

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan di Lokasi Wisata Kuliner Teluk Lalong Kabupaten Banggai

The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction at Lalong Bay Culinary Tourism Locations, Banggai Regency

¹Nurhidayah Layoo*, ²Sumarni, ³Rini Hadiati
^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Luwuk
(*Email Korespondensi : nhlayoo@gmail.com)

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui variabel-variabel kualitas pelayanan yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di lokasi wisata kuliner Teluk Lalong, Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi, penarikan sampel menggunakan *accidental sampling* terhadap 60 pengunjung yang menikmati kuliner di Teluk Lalong. Data yang terkumpul dianalisis dengan metode regresi linear berganda dan korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun variabel yang paling dominan berpengaruh adalah bukti fisik dan empati. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah para pelaku usaha kuliner di wisata kuliner Teluk Lalong perlu memperhatikan indikator-indikator bukti fisik area penyajian jasa dan sikap empati karyawan dalam proses pelayanan untuk mendorong kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The aim of this study was to determine the dominant service quality variables that affect customer satisfaction at the Teluk Lalong culinary tourism location. Data were collected through questionnaires and documentation, sampling using accidental sampling of 60 visitors who enjoyed culinary delights in Teluk Lalong. The collected data were analyzed using multiple linear regression and correlation methods. The results showed that the variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy had a significant effect on customer satisfaction, but the variables that had the most dominant effect were physical evidence and empathy. The implication of the results of this study is that culinary business actors in Teluk Lalong culinary tourism need to pay attention to indicators of physical evidence in the area of service presentation and employee empathy in the service process to encourage customer satisfaction.

Keyword : Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Teluk Lalong terletak di pusat kota Luwuk Kabupaten Banggai Sulawesi Tengah dengan luas $\pm 850M^2$, Salah satu destinasi wisata Kota Luwuk ini, selain memiliki pemandangan teluk yang sangat indah, di tempat ini juga dibangun Ruang Terbuka Hijau (RTH) dan cafe-cafe yang menyediakan aneka makanan dan minuman sehingga Teluk Lalong menjadi tempat wisata kuliner sekaligus taman bersantai keluarga. Semua cafe menyajikan aneka kuliner berbahan komoditi lokal Kabupaten Banggai. Para pengelolanya seolah berlomba mengutamakan pelayanan yang nyaman dan unik sehingga menciptakan persaingan bisnis yang cukup ketat,

Sebelum covid 19 melanda Kabupaten Banggai, wisata kuliner Teluk lalong ini ramai pengunjung, karena kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman serta tempat berkumpul, dan bersantai dari aktivitas sehari-hari yang padat. Seperti tempat-tempat wisata lainnya di tanah air, wisata kuliner Teluk Lalong pun mengalami dampak penurunan pengunjung, karena pembatasan kegiatan masyarakat, serta pembatasan waktu operasional restoran, warung makan dan café. Seiring dengan semakin menurunnya prevalensi covid, tempat wisata kembali ramai pengunjung. Namun masalah kemudian muncul ketika semakin banyaknya usaha kuliner menawarkan keunikan baru yang ada di Kota Luwuk, serta adanya tempat-tempat wisata lainnya yang semakin tertata baik dan mulai diminati masyarakat Kabupaten Banggai seperti air Terjun Salodik, berkembangnya beberapa agrowisata baru yang dikelola perorangan maupun Badan Usaha Milik Desa.

Untuk memenangkan persaingan bisnis, tentu pelayanan berkualitas kepada pelanggan menjadi utama dalam upaya menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.. kualitas pelayanan yang populer dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry adalah model SERVQUAL (Service Quality) yang terdiri dari lima variabel kualitas pelayanan, yaitu *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Zeithaml, VA., 1990). Banyak penelitian yang mengkonfirmasi bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan industri restoran (Mahato, Surendra., 2020). Termasuk restoran tradisional, kualitas pelayanan memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Chi et al., 2019). Hasil analisis korelasi mendemonstrasikan adanya hubungan yang positif antara kelima variable tersebut dengan kepuasan pelanggan dan hasil analisis regresi memperlihatkan adanya pengaruh yang positif signifikan dari semua variable terhadap kepuasan pelanggan kecuali *responsiveness* berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan (Monther, Wessam., Mahadevan, 2019), Penelitian lain mengungkap *assurance* dan *empathy*, *price* dan *reliability* berpengaruh signifikan sedangkan *responsiveness* dan *tangibility* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran (Razak, 2020).

