penelitian sebelumnya, terlihat adanya kebutuhan untuk melakukan evaluasi kualitas pelayanan secara komprehensif. Rumah makan lesehan di Muara Teweh menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi pelayanan. Tingkat ketidakpuasan pada beberapa indikator menunjukkan perlunya perbaikan. Evaluasi berbasis model SERVQUAL menjadi pendekatan yang tepat untuk mengukur kualitas pelayanan. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan rekomendasi konkret bagi manajemen. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pengembangan teori. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilaksanakan.

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, maka diperlukan penelitian yang mengkaji secara mendalam hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada rumah makan lesehan. Penelitian ini akan mengevaluasi pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan solusi atas permasalahan yang teridentifikasi. Dengan demikian, penelitian ini dirumuskan dalam judul: "Evaluasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Lesehan di Muara Teweh."

KAJIAN LITERATUR

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan fungsi inti dalam organisasi bisnis yang berkaitan dengan upaya memahami kebutuhan konsumen, menciptakan nilai, serta mencapai tujuan perusahaan. Kotler dan Keller menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran serta memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan melalui penciptaan dan komunikasi nilai yang unggul. Definisi ini menegaskan bahwa pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga mencakup proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan pemasaran secara sistematis.

Dalam praktiknya, manajemen pemasaran juga menekankan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal. Perusahaan perlu memahami perilaku konsumen, kondisi pasar, dan persaingan agar mampu merumuskan strategi yang tepat. Pada usaha rumah makan, manajemen pemasaran berperan dalam menentukan menu, pelayanan, promosi, serta cara mempertahankan pelanggan. Dengan pengelolaan yang baik, manajemen pemasaran dapat meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlangsungan usaha.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh perbandingan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang dirasakan. Jika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, sedangkan pelayanan yang tidak sesuai harapan akan menimbulkan ketidakpuasan.

Pengukuran kualitas pelayanan umumnya menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam usaha rumah makan, dimensi tersebut tercermin melalui kebersihan tempat, ketepatan pesanan, kecepatan pelayanan, sikap sopan karyawan, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha jasa.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa dengan harapan yang dimiliki. Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan terjadi ketika kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Dalam konteks rumah makan, kepuasan dapat dipengaruhi oleh kualitas makanan, pelayanan, harga, suasana, serta kemudahan dalam memperoleh layanan.

Kepuasan pelanggan memiliki dampak penting bagi keberlangsungan usaha karena dapat meningkatkan loyalitas, mendorong pembelian ulang, dan menciptakan rekomendasi positif dari mulut ke mulut. Indikator kepuasan pelanggan umumnya meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan sering digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan manajemen pemasaran dan kualitas pelayanan.

Penelitian Terdahulu

Tinjauan ini bertujuan untuk memetakan posisi penelitian dalam kajian ilmiah yang ada serta mengidentifikasi celah penelitian (*research gap*) yang belum banyak dikaji oleh penelitian sebelumnya.

1. Kapiso, L. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada D'Talaga Restaurant dan Villa's Kotamobagu. Penelitian ini menggunakan model SERVQUAL dengan lima dimensi (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) dan melibatkan 100 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga peningkatan pelayanan menjadi faktor utama dalam mempertahankan pelanggan restoran.

https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/1747
2. Fahluzi, A. M., & Solihati, K. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Raa Cha Suki & BBQ Mall Plaza Atrium. Penelitian kuantitatif dengan 100 responden ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda dengan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/view/846
3. Winata, E. (2023). The Effect of Service Quality, Facilities and Location on Customer Satisfaction at Mutia Garden Medan Restaurant. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan dengan fasilitas dan lokasi restoran. https://journal.adpebi.com/index.php/ijlpg/article/view/546
4. Vitaharsa, L. I. (2023). Analysis of Consumer Satisfaction Influenced by Service Quality, Servicescape and Price Perception in a Restaurant. Penelitian ini menganalisis kepuasan pelanggan restoran yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, lingkungan layanan, dan persepsi harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan restoran. https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/1629
5. Fadhilah, D. R., Muzzamil, F., & Mangundjaya, W. L. (2024). Kualitas Pelayanan sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan Restoran. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. https://www.researchgate.net/publication/380938331

METODE PENELITIAN

Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan pelayanan dan yang merasakan pelayanan pada rumah makan lesehan di Muara Teweh. Subjek penelitian meliputi pemilik atau pengelola rumah makan, karyawan yang memberikan pelayanan kepada pelanggan, serta pelanggan yang pernah menikmati pelayanan di rumah makan tersebut. Pemilihan subjek didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman langsung terkait kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam penelitian kualitatif, informan dipilih berdasarkan relevansi informasi yang dimiliki sehingga mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti (Moleong, 2021). Pendekatan ini umum digunakan dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan pada usaha jasa karena melibatkan penyedia layanan dan pengguna layanan sebagai sumber data utama.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pihak yang berkaitan dengan kegiatan pelayanan di rumah makan lesehan di Muara Teweh, baik dari pihak internal maupun eksternal. Populasi internal meliputi pemilik dan karyawan, sedangkan populasi eksternal meliputi pelanggan yang pernah berkunjung dan menggunakan jasa pelayanan. Populasi tersebut dipilih karena memiliki keterkaitan langsung dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian kualitatif, populasi lebih menekankan pada keterkaitan informan dengan masalah penelitian dibandingkan jumlahnya (Moleong, 2021).

