



JURNAL  
LEMURU

JURNAL LEMURU

Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan Indonesia

<https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/lemuru/>

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN SEAFOOD XYZ KOTA SAMARINDA

Yoaclin Fergiany Devedruna Siga<sup>1\*</sup>, Oon Darmansyah<sup>1</sup>, Heru Susilo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman  
Jalan Gn. Tabut, Kec. Samarinda Ulu, Samarinda, Kalimantan Timur, 75242

\*E-mail korespondensi: [\\*darman5578@gmail.com](mailto:darman5578@gmail.com), [yoaclinfergiandy25@gmail.com](mailto:yoaclinfergiandy25@gmail.com)

### ABSTRAK

Rumah makan merupakan usaha yang menyediakan makanan dan minuman di lokasi tetap dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam melaksanakan kegiatan bisnis, kepuasan pelanggan merupakan aspek krusial karena menunjukkan seberapa besar keselarasan antara ekspektasi pelanggan dan mutu produk serta layanan yang diberikan. Semakin baik keselarasan, semakin besar tingkat kepuasan yang dirasakan. Studi ini memiliki tujuan guna mengevaluasi seberapa tinggi kepuasan yang diterima oleh pelanggan di Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda serta menilai seberapa memuaskan tingkat layanan yang diberikan kepada konsumen di rumah makan tersebut. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah *Accidental Sampling* yang dilanjutkan dengan teknik *Purposive Sampling*. Hasil dari studi ini menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan mengenai kualitas layanan di Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda yang diukur dalam lima aspek (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*). Berdasarkan pengukuran kelima aspek tersebut terdapat gap skor. Dimensi *tangible* menunjukkan rata-rata sebesar 3,83 dengan gap skor 0,34, dimensi *reliability* menunjukkan rata-rata sebesar 3,87 dengan gap skor 0,32, dimensi *responsiveness* menunjukkan rata-rata sebesar 3,78 dengan gap skor 0,34, dimensi *assurance* menunjukkan rata-rata sebesar 3,83 dengan gap skor 0,36, dimensi *emphaty* menunjukkan rata-rata sebesar 3,76 dengan gap skor 0,32 dengan hasil keseluruhan gap skor yang didapat sebesar 1,68 sehingga hasil penilaian terhadap kepuasan konsumen terhadap kualitas Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda mendapatkan hasil sangat puas dengan rata-rata gap skor 0,33.

**Kata kunci:** *Rumah Makan; Konsumen; Pelayanan*

## ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION LEVELS TOWARD THE SERVICE QUALITY OF XYZ SEAFOOD RESTAURANT IN SAMARINDA

### ABSTRACT

*A restaurant is a business entity that provides food and beverage services at a fixed location with the primary objective of generating profit. In the restaurant industry Customer satisfaction is a crucial factor as it reflects the degree to which the standard of goods and services meets customer expectations. The closer the match is between what customers anticipate and the services they actually receive, the greater the customer satisfaction level will be. This study aims to analyze the level of customer satisfaction and evaluate the service quality provided by Seafood XYZ Restaurant in Samarinda. This research employed an accidental sampling method combined with a purposive sampling technique. Customer satisfaction was assessed using the SERVQUAL approach, The study*

identified five dimensions of service quality: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The results showed that all five dimensions had positive gap scores. The tangibles dimension received an average score of 3.83 with a gap score of 0.34, while reliability achieved a score of 3.87 and a gap score of 0.32. Responsiveness had an average score of 3.78, resulting in a gap score of 0.34, assurance also scored 3.83 with a gap score of 0.36, and empathy scored 3.76, leading to a gap score of 0.32. The cumulative gap score for all dimensions totaled 1.68, with an average gap score of 0.33 overall. These findings suggest that customers generally viewed the service quality at Seafood XYZ Restaurant in Samarinda positively, as the respondents indicated a high level of satisfaction

**Keywords:** restaurant; customer satisfaction; service quality

## PENDAHULUAN

Kota Samarinda merupakan satu diantara daerah-daerah di Provinsi Kalimantan Timur (Kaltim) memiliki luas area sebesar 783 km<sup>2</sup>. Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2025 Kota Samarinda merupakan kota yang mempunyai jumlah penduduk terbanyak, yaitu sebanyak 831.460 jiwa (21,83%). Samarinda bukan hanya menjadi tempat inti penyelenggaraan birokrasi di Kaltim, sektor perdagangan adalah area bisnis yang paling banyak membutuhkan karyawan. Pemerintah Kota Samarinda mengidentifikasi sektor perdagangan, perhotelan, dan restoran sebagai salah satu bidang utama dalam pemerintahan kota (BPS Kota Samarinda, 2025).