Usaha kuliner dapat dikatakan bukan bisnis jasa murni, tapi campuran antara jasa dan produk. Hasil penelitian menunjukkan kualitas jasa berpengaruh pada kepuasan pelanggan sedangkan kualitas produk tidak secara langsung berpengaruh pada kepuasan pelanggan, kualitas jasa terdiri dari kesejukan ruangan saat pelanggan makan dan ucapan salam dari karyawan ketika pelanggan meninggalkan restoran ((Kristiawan et al., 2021). Sebaliknya penelitian lain menemukan bahwa dimensi kualitas produk lebih kuat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan daripada kualitas pelayanan pada produk makanan (D et al., 2021). Ada pula yang menemukan bahwa selama pandemic covid 19, kualitas hasil pelayanan lebih kuat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dari pada kualitas proses pelayanan restoran (Pan & Ha, 2021).

Adanya *research gap*, fakta pandemi covid 19 dan semakin banyaknya pesaing, maka peneliti tertarik untuk meneliti kuliner Teluk Lalong karena tempat ini merupakan salah satu destinasi wisata kuliner paling favorit di Luwuk kabupaten Banggai sebelum pandemic Covid 19.. Hasil penelitian ini dapat membantu para pelaku usaha kuliner dalam mengidentifikasi strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas jasa mereka selama pandemic covid 19. Selain itu hingga saat ini belum ada penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan RTH Teluk Lalong, maka penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan agar dapat diketahui variabel layanan manakah yang berpengaruh dominan yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha mengacu pada model SERVQUAL yang mampu memuaskan pelanggan, sehingga pada gilirannya lokasi ini

tetap merupakan ikon kota Luwuk yang ramai pengunjung.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di wisata kuliner Teluk Lalong Kota Luwuk Kabupaten Banggai. waktu penelitian berlangsung selama 3 (tiga) bulan yang dimulai dari bulan November 2021 sampai dengan Januari 2022. Sampel sebanyak 60 pengunjung di Wisata Kuliner Teluk Lalong, mengacu pada pendapat Roscoe (Sugiyono, 2013) bahwa jumlah sampel 30 sampai dengan 500 orang termasuk ukuran sampel yang layak dalam penelitian. Metode pengumpulan data adalah, Kuesioner, dan Dokumentasi, Pengukuran variabel digunakan metode *Likerts Summated Ratings (LSR)*. Dengan alternatif pilihan 1 sampai 5 jawaban pertanyaan.

Uji validitas digunakan untuk mengukur data yang telah didapat penelitian yang merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner. Menurut Sugiyono 2010 Jika instrument itu valid, maka kriteria yang digunakan atau batas

minimum suatu instrument / angket atau bahan tes dinyatakan valid atau dianggap memenuhi syarat jika nilai koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan dan menunjukkan konsistensi dari jawaban responden pada kuesioner. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,60.

Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Ketepatan regresi

sampai dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *goodness of fit*-nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien korelasi, koefisien determinasi (r^2), nilai statistik F dan nilai t.

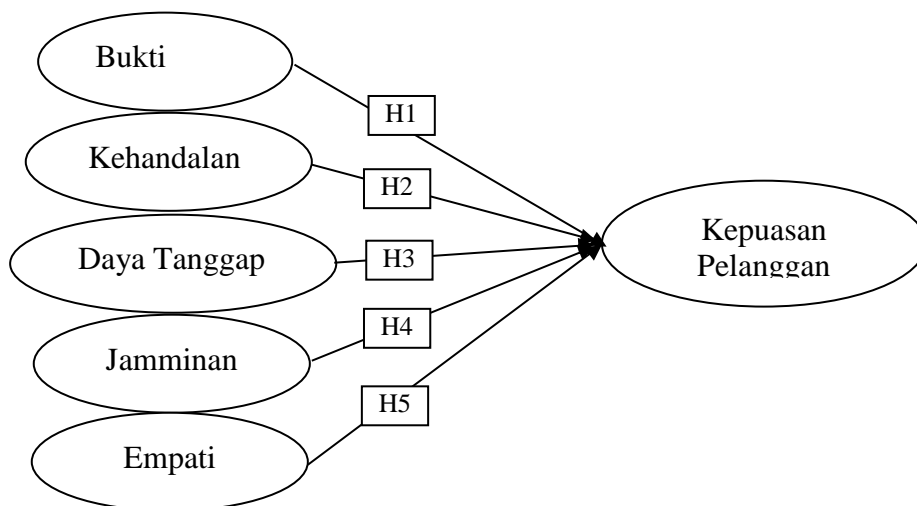
Koefisien Korelasi adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengukur lemah kuatnya hubungan antara 2 variabel. Variabel ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Perhitungan korelasi sederhana menggunakan koefisien korelasi.:

Koefisien determinasi (r^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin besar r^2 (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut karena variabel independen secara keseluruhan mampu menjelaskan variabel dependen.

Uji F (Simultan), digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji dilaksanakan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Uji t (parsial) digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Hipotesis

Diduga variable bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, variabel asuransi, dan variabel empati, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kuliner Teluk Lalong, namun variabel bukti fisik dan empati yang dominan berpengaruh.



Gambar 1. Model penelitian

HASIL

Karakteristik responden merupakan ciri atau spesifikasi yang dimiliki responden. Adapun karakteristik ini bertujuan untuk menggambarkan profil responden penelitian yang berkunjung dan menikmati layanan di

Wisata Kuliner Teluk Lalong, karakteristik ini dapat menjadi acuan *segmentation, targeting dan positioning* pasar bagi usaha di lokasi tersebut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

No	Kualifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Umur Responden		
	17 s/d 22	32	53,33
	23 s/d 28	13	21,67
	29 s/d 34	4	6,67
	35 s/d 40	4	6,67
	41 s/d 46	5	8,33
	53 s/d 58	2	3,33
2	Jenis Kelamin		
	Laki – laki	23	38,33
	Perempuan	37	61,67
3	Pekerjaan		
	Pelajar	12	20,00
	Mahasiswa	29	48,33
	PNS	6	10,00
	Wiraswasta	6	10,00
	IRT	5	8,33
	DII.	2	3,33
4	Frekuensi Kunjungan		
	Dua kali perbulan	14	23,33
	Lebih dari dua kali perbulan	12	20,00
	satu kali perbulan	12	20,00
Tidak menentu	22	36,67	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa lebih dari separuh dari jumlah responden berumur 17 s/d 22 tahun, dan mereka berjenis kelamin perempuan. Memang faktanya tempat wisata kuliner Teluk Lalong sangat ideal bagi anak muda karena memiliki banyak spot foto selfie, harga makanan dan minuman yang terjangkau, adanya ruang terbuka hijau untuk olahraga, juga gazebo yang nyaman untuk bersantai dan berdiskusi. Kenyataannya perempuan yang lebih suka foto selfi dan berkumpul di Wisata Teluk Lalong bersama teman-teman, keluarga dan menikmati waktu luang pada sore hari, ketika dimasa pandemic Covid jam operasioanl tempat hiburan termasuk café di Kota Luwuk dibatasi hanya sampai sore hari.

Berdasarkan frekuensi kunjungan bahwa responden yang berkunjung dua kali perbulan sebanyak 14 responden (23,33%),

yang berkunjung lebih dari dua kali perbulan sebanyak 12 responden (20,00%), hal ini menunjukkan bahwa wisata kuliner Teluk Lalong menjadi destinasi wisata akhir pekan bagi masyarakat kabupaten Banggai, khususnya daerah Luwuk. Selain itu responden yang berkunjung kurang dari dua kali perbulan sebanyak 12 responden (20,00%), dan tidak menentu seperti setahun sekali kunjungan sebanyak 22 responden (36,67%) dikarenakan masyarakat dari luar daerah yang datang ke Luwuk dalam rangka silaturahmi dengan keluarga maupun keperluan bisnis.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil pengujian validitas dan realibilitas untuk masing – masing variabel yang diringkas pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