Sampel

Sampel dalam penelitian ini ditentukan berjumlah 8 orang informan yang merupakan

pelanggan rumah makan lesehan di Muara Teweh. Informan dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi secara mendalam mengenai kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman langsung saat menikmati pelayanan di rumah makan tersebut. Pemilihan informan dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa pelanggan yang pernah berkunjung dan menggunakan layanan secara langsung memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap kondisi pelayanan yang diberikan.

Penentuan jumlah informan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan data di lapangan serta mempertimbangkan kedalaman informasi yang ingin diperoleh dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, jumlah informan tidak ditentukan berdasarkan jumlah yang besar, melainkan berdasarkan kecukupan data yang diperoleh untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Dengan demikian, jumlah informan sebanyak delapan orang dinilai telah memadai untuk menggali informasi terkait kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara mendalam.

Sebagaimana dikemukakan oleh Creswell (2019), penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman data (*depth of information*) daripada jumlah responden, sehingga jumlah informan yang terbatas tetap dapat memberikan gambaran yang komprehensif selama data yang diperoleh telah mencapai kecukupan informasi (*data saturation*).

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut antara lain informan yang pernah terlibat langsung dalam proses pelayanan atau pernah merasakan pelayanan di rumah makan lesehan. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh lebih relevan dan sesuai dengan fokus penelitian. Penggunaan *purposive sampling* cukup umum dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti memilih informan yang benar-benar memahami permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2022).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik)

Berdasarkan hasil wawancara dengan delapan informan, kualitas pelayanan pada rumah makan lesehan di Muara Teweh ditinjau dari dimensi tangibles menunjukkan kondisi yang cukup baik. Informan menyampaikan bahwa kebersihan area makan relatif terjaga, peralatan makan terlihat bersih, serta lingkungan rumah makan cukup nyaman digunakan. Karyawan juga dinilai cukup rutin membersihkan meja dan area makan setelah digunakan pelanggan. Selain itu, fasilitas seperti tempat duduk, tempat cuci tangan, pencahayaan, dan area parkir dinilai telah mampu mendukung kenyamanan pelanggan selama berada di rumah makan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kondisi fisik pelayanan telah memberikan kesan yang cukup baik bagi pelanggan. Kerapian area makan dan penampilan karyawan yang bersih dan sopan turut memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Meskipun terdapat beberapa masukan terkait peningkatan fasilitas, secara umum pelanggan menilai bahwa fasilitas yang tersedia telah memenuhi kebutuhan dasar mereka selama menikmati layanan. Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik pelayanan

memiliki peran penting dalam menciptakan kenyamanan pelanggan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, dimensi tangibles berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan karyawan yang menjadi indikator awal dalam menilai kualitas pelayanan. Kondisi fisik yang baik akan meningkatkan persepsi profesionalitas dan kenyamanan pelanggan. Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi tangibles di rumah makan lesehan di Muara Teweh telah berjalan dengan cukup baik dan mendukung pengalaman pelanggan secara positif.

2. Gambaran Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Reliability* (Keandalan)

Berdasarkan hasil wawancara, kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi reliability menunjukkan kondisi yang cukup baik. Informan menyampaikan bahwa pesanan makanan pada umumnya sesuai dengan yang dipesan dan kesalahan pesanan jarang terjadi. Karyawan dinilai cukup teliti dalam mencatat pesanan serta memastikan kembali pesanan pelanggan sebelum diproses. Selain itu, pelanggan juga menilai bahwa pelayanan yang diberikan relatif konsisten pada setiap kunjungan, baik dalam proses pemesanan maupun penyajian makanan.

Konsistensi pelayanan tersebut memberikan rasa nyaman dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap rumah makan. Pelanggan merasa yakin bahwa pelayanan yang diberikan tidak banyak berubah dari waktu ke waktu, sehingga mereka tidak ragu untuk kembali berkunjung. Meskipun pada kondisi ramai waktu pelayanan sedikit lebih lambat, pelanggan masih dapat memaklumi karena kualitas pelayanan secara umum tetap terjaga. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan pelayanan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pelanggan.