Di Indonesia, tempat makan dikenal dengan sebutan restoran. Istilah restoran adalah istilah pinjaman yang berasal dari bahasa Perancis dan telah diserap kedalam bahasa Inggris; "restaurant" berasal dari kata "restaurer" yang berarti "mengembalikan" (Utami, 2013). Rumah makan Seafood XYZ di Kota Samarinda merupakan salah satu diantara usaha olahan kuliner perikanan yang terdapat di Kota Samarinda yang berdiri sejak

tahun 2020. Usaha ini buka setiap hari mulai pukul 10.00-22.00 WITA. Rumah makan tersebut menyediakan variasi makanan seafood yaitu lobster, kepiting, udang, cumi, ikan dan kerang dengan harga yang ditawarkan bervariasi. Dalam kegiatan usahanya rumah makan ini selain memperhatikan kualitas bahan baku juga selalu melakukan review untuk kepuasan konsumen yang dilakukan agar dapat melihat kualitas pelayanan pada rumah makan tersebut secara langsung maupun secara online dengan memanfaatkan berbagai media sosial.

Kepuasan pelanggan merujuk pada situasi dimana ekspektasi pelanggan terhadap suatu barang sesuai dengan pengalaman yang mereka dapatkan. Apabila produk tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, sedangkan jika produk tersebut sesuai harapan, pelanggan akan merasa senang. Terutama terkait dengan kualitas produk, penilaian akan dianggap memuaskan jika produk mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pendapat mereka tentang produk

pada rumah makan tersebut (Besse, 2022). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif atau negatif yang dialami seseorang terhadap suatu produk setelah mereka membandingkan kinerja produk itu dengan ekspektasinya (Kotler, 2005).

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan di rumah makan *seafood* XYZ serta kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan tersebut. Dalam penelitian yang saya lakukan terdapat hasil *gap score* dari lima dimensi yang menjadi acuan untuk penelitian ini. Dimensi *tangibles* dengan nilai *gap score* 0,34 yang berarti bahwa kualitas pelayanan berada dalam kategori sangat baik, dimensi *reliability* menunjukkan nilai *gap score* 0,32 yang menandakan konsumen juga sangat puas dengan tingkat layanan yang disediakan oleh rumah makan *seafood* XYZ Samarinda, dimensi *responsiveness* dengan nilai *gap score* 0,34 yang berarti konsumen juga sangat puas dengan memberikan respon yang lebih aktif dalam segala bentuk pelayanan terhadap konsumen, dimensi *assurance* dengan nilai *gap score* 0,37 artinya pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan yang diterima. dalam bentuk keamanan dan tingkat kehalalan dari makanan yang tersedia di rumah makan *seafood* XYZ Samarinda, dimensi *emphaty* dengan nilai *gap score* 0,32 menunjukkan bahwa pelanggan juga merasa sangat puas dengan layanan yang tersedia melalui cara berkomunikasi.

## METODE PENELITIAN

### 1. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada sebuah usaha Rumah Makan *Seafood* XYZ di Kota Samarinda, yang dimana penelitian ini dilaksanakan dari September 2025 s/d Mei 2026.

### 2. Metode Pengumpulan Sampel

Untuk mengidentifikasi responden yang kebetulan bertemu dengan peneliti di rumah makan *seafood* XYZ di kota Samarinda, metode pengambilan sampel secara *accidental sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dengan teknik *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling, sampling* tak terduga memiliki informasi yang akurat (Supramono dan Haryanto, 2005). *Purposive sampling*, juga dikenal sebagai sampel bertujuan, cara ini digunakan untuk mengambil sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Secara kebetulan, setiap orang yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika dianggap sesuai sebagai sumber data (Martono, 2010).