No	Variabel	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
		<i>Pearson Correlation</i>	Ket.	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	Ket.
1.	Bukti Fisik (X ₁):				
	- P1	0,773	Valid	0.784	Reliabel
	- P2	0.744	Valid	0.763	Reliabel
	- P3	0.709	Valid	0.784	Reliabel
2.	Kehandalan (X ₂):				
	- P1	0.830	Valid	0.782	Reliabel
	- P2	0.768	Valid	0.822	Reliabel
	- P3	0.861	Valid	0.778	Reliabel
3.	Daya Tanggap (X ₃):				
	- P1	0.830	Valid	0.773	Reliabel
	- P2	0.736	Valid	0.829	Reliabel
	- P3	0.868	Valid	0.767	Reliabel
4.	Jaminan (X ₄):				
	- P1	0.793	Valid	0.788	Reliabel
	- P2	0.791	Valid	0.778	Reliabel
	- P3	0.822	Valid	0.775	Reliabel
	- P4	0.876	Valid	0.780	Reliabel
5.	Empati (X ₅):				
	- P1	0.566	Valid	0.759	Reliabel
	- P2	0.519	Valid	0.770	Reliabel
	- P3	0.739	Valid	0.705	Reliabel
	- P4	0.835	Valid	0.679	Reliabel
6.	Kepuasan (Y):				
	- P1	0.784	Valid	0.752	Reliabel
	- P2	0.721	Valid	0.762	Reliabel
	- P3	0.800	Valid	0.743	Reliabel
	- P4	0.685	Valid	0.762	Reliabel

- P5	0.715	Valid	0.764	Reliabel
- P6	0.791	Valid	0.757	Reliabel

Sumber: Data Olahan Statistik, 2019

Pada tabel diatas terlihat bahwa semua variabel didalam penelitian adalah valid, nilai r hitung > 0.30.. Sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang

cukup besar yaitu di atas 0.60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing – masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi berganda disajikan berikut ini.

Tabel 3. Output Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.377	.264		1.428	.159
Bukti Fisik	.231	.067	.262	3.445	.001
Keandalan	.136	.056	.175	2.418	.019
Daya Tanggap	.198	.067	.240	2.936	.005
Jaminan	.181	.068	.243	2.663	.010
Empati	.214	.060	.262	3.573	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Apabila dimasukkan dalam persamaan regresi akan diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0.377 + 0.231 X_1 + 0.136 X_2 + 0.198 X_3 + 0.181 X_4 + 0.214 X_5 + e$$

Bukti Fisik merupakan salah satu bagian yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel Bukti Fisik mempunyai pengaruh positif, karena diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,231 yang berarti bahwa jika bukti fisik ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi bahwa faktor lain adalah konstan, dimana uji-t menunjukkan t-hitung = 3.575 > t-tabel = 2.015, yang berarti bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata kuliner Teluk Lalong. Hipotesis terbukti.

Keandalan (merupakan salah satu bagian yang mempengaruhi kepuasan

pelanggan, hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel kehandalan (X₂) mempunyai pengaruh positif, karena diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,136 yang berarti bahwa kehandalan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 13,6%. Dengan kata lain jika kehandalan pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi bahwa faktor lain adalah konstan, dimana uji-t menunjukkan t-hitung = 2.086 > t-tabel = 2.015, yang berarti bahwa variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata kuliner Teluk Lalong, Hipotesis terbukti.

Daya tanggap (X₃) merupakan salah satu bagian yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (X₃) mempunyai pengaruh positif, karena diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,170 yang berarti bahwa kehandalan memberikan pengaruh

positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 17,0%. Dengan kata lain jika daya tanggap ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi bahwa faktor lain adalah konstan, dimana uji-t menunjukkan $t\text{-hitung} = 2.438 > t\text{-tabel} = 2.015$, yang berarti bahwa variabel daya tanggap (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada wisata kuliner Teluk Lalong.

Jaminan merupakan salah satu bagian yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel jaminan mempunyai pengaruh positif, karena diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,182 yang berarti bahwa kehandalan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 18,2%. Dengan kata lain jika jaminan ditingkatkan 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat 18,2% dengan asumsi bahwa faktor lain adalah konstan., dimana uji-t menunjukkan $t\text{-hitung} = 2.669 > t\text{-tabel} = 2.015$, yang berarti bahwa variabel jaminan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan wisata kuliner Teluk Lalong. Hipotesis terbukti.