Menurut teori SERVQUAL, reliability merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan secara akurat, konsisten, dan dapat diandalkan sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan. Ketepatan pesanan dan konsistensi pelayanan merupakan indikator utama dalam dimensi ini. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi reliability di rumah makan lesehan di Muara Teweh telah berjalan dengan cukup baik dan mampu memenuhi harapan pelanggan.

3. Gambaran Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi responsiveness dinilai cukup baik oleh pelanggan. Informan menyampaikan bahwa karyawan cukup cepat dalam melayani pelanggan, mulai dari mencatat pesanan hingga menyajikan makanan dan minuman. Waktu menunggu dinilai masih dalam batas yang wajar, meskipun pada kondisi ramai terjadi sedikit keterlambatan. Karyawan juga dinilai sigap dalam membantu pelanggan ketika dibutuhkan, seperti memberikan tambahan peralatan makan atau menjelaskan menu.

Respons yang cepat tersebut membuat pelanggan merasa diperhatikan dan dilayani dengan baik. Kecepatan pelayanan dan kesigapan karyawan memberikan

kenyamanan bagi pelanggan selama berada di rumah makan. Pelanggan juga menilai bahwa kecepatan penyajian makanan dan minuman cukup baik sehingga tidak menimbulkan ketidaknyamanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa daya tanggap pelayanan memiliki pengaruh terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Menurut Parasuraman, responsiveness berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Pelayanan yang responsif akan meningkatkan kepuasan pelanggan karena kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dengan segera. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi responsiveness di rumah makan lesehan di Muara Teweh telah berjalan dengan cukup baik dan memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

4. Gambaran Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Assurance* (Jaminan)

Berdasarkan hasil wawancara, kualitas pelayanan pada dimensi assurance dinilai cukup baik oleh pelanggan. Informan menyampaikan bahwa karyawan melayani dengan sikap sopan, ramah, dan menggunakan bahasa yang santun. Pelanggan juga menyatakan merasa aman dan nyaman selama berada di rumah makan karena suasana tempat yang tertib, kebersihan yang terjaga, serta pelayanan yang baik. Kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan juga dinilai cukup memadai.

Sikap sopan santun dan kemampuan karyawan tersebut memberikan rasa percaya kepada pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Pelanggan merasa dihargai dan dilayani dengan baik sehingga meningkatkan kenyamanan selama menikmati layanan. Rasa aman dan nyaman yang dirasakan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman positif selama makan di rumah makan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan pelayanan berperan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Menurut teori SERVQUAL, assurance mencakup pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya dan rasa aman kepada pelanggan. Pelayanan yang mampu memberikan rasa aman dan kepercayaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi assurance di rumah makan lesehan di Muara Teweh telah berjalan dengan cukup baik dan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan.

5. Gambaran Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Empathy* (Empati)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi empathy juga dinilai cukup baik oleh pelanggan. Informan menyampaikan bahwa karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan, bersikap ramah, dan cukup memahami kebutuhan pelanggan selama berada di rumah makan. Karyawan dinilai tidak hanya melayani secara teknis, tetapi juga memperhatikan kondisi pelanggan di area makan.

Perhatian dan keramahan yang diberikan karyawan membuat pelanggan merasa dihargai dan dilayani dengan baik. Pelanggan merasa lebih nyaman karena kebutuhan mereka diperhatikan dan ditanggapi dengan baik. Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan

pelanggan juga menunjukkan adanya kepedulian terhadap pelanggan. Hal ini memberikan pengalaman positif dan meningkatkan kenyamanan pelanggan selama menikmati layanan.

Menurut Parasuraman, empathy merupakan perhatian individual yang diberikan kepada pelanggan, termasuk kepedulian dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang menunjukkan empati akan meningkatkan hubungan emosional antara pelanggan dan penyedia layanan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi empathy di rumah makan lesehan di Muara Teweh telah berjalan dengan cukup baik dan memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan.

6. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelanggan menyatakan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh rumah makan lesehan di Muara Teweh. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas makanan, pelayanan yang ramah, kenyamanan tempat makan, serta harga yang terjangkau. Pelanggan juga menilai bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan mereka sebagai pelanggan.

Selain merasa puas, pelanggan juga menunjukkan minat untuk berkunjung kembali dan bersedia merekomendasikan rumah makan kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman yang dirasakan pelanggan selama menikmati layanan bersifat positif. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari keseluruhan pengalaman yang dirasakan pelanggan selama berada di rumah makan.

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di rumah makan lesehan di Muara Teweh berada pada kategori cukup baik.