### 3. Metode Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan metode analisis kepuasan konsumen. Konsep pengukuran kepuasan pelanggan terhadap mutu layanan di rumah makan *seafood* XYZ di Kota Samarinda menggunakan skala *likert*. Skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap suatu hal.

## HASIL

Rumah Makan *Seafood XYZ* di Samarinda adalah subjek penelitian yang digunakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah makan tersebut. Hasil penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Karakteristik Konsumen Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda

No	Kategori	Sub Kategori	Jumlah		
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	14		
		Perempuan	16		
2	Usia	20-29 tahun	8		
		30-39 tahun	9		
		40-49 tahun	7		
		>50 tahun	6		
		SMA/SMU	16		
3	Pendidikan Terakhir	Perguruan Tinggi	14		
		Pegawai Negeri/ABRI	2		
4	Pekerjaan	Pegawai Swasta	5		
		Wiraswasta	14		
		Lain-Lain	9		
		< Rp. 1.500.000	1		
		Rp. 1.500.000-Rp. 2.000.000	2		
5	Pendapatan/bulan	Rp. 2.000.000-Rp. 2.500.000	7		
		Rp. 2.500.000-Rp. 3.000.000	6		
		> Rp. 3.000.000	11		
		Lain-Lain	3		
		6	Frekuensi ke Rumah Makan <i>Seafood XYZ</i> Samarinda dalam 1 bulan	2 – 5 kali	22
				> 5 kali	8

### b. Kepuasan Konsumen pada Dimensi *Tangible*

Hasil analisis tingkat kepuasan konsumen pada dimensi *tangible* dihitung dengan cara nilai rata-rata kinerja dikurangi

### a. Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen dapat dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan dan frekuensi kunjungan.

nilai rata-rata harapan konsumen di Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda. Data karakteristik kepuasan konsumen dimensi *tangible* disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Kepuasan Konsumen Dimensi *Tangible*

No.	Pertanyaan	Pertanyaan		Pertanyaan		Gap Score
		Total skor	Rata-Rata	Total skor	Rata-Rata	
1.	Apakah anda setuju bahwa gedung bangunan RM <i>Seafood XYZ</i> Samarinda menarik?	125	4,17	114	3,80	0,37
2.	Apakah anda setuju bahwa peralatan makan yang dimiliki RM <i>Seafood XYZ</i>	123	4,10	113	3,77	0,33

	Samarinda lengkap?					
3.	Apakah anda setuju bahwa tersedia berbagai pilihan menu makanan di RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> ?	129	4,30	121	4,03	0,27
4.	Apakah anda setuju bahwa fasilitas (toilet, parkir, <i>westafel</i> , meja, dll) di RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> bersih dan dalam keadaan baik?	122	4,07	111	3,70	0,37
<b>Rata-rata</b>		<b>4.16</b>		<b>3.83</b>		

Tabel 2. menunjukkan hasil perhitungan pada nilai rata-rata skor harapan yang diperoleh adalah 4,16, yang masuk dalam kategori setuju, yang artinya tingkat kinerja meliputi fasilitas, perlengkapan, pegawai dari Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* dapat diterima oleh konsumen. Skor dari harapan rata-rata sebesar 3,83 berada pada kategori setuju, artinya bahwa

harapan konsumen dalam Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* juga dapat di terima oleh konsumen.

### c. Kepuasan Konsumen pada Dimensi *Reliability*

Dimensi *reliability* (kehandalan) meliputi kemampuan memberikan pelayanan, sajian dengan segera dan memuaskan untuk konsumen dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen.