Sedangkan Empati mempunyai pengaruh positif, nilai koefisien regresi sebesar 0,277 yang berarti semakin karyawan berempati kepada pelanggan maka kepuasan pelanggan makin meningkat dengan asumsi bahwa faktor lain adalah konstan, dimana uji-t menunjukkan $t\text{-hitung} = 3.603 > t\text{-tabel} = 2.015$, yang berarti bahwa variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata kuliner Teluk Lalong. Hipotesis terbukti.

Dari hasil uji ANOVA (*Analysis of Variant*) didapatkan F-hitung sebesar 44.659 dengan tingkat signifikan adalah 0,000. Ini berarti bahwa probabilitas lebih kecil dari 0,05. Atau $F\text{-hitung} = 44.659 > F\text{-tabel} = 2.43$ artinya secara simultan variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata kuliner Teluk Lalong.

Tabel 4. Hasil Analisis ANOVA

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.674	5	2.535	44.659	.000 ^a
	Residual	3.065	54	.057		
	Total	15.739	59			

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Analisis Koefisien Korelasi (R) dan determinasi (r^2)

Hasil olah data menunjukkan bahwa koefisien korelasi berganda R adalah sebesar 0.897 atau 89.7%, ini berarti bahwa korelasi atau hubungan kelima variabel yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah hubungan sangat kuat. Besarnya koefisien

determinasi atau *adjust R square* atau r^2 adalah sebesar 78,7%. (lihat tabel 5) Ini berarti bahwa sebesar 78,7% dari kelima variabel bebas yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memberikan kontribusi pada naik turunnya nilai kepuasan pelanggan pada wisata kuliner Teluk Lalong, sedangkan sisanya (21,3%) merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y), akan

tetapi tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, misalnya harga, kualitas produk dan promosi.

Tabel 5. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 ^a	.805	.787	.23824

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan

PEMBAHASAN

Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Bukti fisik merupakan faktor yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji statistik, variabel bukti fisik memberikan pengaruh paling dominan dibanding variabel lainnya. Hal ini didukung oleh lebih separuh dari jumlah responden menyatakan setuju jika fasilitas Wisata Kuliner Teluk Lalong, memiliki perlengkapan bersih dan dalam keadaan baik seperti meja, kursi, toilet, desain bangunan baik dari segi tampilan, cat bangunan, penataan bangunan dan taman yang tertata rapi, area parkir yang aman dan luas. Didukung lingkungan sekitarnya yang hijau dan asri. Pemeliharaan fasilitas sangat dijaga dan diperhatikan oleh pengelola ditandai dengan adanya petugas kebersihan yang setiap hari melakukan aktivitas pembersihan di area wisata kuliner Teluk Lalong. Responden juga menyatakan setuju jika karyawan wisata kuliner Teluk Lalong berpenampilan bersih, rapi, sopan serta memperhatikan protocol kesehatan yakni memakai masker dan atau face cup.

Dalam dunia pemasaran, bukti fisik (physical evidence) merupakan salah satu elemen bauran pemasaran jasa (7P) yang sangat berarti selain people, process, product, price, place dan promotion. Inilah yang membedakan pemasaran jasa dibanding pemasaran barang, apalagi produk makanan dan minuman yang langsung konsumsi, konsumen sangat mempertimbangkan bukti fisik. Pada Masa Pandemi Covid 19 bukti fisik sangat

diperhatikan demi keamanan pelanggan yakni tersedianya air, tempat cuci tangan, sabun, tissue, hand sanitizer, serta penataan kursi yang menjaga jarak aman sesuai protocol kesehatan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Akan tetapi berbeda dengan Razak yang menemukan bahwa bukti fisik (tangibility) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran (Razak, 2020)

Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan

Kehandalan merupakan salah satu faktor yang dapat yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis statistik, variabel kehandalan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fakta ini didukung oleh ungkapan sebagian besar responden bahwa setuju jika karyawan diwisata kuliner Teluk Lalong memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, atau karyawan memberikan pelayanan yang cepat sehingga responden tidak terlalu lama dalam menunggu menu yang dipesan. Meskipun ada juga responden yang menjawab tidak setuju (20%) karena responden merasa menu yang dipesan terlalu lama hal ini terjadi karena keterbatasan karyawan yang tidak sebanding dengan jumlah pelanggan yang banyak sehingga tidak dapat memenuhi semua keinginan responden yang ada. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, pengelola mestinya mengantisipasi kendala ini dengan menambah karyawan. Kehandalan layanan terungkap dari hampir separuh dari responden menyatakan jika karyawan wisata

kuliner Teluk Lalong memberikan pelayanan yang akurat, selalu mengutamakan keperluan responden sehingga responden bisa merasa nyaman dan puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan penegasan bahwa kehandalan adalah suatu indikator pelayanan yang harus dicapai oleh manajemen, yang mana kehandalan tersebut sudah diterapkan dengan baik sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan..

Daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan

Daya tanggap merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari hasil statistik, variabel daya tanggap memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini Terungkap dalam wawancara bahwa responden kurang setuju jika karyawan wisata kuliner Teluk Lalong ketika dibutuhkan sesuatu selalu memiliki waktu luang untuk membantu pelanggan, karyawan wisata kuliner Teluk Lalong memberikan pelayanan dengan tanggap kepada pelanggan, Bahwa responden merasa puas dengan pelayanan yang cepat dan tanggap sehingga responden merasa dihargai dan dilayani dengan penuh keikhlasan.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan penegasan bahwa variabel daya tanggap sebagai suatu indikator pelayanan yang perlu dicapai oleh manajemen, yang mana bentuk daya tanggap tersebut sudah diterapkan dengan baik sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Hal ini sejalan dengan banyak penelitian sebelumnya. namun berbeda dengan penelitian Monther et al, bahwa daya tanggap (responsiveness) berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan (Monther, Wessam., Mahadevan, 2019). Dan Razak yang menemukan daya tanggap (responsiveness) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran (Razak, 2020)

Jaminan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dijelaskan bahwa responden Setuju jika karyawan wisata kuliner Teluk Lalong memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan, sehingga pelanggan tidak ragu untuk memesan makanan yang diinginkan.

Responden Setuju jika karyawan wisata kuliner Teluk Lalong mampu menjelaskan isi menu yang tersedia, sehingga responden dapat memutuskan apa yang harus dipesan. Disamping itu karyawan wisata kuliner Teluk Lalong selalu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan atas semua kebutuhan pelanggan yang ada di wisata kuliner Teluk Lalong. Dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden setuju jika karyawan wisata kuliner Teluk Lalong dapat dipercaya dalam menyajikan makanan yang dipesan karena pelanggan percaya bahwa semua makanan yang disajikan oleh karyawan bersih dan layak untuk di makan. Pada masa pandemic covid 19, tentu variabel jaminan ini termasuk pengelola usaha kuliner harus bisa menjamin pelanggan agar terhindar dari keterpaparan virus dengan penyajian makanan dan minuman yang higienis dan pelayan yang menjaga protocol kesehatan saat menyajikan pesanan pelanggan misalnya dengan menggunakan kaos tangan, masker atau face cup, pelayan sering mencuci tangan yang disaksikan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan penegasan bahwa jaminan merupakan dimensi kualitas pelayanan yang penting dalam bisnis jasa kuliner, yang mana bentuk indikator pelayanan tersebut sudah diterapkan dengan baik oleh pelaku usaha kuliner Teluk Lalong sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima.

Empati terhadap kepuasan pelanggan

Empati merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari hasil statistik variabel empati memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel ini termasuk yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan. Dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden Setuju jika karyawan wisata kuliner Teluk Lalong memberikan kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan karena responden merasa masih dengan mudah melakukan hubungan (komunikasi) dengan karyawan dan pengelola wisata kuliner Teluk Lalong. karyawan wisata kuliner Teluk Lalong selalu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan, sehingga responden merasa nyaman karena karyawan selalu berbicara baik dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Responden menyatakan karyawan wisata kuliner Teluk Lalong memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, karena