7. Keterkaitan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis kualitatif deskriptif, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Informan menyampaikan bahwa kebersihan tempat, ketepatan pesanan, kecepatan pelayanan, sikap karyawan, serta perhatian terhadap pelanggan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa setiap dimensi kualitas pelayanan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki minat untuk berkunjung kembali dan bersedia merekomendasikan rumah makan kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya memengaruhi kepuasan, tetapi juga berdampak pada perilaku pelanggan setelah menerima layanan.

Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan persepsi positif pelanggan dan mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada rumah makan lesehan di Muara Teweh memiliki keterkaitan yang kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada rumah makan lesehan di Muara Teweh, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan pada dimensi tangible (bukti fisik) menunjukkan kondisi yang cukup baik. Kebersihan tempat, kerapian area makan, fasilitas yang tersedia, serta penampilan karyawan dinilai mampu memberikan kenyamanan kepada pelanggan selama menikmati layanan.
2. Kualitas pelayanan pada dimensi reliability (keandalan) menunjukkan kondisi yang cukup baik. Pesanan makanan pada umumnya sesuai dengan yang dipesan, pelayanan relatif konsisten, dan karyawan dinilai cukup teliti dalam melayani pelanggan.
3. Kualitas pelayanan pada dimensi responsiveness (daya tanggap) menunjukkan kondisi yang cukup baik. Karyawan dinilai cukup cepat dalam melayani pelanggan, sigap membantu ketika dibutuhkan, serta mampu menyajikan makanan dan minuman dalam waktu yang masih dapat diterima oleh pelanggan.
4. Kualitas pelayanan pada dimensi assurance (jaminan) menunjukkan kondisi yang cukup baik. Sikap sopan santun karyawan, rasa aman dan nyaman pelanggan, serta kemampuan karyawan dalam melayani dinilai telah mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.
5. Kualitas pelayanan pada dimensi empathy (empati) menunjukkan kondisi yang cukup baik. Karyawan dinilai memberikan perhatian kepada pelanggan, bersikap ramah, serta cukup memahami kebutuhan pelanggan selama proses pelayanan berlangsung.
6. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan berada pada kategori cukup baik. Pelanggan merasa pelayanan telah sesuai dengan harapan, merasa puas selama makan, serta menunjukkan minat untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan rumah makan kepada orang lain.
7. Terdapat keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan. Kualitas pelayanan yang baik juga mendorong minat pelanggan untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak rumah makan disarankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang telah berjalan dengan baik, khususnya dalam menjaga kebersihan, keramahan pelayanan, dan ketepatan pesanan, karena faktor-faktor tersebut menjadi pertimbangan utama bagi pelanggan.
2. Pihak rumah makan disarankan untuk meningkatkan beberapa aspek pelayanan, terutama pada kondisi ramai agar kecepatan pelayanan tetap terjaga, serta mempertimbangkan penambahan fasilitas pendukung yang dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode atau variabel

lain, sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Andini. 2020. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen dan Bisnis.

Aprylia, R. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Kuliner. Jurnal Ilmu Manajemen.

Creswell, John W. 2019. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fadhilah, D. R., Muzzamil, F., dan Mangundjaya, W. L. 2024. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.

Fahluzi, A. M., dan Solihati, K. D. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Farhan, M., Sasmita, E. M., dan Sari, B. 2021. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada Usaha Kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Griffin, Jill. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

Hidayat. 2018. Relationship Marketing dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Pemasaran.

Kapiso, L. 2025. Analisis Kepuasan Pelanggan pada Usaha Rumah Makan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson Education.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Pearson Education.

Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael, dan Saldana, Johnny. 2014. *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Moleong, Lexy J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Oliver, Richard L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.

Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A., dan Berry, Leonard L. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.

Prasetyo. 2021. Analisis Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen.

Pratama dan Sugiyono. 2020. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ekonomi.

Puspita, A. D. 2023. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Usaha Kuliner. *Jurnal Manajemen*.

Rahman. 2023. Analisis Kepuasan Pelanggan pada Usaha Mikro Kuliner. Jurnal Ekonomi.

Rus Pita et al. 2025. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.

Sari dan Widodo. 2019. Kepuasan Konsumen dalam Industri Kuliner. Jurnal Pemasaran.

Sari. 2022. Kepuasan Pelanggan pada Usaha Rumah Makan. Jurnal Manajemen.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Setiawan, M. S. 2023. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Kuliner. *Jurnal Manajemen*.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Vitaharsa, L. I. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Winata, E. 2023. Analisis Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan. *Jurnal Manajemen*.

Zeithaml, Valerie A., Bitner, Mary Jo, dan Gremler, Dwayne D. 2018. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.

Profil Penulis

Liawati, S.E., M.M., Dosen Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh. Jl. Berlian No. 55, Kec. Teweh Tengah, Kalimantan Tengah, 73811
Email: liawati.prubatara@gmail.com