

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOKBEN

Oleh:

<sup>1</sup>Ferdy Andika, <sup>2</sup>Susi Satiawati, <sup>3</sup>Tri Winarto

<sup>1,2,3</sup>Politeknik LP3I Jakarta

Jl. Kramat Raya No.7-9 4, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Email: aferdy179@gmail.com<sup>1</sup>, susiset@gmail.com<sup>2</sup>, triwinarto@gmail.com<sup>3</sup>

---

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction at HokBen fast food restaurant. A quantitative method was employed with data collection through questionnaires distributed to 30 HokBen customers. The results of linear regression analysis show a positive and significant effect of service quality on customer satisfaction with a correlation coefficient (R) of 0.732 and a coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.536. This indicates that service quality explains 53.6% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 46.4% is influenced by other factors not examined in this study. The F test yielded an F value of 32.363 with a significance level of  $p < 0.001$ , proving that the regression model can be used to predict customer satisfaction. Regression coefficient analysis shows a constant value of -2.550 and a service quality variable coefficient of 1.070 ( $t = 5.689$ ;  $p < 0.001$ ), which means that each unit increase in service quality will increase customer satisfaction by 1.070. This study concludes that HokBen management needs to focus on improving service quality as a key strategy to enhance customer satisfaction.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Hokben

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji HokBen. Metode kuantitatif digunakan dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 30 responden yang merupakan pelanggan HokBen. Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,732 dan nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,536. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 53,6%, sedangkan 46,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 32,363 dengan tingkat signifikansi  $p < 0,001$ , membuktikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan. Analisis koefisien regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar -2,550 dan koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 1,070 ( $t = 5,689$ ;  $p < 0,001$ ), yang berarti setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 1,070. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen HokBen perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Hokben

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat di Indonesia, industri restoran cepat saji menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan demi mempertahankan eksistensi dan loyalitas pelanggan. HokBen, sebagai salah satu pionir restoran cepat saji Jepang yang telah beroperasi sejak tahun 1985 di Indonesia, juga tidak terlepas dari tantangan ini. Di tengah maraknya berbagai pilihan kuliner, keberhasilan HokBen dalam mempertahankan posisinya di pasar tidak dapat dipisahkan dari upaya mereka dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi faktor krusial yang mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Menurut Zeithaml et al. (2018), kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen tentang keunggulan keseluruhan entitas pelayanan yang diberikan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan ini akan mempengaruhi tingkat kepuasan mereka, yang pada gilirannya dapat berdampak pada loyalitas dan frekuensi kunjungan ke restoran tersebut.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam industri jasa makanan. Namun, dalam konteks HokBen yang memiliki karakteristik unik dengan mengusung konsep Japanese fast food yang disesuaikan dengan selera Indonesia, menjadi penting untuk meneliti lebih spesifik bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ini.

### Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran HokBen.
2. Mengidentifikasi elemen-elemen kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan HokBen.
3. Merumuskan rekomendasi strategis bagi manajemen HokBen dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### Manfaat Penelitian

1. Bagi Manajemen HokBen:
  - a. Menyediakan data empiris tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,536.
  - b. Memberikan informasi bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 1,070 unit (berdasarkan koefisien regresi).
  - c. Membantu dalam pengambilan keputusan strategis untuk alokasi sumber daya dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan.
2. Bagi Industri Restoran:
  - a. Menyoroti pentingnya investasi dalam peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
  - b. Memberikan gambaran tentang standar kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen dalam industri restoran cepat saji saat ini.
3. Bagi Konsumen:
  1. Meningkatkan kesadaran konsumen akan hak mereka untuk mendapatkan pelayanan berkualitas.

2. Berpotensi meningkatkan pengalaman bersantap konsumen melalui perbaikan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak restoran berdasarkan hasil penelitian.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Menurut Ardhana (2010:31) dalam Danny D.S.Mukuan, Dkk (2024:44) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen dan dapat juga diartikan sebagai alat ukur untuk melihat tingkat kepuasan tamu atau konsumen.

Menurut Wijaya (2011:152) dalam Danny D.S.Mukuan, Dkk (2024:44) Kualitas pelayanan juga bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Kasmir (2017:47) dalam Heni Nastiti, Dkk (2021:1271) kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Richard L. Oliver dalam Tjiptono & Diana (2018:16) dalam Heni Nastiti, Dkk (2021:1270) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:353) dalam Rio Putra (2021:517) "kepuasan atau satisfaction: berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup banyak, memadai) dan "facio" (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Zephan (2018) dalam Ririn Ulfianih Muslimah (2023:257) kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan sebelum konsumsi dan realisasi setelah konsumsi produk atau jasa.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori (explanatory research) yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada restoran HokBen. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif sebagai metode utama dengan didukung pendekatan kualitatif sebagai metode pendukung (mixed method dengan model sequential explanatory design).