Tabel 3. Kepuasan Konsumen Dimensi *Reliability*

No.	Pertanyaan	Kinerja		Harapan		Gap Score
		Total skor	Rata-Rata	Total skor	Rata-Rata	
1.	Apakah anda setuju bahwa karyawan RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> melayani pesanan konsumen dengan segera?	126	4,20	113	3,77	0,43
2.	Apakah anda setuju dengan cita rasa makanan di RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> yang nikmat dan disajikan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan?	126	4,20	113	4,30	0,43
3.	Apakah anda setuju bahwa petugas kasir teliti dalam menghitung tagihan atas menu yang dipesan konsumen?	124	4,13	117	3,90	0,23
4.	Apakah anda setuju bahwa petugas kasir teliti dalam menghitung uang kembalian yang harus diberi ke konsumen ?	124	4,13	116	3,87	0,27

5.	Apakah anda setuju bahwa karyawan di RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> memiliki kemampuan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen tentang menu makanan yang ada ?	129	4,30	121	4,03	0,27
<b>Rata-rata</b>		<b>4.19</b>		<b>3.87</b>		
<b>Gap Score</b>						<b>0.32</b>

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa nilai perhitungan pada skor kinerja menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,19 yang tergolong dalam kategori setuju, artinya tingkat kinerja yang termasuk kemampuan untuk memberikan layanan, hidangan dengan cepat dan memuaskan dari Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* dapat diterima oleh konsumen. Skor harapan rata-rata sebesar 3,87 berada pada kategori setuju, artinya bahwa harapan konsumen dalam memenuhi kepuasan Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* dapat diterima.

d. Kepuasan Konsumen pada Dimensi Responsiveness

Hasil analisis tingkat kepuasan konsumen pada dimensi responsiveness diperoleh dari pengurangan nilai rata-rata kinerja dengan nilai rata-rata harapan konsumen di Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda*.

Tabel 4. menunjukan nilai perhitungan pada skor kinerja diperoleh nilai rata-rata mencapai 4,12 yang termasuk dalam kategori setuju, artinya tingkat kinerja yang memiliki kemampuan memberikan pelayanan, sajian dengan tanggap dari Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* dapat diterima oleh konsumen.

Tabel 4. Kepuasan Konsumen Dimensi Responsiveness

No	Pertanyaan	Kinerja		Harapan		Gap Score
		Total Skor	Rata-rata	Total Skor	Rata-rata	
1.	Apakah anda setuju bahwa ada keinginan karyawan RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> untuk membantu konsumen yang tidak paham dengan menu yang ada ?	127	4,23	114	3,80	0,43
2.	Apakah anda setuju karyawan RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> tanggap terhadap konsumen yang ingin memesan menu tambahan ?	119	3,97	110	3,67	0,30

3.	Apakah anda setuju pada kemampuan karyawan RM <i>Seafood</i> XYZ Samarinda memberikan informasi tentang menu secara tepat kepada konsumen ?	127	4,23	116	3,87	0,37
4.	Apakah anda setuju pada karyawan RM <i>Seafood</i> XYZ Samarinda selalu berusaha dalam menghadirkan menu pesanan konsumen dengan segera ?	124	4,13	113	3,77	0,37

Skor harapan rata-rata sebesar 3,78 yang berada pada kategori setuju, artinya bahwa harapan konsumen dalam memenuhi kepuasan Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda dapat diterima.

e. Kepuasan Konsumen pada Dimensi Assurance

Dimensi assurance (Jaminan) meliputi sejumlah keterampilan, adab, dan karakter yang dapat diandalkan yang dimiliki oleh para pegawai untuk memastikan bahwa pelanggan tidak terpapar pada bahaya, risiko, atau ketidakpastian dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen.

Tabel 5. Kepuasan Konsumen Dimensi Assurance

No	Pertanyaan	Harapan		Kinerja		Gap Score
		Total skor	Rata-rata	Total Skor	Rata-rata	
1.	Apakah anda setuju bahwa barang bawaan konsumen selama berada di RM <i>Seafood</i> XYZ Samarinda aman ?	129	4,30	118	3,93	0,37
2.	Apakah anda setuju bahwa makanan yang disajikan pihak RM <i>Seafood</i> XYZ Samarinda dijamin kebersihannya ?	126	4,20	111	3,70	0,50
3.	Apakah anda setuju bahwa karyawan bersikap sopan saat melayani konsumen ?	126	4,20	118	3,93	0,27
4.	Apakah anda setuju bahwa anda merasa aman dan nyaman selama di RM <i>Seafood</i> XYZ Samarinda ?	123	4,10	113	3,77	0,33