karyawan selalu berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan responden, selalu ramah dalam melayani responden, menghargai responden, dan memberikan perhatian secara individual dari pengelola wisata kuliner Teluk Lalong. Meskipun demikian ada beberapa responden yang merasa tidak puas, karena kurangnya karyawan dan banyaknya responden sehingga karyawan atau pengelola tidak dapat memberikan perhatian secara individual / pribadi kepada setiap pelanggan yang berkunjung. Responden Setuju jika karyawan memahami kebutuhan pelanggan, hal ini terlihat pada jawaban responden yang menjawab setuju bahwa karyawan selalu memahami setiap kebutuhan pelanggan di wisata kuliner Teluk Lalong.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan penegasan bahwa variabel empati adalah suatu bentuk indikator pelayanan sangat berarti bagi pelanggan dan perlu diimplementasikan oleh pihak pengelola usaha dimana sikap empati karyawan tersebut sudah cukup dirasakan pelanggan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima.

Secara simultan variable-variable kualitas pelayanan yang mengacu pada model SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata kuliner Teluk Lalong. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan industri restoran (Mahato, Surendra., 2020). Pada restoran tradisionalpun kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Chi et al., 2019). Hasil analisis korelasi mendemonstrasikan adanya hubungan yang positif antara kelima variable tersebut terhadap kepuasan pelanggan dan hasil analisis regresi memperlihatkan adanya pengaruh yang positif signifikan dari semua variable terhadap kepuasan pelanggan (Monther, Wessam., Mahadevan, 2019). Penelitian lain mengungkap *assurance* dan *empathy*, dan *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran (Razak, 2020)

KESIMPULAN

Hasil penelitian menegaskan bahwa pada masa covid 19, variabel Bukti Fisik, kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan empati tetap berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan wisata kuliner Teluk Lalong di Kota Luwuk Kabupaten Banggai . Variabel yang paling dominan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di wisata kuliner Teluk Lalong adalah empati.

SARAN

1. Sebaiknya pengelola wisata kuliner Teluk Lalong terus melakukan perbaikan kualitas pelayannya, karena hal tersebut sangat penting agar konsumen selalu merasa puas dengan pelayanan yang diterima.
2. Sebaiknya pengelola wisata kuliner Teluk Lalong terus melakukan perbaikan terutama untuk variabel *reliability* atau kehandalan karena dalam penelitian ini variabel tersebut mempunyai pengaruh yang paling rendah diantara variabel yang lainnya dan juga respon dari keluhan pelanggan untuk diperhatikan agar pelanggan bisa loyal dan merasa puas atas pelayanan yang diterima.
3. Sebaiknya pengelola wisata kuliner Teluk Lalong terus meningkatkan variabel empati karena dalam penelitian ini variabel ini yang berpengaruh paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan sehingga pengelola harus lebih memerhatikan masalah ini sehingga pelanggan selalu merasa puas dan loyal pada usaha yang kita kelola.

DAFTAR PUSTAKA

- Chi, H. K., Huang, K. C., & Nguyen, B. D. T. (2019). Service quality and customer satisfaction in restaurant industry in Vietnam - A comparison between meta-analysis and empirical study. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 8(5), 28–36.
- D, M. V. P., Thangalakshmi, C., & Asok, A. (2021). *Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Food Products- A Study (A Study Done At Thoothukudi District of Tamil Nadu State , India)*. 10(5), 26–35. <https://doi.org/10.35629/7722-1005032635>

- Kristiawan, Y., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2021). Customer Satisfaction: Service Quality or Product Quality (Case Study at Fast Food Restaurant in Jabodetabek). *Binus Business Review*, 12(2), 165–176. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6672>
- Mahato, Surendra., G. J. (2020). Service quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Nepalese Restaurant Industry. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(12), 1255–1261.
- Monther, Wessam., Mahadevan, A. (2019). The impact of service quality on customer satisfaction : A study of Arab Restaurants in Malaysia. *International Journal of Accounting & Business Management*, 7(1), 103–120.
- Pan, H., & Ha, H. Y. (2021). Service quality and satisfaction in the context of varying levels of restaurant image and customer orientation during the covid-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 13(17). <https://doi.org/10.3390/su13179694>
- Razak, N. A. (2020). *Service Quality And Customer Satisfaction In Restaurant Industry Using Partial Least Square*. 218–225. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.20>
- Zeithaml, VA., A. P. and L. L. B. (1990). *Delivering Quality Service*. The Free Press.