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan mixed method dengan strategi eksplanatoris sekuensial, di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif terlebih dahulu, kemudian diikuti dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif. Tujuannya adalah untuk menggunakan hasil kualitatif untuk membantu menjelaskan dan menginterpretasikan hasil kuantitatif.

**Pendekatan Kuantitatif**

Pada pendekatan kuantitatif, penelitian ini menggunakan metode survei dengan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan HokBen. Berdasarkan output SPSS yang disajikan, penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

**Populasi**

Menurut Sugiyono dalam penelitian Tyas Furi Handayani (2019:36) "Populasi adalah suatu wilayah yang diringkas terdiri dari benda atau subjek yang mempunyai jumlah tertentu yang ditentukan oleh ahlinya untuk diteliti dan kemudian digunakan untuk membuat rangkuman." Populasi yang tercakup dalam penelitian ini meliputi konsumen HokBen di seluruh cabang."

**Sampel**

Sampel merupakan unit atau individu yang dipilih sebagai representasi dari populasi yang dipilih untuk ditunjukkan kepada seluruh masyarakat. Pemeriksaan ini menggunakan metode sampel jenuh. Sampel jenuh adalah prosedur pemeriksaan ketika semua individu dari masyarakat digunakan sebagai pengujian. Sampel jenuh atau sensus adalah istilah yang digunakan ketika seluruh populasi menjadi sampel dalam penelitian, biasanya dilakukan ketika jumlah populasi relatif kecil (Sugiyono dalam Rimas Cahyo Saputro 2023:23). Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen HokBen yang berjumlah 30 responden.

**Operasional Variabel**

Tabel 1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan ( X )	Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (199) 1. Kehandalan (Realibility) 2. Daya Tanggap (Responsiveness) 3. Jaminan (Assurance)	Likert
Kepuasan Pelanggan ( Y )	Menurut purno Edwin Setyo (2017) 1. Terpenuhi harapan pelanggan 2. Selalu menggunakan produk 3. Merekomendasikan ke orang lain	Likert

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada produk Hokben.

**1. Profil Responden**

Tabel 1. Profil Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	19	63%
Wanita	11	37%
Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
<17 th	2	7%
17-24th	19	63%
25-35th	5	17%
<36	4	13%

Sebagian besar responden adalah pelanggan berusia 17-24 tahun yang merupakan kelompok usia pelajar dan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa Burger King menjadi pilihan utama bagi generasi muda yang menginginkan makanan cepat saji dengan kualitas rasa yang baik. Selain itu, mayoritas responden merupakan pelanggan tetap yang pernah lebih dari dua kali mengunjungi Hokben dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan Hokben memiliki tingkat kualitas yang cukup tinggi terhadap produk dan kepuasan yang diberikan.

## 2. Hasil Model Summary

Tabel 2. Hasil Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	Df1	Df2	Sig F Change
1	.732 <sup>a</sup>	.536	.520	2.638	.538	32.363	1	28	<.001

a. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan

### Koefisien Korelasi dan Determinasi

1. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,732 menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di HokBen. d
2. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,536 menunjukkan bahwa 53,6% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan 46,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.
3. Adjusted R Square sebesar 0,520 menunjukkan nilai yang sudah disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel.

## 3. Hasil Uji Anova<sup>a</sup>

Tabel 3 Hasil Uji Anova<sup>a</sup>

Model	ANOVA <sup>a</sup>					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	225.268	1	225.269	32.363	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	194.898	28	6.961		
	Total	420.167	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

### Hasil Uji F (ANOVA<sup>a</sup>)

1. Nilai F hitung sebesar 32,363 dengan tingkat signifikansi  $p < 0,001$  (lebih kecil dari 0,05) menunjukkan bahwa model regresi ini layak dan dapat diandalkan.
2. Hasil ini menegaskan bahwa variabel kualitas pelayanan secara signifikan dapat memprediksi kepuasan pelanggan HokBen.