5.	Apakah anda setuju bahwa karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang menu makanan yang ada di RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> ?	119	3,97	109	3,63	0,33
6.	Apakah anda setuju bahwa kesehatan makanan yang tersedia memiliki kualitas kesehatan yang baik ?	130	4,33	118	3,83	0,50

Tabel 5. menunjukkan nilai pada skor kinerja diperoleh rata-rata sebesar 4,20 berada pada kategori setuju, yang artinya tingkat kinerja mencakup berbagai kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan agar konsumen merasa bebas dari bahaya, resiko atau keraguan dapat diterima oleh konsumen. Skor harapan rata-rata sebesar 3,83 berada

pada kategori setuju, artinya bahwa harapan konsumen dalam memenuhi kepuasan Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* dapat diterima.

f. Kepuasan Konsumen pada Dimensi Emphaty  
Dimensi *emphaty* (Jaminan) meliputi kemudahan, perhatian, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen dalam memenuhi kepuasan konsumen.

No	Pertanyaan	Harapan		Kinerja		Gap Score
		Total skor	Rata-rata	Total Skor	Rata-rata	
1	Apakah anda setuju bahwa karyawan di RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> memberikan perhatian yang tulus selama melayani konsumen ?	120	4,00	112	3,73	0,27
2	Apakah anda setuju bahwa konsumen mudah untuk menyampaikan kritik atas pelayanan dari RM <i>Seafood XYZ Samarinda</i> ?	126	4,20	112	3,73	0,47
3	Apakah anda setuju bahwa karyawan menggunakan bahasa yang mudah dipahami saat berkomunikasi dengan konsumen ?	122	4,07	115	3,83	0,23

4	Apakah anda setuju bahwa karyawan tidak membedakan konsumen di dalam pelayanannya ?	122	4,07	111	3,70	0,37
---	---	-----	------	-----	------	------

Tabel 6. menunjukkan nilai perhitungan pada skor kinerja yang diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,08 yang berada pada kategori setuju, artinya tingkat kinerja yang meliputi kemudahan, perhatian, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen dalam memenuhi kepuasan yang dapat diterima oleh konsumen. Skor harapan memiliki rata-rata sebesar 3,76 yang berada pada kategori setuju artinya bahwa harapan konsumen dalam memenuhi kepuasan Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda dapat diterima.

## PEMBAHASAN

Pembahasan pada penelitian ini menjelaskan profil usaha rumah makan *seafood XYZ* dan nilai gap skor yang dihasilkan dari penilaian konsumen terhadap tingkat kualitas pelayanan rumah makan *seafood XYZ*.

### a. Profil Usaha Rumah Makan *Seafood XYZ*

Usaha Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda didirikan oleh pemilik pada tahun 2020, pemilik rumah makan mendirikan usaha rumah makan tersebut untuk membantu perekonomian keluarga dan mengisi waktu luang sebagai ibu rumah tangga. Lokasi Rumah Makan *Seafood XYZ* cukup strategis karena Rumah Makan terletak tepat dipinggir jalan raya, sehingga mudah dijangkau oleh orang-orang yang melewati Rumah Makan *Seafood XYZ*. Rumah Makan

*Seafood XYZ* memiliki berbagai menu pilihan seperti kepiting (*brachyura*), udang (*litopenaeus vannamei*), cumi-cumi (*Ioligo*), ikan baronang (*siganus*), ikan putih (*coregonidae*), ikan kakap (*lutjanidae*), ikan kerapu (*epinephelinae*), ikan bawal (*bramidae*), ikan nila (*oreochromis niloticus*), ikan mas (*cyprinus carpio*), Lobster, kerang, ayam, sayuran.

### b. Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda

Kepuasan konsumen yang diukur dalam lima dimensi menghasilkan masing - masing nilai *gap score* yang berbeda - beda tingkat kepuasannya berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan dari rumah makan *seafood XYZ*.

a. Nilai *gap score* untuk masing - masing pertanyaan dimensi *tangible* > 0,00 dengan jumlah *gap score* sebesar 0,34 maka yang berarti konsumen Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang di berikan dan konsumen merasa sangat puas dengan berbagai fasilitas yang telah disediakan atau yang berada di Rumah Makan *Seafood XYZ* Samarinda pada dimensi *tangible*. Kotler dan Keller (2016), berpendapat bahwa kondisi fisik perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk persepsi awal

konsumen terhadap kualitas pelayanan. Lingkungan fisik yang bersih dan nyaman dapat meningkatkan rasa puas serta kenyamanan konsumen selama menikmati pelayanan. Nilai *gap score* untuk masing-masing pertanyaan dimensi *reliability* > 0,00 dengan jumlah *gap score* 0,32 yang berarti konsumen Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan pelanggan merasa sangat puas dengan keahlian karyawan Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda dalam memberikan pelayanan, sajian dengan segera dan memuaskan konsumen dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen pada dimensi *reliability*. Nilai *gap score* untuk masing-masing pertanyaan dimensi *Responsiveness* > 0,00 dengan jumlah *gap score* 0,34 yang berarti konsumen Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan dan konsumen merasa sangat puas dengan adanya keinginan karyawan dalam membantu pelanggan untuk memberikan pelayanan dengan segera agar konsumen mendapatkan kepuasan dalam pelayanan pada Rumah Makan *Seafood* XYZ

Samarinda pada dimensi *responsiveness* yang diterima oleh konsumen. Nilai *gap score* untuk masing-masing pertanyaan dimensi *assurance* > 0,00 dengan jumlah *gap score* 0,36 yang berarti konsumen Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan dan konsumen merasa sangat puas dengan kemampuan dari pihak Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda yang dapat dipercaya dan juga memiliki pelayanan yang baik agar konsumen bebas dari bahaya, resiko atau keraguan dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen pada dimensi *assurance* yang diterima oleh konsumen. Nilai *gap score* untuk masing-masing pertanyaan dimensi *emphaty* > 0,00 dengan jumlah *gap score* 0,32 yang berarti konsumen Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda puas terhadap kualitas yang di berikan pada dimensi *emphaty*.

Secara keseluruhan, nilai *gap score* kepuasan pelanggan Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda adalah 0,33, nilai ini menyatakan rasa puas yang didapatkan pelanggan dari Rumah Makan *Seafood* XYZ Samarinda.

Tabel 7. Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan

<b>Dimensi Kualitas Layanan</b>	<b>Gap Score</b>	<b>Penilaian</b>
<i>Tangible</i>	0,34	Sangat Puas
<i>Reliability</i>	0,32	Sangat Puas
<i>Responsiveness</i>	0,34	Sangat Puas
<i>Assurance</i>	0,36	Sangat Puas
<i>Emphaty</i>	0,32	Sangat Puas

<b>Jumlah</b>	<b>1,68</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>0,33</b>

Kualitas pelayanan memiliki dimensi yang sangat memuaskan konsumen meliputi dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Dari kelima dimensi tersebut menunjukkan dimensi *assurance* memiliki nilai *gap score* tertinggi yang dimana menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap dimensi *assurance* jauh lebih sangat puas.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan tingkat kepuasan pengguna jasa pada Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* dengan kriteria nilai tingkat kepuasan yang baik dari penilaian konsumen yang berkunjung di Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda*. Kemudian, analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap mutu layanan yang disediakan oleh Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* pada masing-masing dimensi memiliki hasil nilai skor kesenjangan sebesar 0,33 yang mengindikasikan level kepuasan konsumen terhadap layanan yang disediakan

oleh Rumah Makan *Seafood XYZ Samarinda* sangat tinggi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik Kota Samarinda.; (2025). *Statistik Daerah Kota Samarinda 2025*.; Samarinda.; BPS Kota Samarinda.
- Kotler, Philip.; (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi 11, Jilid 1 & 2*.; Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Martono, Nanang.; 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*.; Jakarta: Rajawali Pers.
- Supramono dan Haryanto, Jony Oktavian.; 2005. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*.; Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy.; (2005). *Pemasaran Jasa, Indikator Kepuasan Pelanggan*.; Malang: Bayumedia Publishing.
- Utami, P., & Puspaningtyas, D. E.; 2013. *The Miracle of Herbs*.; Jakarta: PT. AgroMedia Pustaka.