#### 4. Hasil Coefficients<sup>a</sup>

Tabel 4 Hasil Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-2.550	4.896		.521	.607
	Kualitas_Produk	1.070	.188	.732	5.689	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

#### Uji T (Koefisien Regresi)

1. Persamaan regresi yang terbentuk adalah: Kepuasan Pelanggan = -2,550 + 1,070 (Kualitas Pelayanan)  
Nilai konstanta sebesar -2,550 dengan t hitung -0,521 dan nilai signifikansi 0,607 (> 0,05) menunjukkan bahwa konstanta tidak berpengaruh signifikan.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 1,070 dengan t hitung 5,689 dan nilai signifikansi  $p < 0,001$  menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Nilai Beta terstandarisasi sebesar 0,732 menunjukkan pengaruh yang kuat dari kualitas pelayanan.

#### PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di HokBen. Beberapa implikasi penting dari temuan ini adalah:

1. Kekuatan Hubungan : Nilai korelasi 0,732 mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan HokBen, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
2. Kontribusi Signifikan : Dengan nilai R Square 53,6%, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan HokBen. Hal ini menegaskan pentingnya aspek pelayanan dalam industri restoran cepat saji seperti HokBen.
3. Makna Koefisien Regresi : Koefisien regresi sebesar 1,070 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 1,070 satuan. Ini memperkuat argumen bahwa investasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada kepuasan pelanggan.
4. Implikasi Manajerial : Bagi manajemen HokBen, temuan ini menunjukkan pentingnya untuk terus meningkatkan aspek-aspek pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks industri restoran cepat saji. HokBen perlu mempertahankan dan

terusmeningkatkan kualitas pelayanannya sebagai strategi untuk menjaga loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif di pasarnya.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada HokBen, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan HokBen. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,732 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut.
2. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,536, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan HokBen sebesar 53,6%, sedangkan sisanya sebesar 46,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\text{Kepuasan Pelanggan} = -2,550 + 1,070 (\text{Kualitas Pelayanan})$ , yang berarti setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 1,070 satuan.
4. Hasil uji F dengan nilai F hitung sebesar 32,363 dan tingkat signifikansi  $p < 0,001$  membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat diandalkan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen HokBen adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kualitas Pelayanan : Mengingat kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, HokBen perlu terus meningkatkan aspek-aspek pelayanan seperti keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles).
2. Program Pelatihan Karyawan : HokBen sebaiknya mengadakan program pelatihan berkala bagi karyawan frontliner untuk meningkatkan kemampuan pelayanan, terutama dalam hal kecepatan, keramahan, dan kemampuan menangani keluhan pelanggan.
3. Evaluasi Standar Pelayanan : Melakukan evaluasi rutin terhadap standar operasional prosedur (SOP) pelayanan yang diterapkan dan melakukan penyesuaian sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan yang terus berkembang.
4. Sistem Penghargaan : Menerapkan sistem reward bagi karyawan yang memberikan pelayanan terbaik untuk meningkatkan motivasi dalam memberikan pelayanan berkualitas kepada pelanggan.
5. Penelitian Lanjutan : Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, harga, dan citra merek, mengingat masih ada 46,4% variasi kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh faktor lain di luar kualitas pelayanan.
6. Pengembangan Program Loyalitas : Merancang dan mengimplementasikan program loyalitas yang menarik untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada sambil terus menarik pelanggan baru.

7. Diversifikasi Instrumen Pengukuran : Mengembangkan instrumen pengukuran yang lebih komprehensif untuk menilai kepuasan pelanggan, tidak hanya dari aspek pelayanan tetapi juga dari aspek lainnya yang relevan dengan industri restoran cepat saji.

## DAFTAR PUSTAKA

- Danny D.S Mukuan, Yunita M. sumual, J. A. F. Kalangi. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos. *Jurnal Productivity, Politeknik Universitas Sam Ratulangi Manado*, Vol. 2 No. 1, (2021).
- Heni Nastiti, Mahira, Prasetyo Hadi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Jurnal Korelasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*.
- Nika Sintesa, Tri Bulan, Yunita Indriany. (2025). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Travel Umroh di PT Ventura Semesta Wisata Depok. *Jurnal Lentera Bisnis. Politeknik LP3I Jakarta*, Vol, 14 No. 2 (2025)
- Rio Putra (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang*.
- Ririn Ulfianih Muslimah, Gilang Pratama Hafidz (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Universitas Esa Unggul Jakarta*. vol, 7 No. 1 (2023).
- Setyo, Purnomo Edwin. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1 (6). 755-764.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.