

Determinant of Consumer Satisfaction: Empirical Study on Consumer Pizza Hut Delivery

Azim Azwa¹

Universitas Muhammadiyah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Trisniarty Adjeng Moelyati^{2*}

Universitas Muhammadiyah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Gumar Herudiansyah³

Universitas Muhammadiyah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Abstract

This study aims to determine (1) The effect of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy on pizza hut delivery customer satisfaction in Palembang City, (2) The effect of tangible on pizza hut delivery customer satisfaction in Palembang City, (3) The effect of reliability on pizza customer satisfaction hut delivery Palembang City (4) Effect of responsiveness on pizza hut delivery customer satisfaction Palembang City (5) Effect of assurance on customer satisfaction pizza hut delivery Palembang City (6). The data used is primary data, with a questionnaire data collection method. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis prove (1) there is a significant effect of responsiveness, assurance, physical evidence, ability and concern for Pizza Hut Delivery customer satisfaction in Palembang City, (2) there is no significant tangible effect on Pizza Hut Delivery customer satisfaction in Palembang City, (3)) there is a significant effect of reliability on Pizza Hut Delivery satisfaction in Palembang City, (4) there is a significant effect of responsiveness on Pizza Hut Delivery customer satisfaction in Palembang City, (5) there is a significant effect of assurance on Pizza Hut Delivery customer satisfaction in Palembang City, (6) there is an influence of empathy on customer satisfaction of Pizza Hut Delivery in Palembang City. The results of the coefficient of determination of service quality are only able to contribute to changes that occur in customer satisfaction with a large contribution of 68.9%.

Keywords: *service quality; consumer satisfaction.*

Received : 30 Maret 2025

Revised : 30 May 2025

Accepted : 15 June 2025

*Correspondence Author

: Trisniarty Adjeng Moelyati

*Correspondence Email

: trisniarty_adjeng@um-palembang.ac.id

Introduction

Di Indonesia terdapat berbagai macam perusahaan yang menawarkan produk serupa sehingga menimbulkan persaingan yang cukup tinggi. Perusahaan-perusahaan tersebut berusaha untuk memenangkan hati konsumen agar konsumen melakukan pembelian pada produknya.. Pizza Hut bukan merupakan perusahaan yang baru yang berada di Indonesia. Pizza Hut sendiri telah memiliki banyak konsumen setia. Namun sayangnya Pizza Hut juga memiliki banyak pesaing sehingga Pizza Hut perlu melakukan inovasi agar memiliki ciri khas di mata konsumen. Pada akhirnya Pizza Hut mendirikan anak perusahaan yang bernama Pizza Hut Delivery. Pizza hut Delivery memiliki kekhususan melayani konsumen dengan memprioritaskan pesan antar. Pizza Hut Delivery saat ini juga telah memiliki banyak cabang di Indonesia salah satunya Pizza Hut Delivery Sukatani Kenten Palembang.

Seperti namanya Pizza Hut Delivery Sukatani Kenten Palembang melayani khusus pesan antar untuk semua produk yang dijual oleh Pizza Hut Delivery Sukatani Kenten Palembang. Hal ini menyebabkan Pizza Hut Delivery Sukatani Kenten Palembang mengusung tinggi segala hal yang berkaitan dengan pelayanan pesan antar. Namun sayangnya perusahaan lain yang serupa pun melakukan pelayanan pesan antar untuk konsumen. Hal ini menjadikan Pizza hut Delivery Sukatani Kenten Palembang melakukan berbagai upaya untuk menjadikan dirinya lebih unggul dibandingkan pesaing.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut diatas, maka pada penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut : (1). Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang? (2). Adakah pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang? (3). Adakah pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang? (4). Adakah pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang? (5). Adakah pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang? (6). Adakah pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang?. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1). Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang. (2). Untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang. (3). Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang. (4). Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang. (5). Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang. (6). Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang.

Literature Review and Hypothesis Development

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus

memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya. Menurut Kotler & Keller (2018:177)

Indikator Kepuasan Pelanggan Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah: (1). Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya. (2). Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan. (3). Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Bukti Fisik (*Tangible*)

Menurut Wang & Wang dalam Felix (2017:5) adalah peralatan yang baru, fasilitas yang menarik, penampilan profesional, dan materi yang berkaitan dengan pelayanan. Indikator Bukti Fisik (*Tangible*) Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:162-163) yaitu: (1). Peralatan moderen (2). Fasilitas yang berdaya tarik visual (3). Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional.

Kemampuan (*Reliability*)

Menurut Tjiptono (2014:282) keandalan (*reliability*) kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Indikator Kemampuan (*Reliability*) Menurut Tjiptono (2014 : 16) yaitu : (1). Kemampuan Memberikan Pelayanan yang dijanjikan dengan segera (2). Kemampuan memberikan Pelayanan yang dijanjikan dengan Akurat dan Memuaskan (3). Kemampuan Memberikan Pelayanan yang memuaskan.

Responsiveness (*Responsiveness*)

Menurut Parasuraman dalam Yarimoglu (2014 : 83) responsiveness adalah kesiediaan dan kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan, ketepatan waktu dan memberikan pelayanan dengan cepat. Indikator Responsiveness (*Responsiveness*) Tjiptono dan Chandra, (2016:162-163) yaitu : (1). Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa. (2). Layanan yang segera / cepat bagi pelanggan. (3). Kesiediaan untuk membantu pelanggan.

Jaminan Dan Kepastian (*Assurance*)

Menurut Parasuraman et al. Dalam Yarimoglu (2014: 85)) sebagai pengetahuan dan sopan santun karyawan dan kemampuan untuk membangun kepercayaan kepercayaan diri Indikator Jaminan Dan Kepastian (*Assurance*) yaitu Tjiptono (2014:287) yaitu : (1). Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa. (2). Layanan yang segera / cepat bagi pelanggan. (3). Kesiediaan untuk membantu pelanggan.

Kepedulian (*Empathy*)

Menurut Zoll dan Enz (2012) *empathy* dapat diartikan sebagai kemampuan dan kecenderungan seseorang (observer) untuk memahami apa yang orang lain (target) pikirkan dan rasakan pada situasi tertentu. Indikator Kepedulian (*Empathy*) Menurut Pasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Fandy Tjiptono (2019: 170-172) yaitu : (1). Konsistensi kerja (*performance*) perusahaan menyampaikan jasa secara benar sejak awal (*right the first time*) (2). Memenuhi janjinya secara akurat dan andal (3). Mengirimkan tagihan dengan akurat.

Method

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan dihitung menggunakan skala likert dan diolah untuk kemudian dijelaskan keterkaitan antar variabel dengan membandingkan dengan fenomena. Lokasi penelitian ini adalah Pizza Hut Delivery Sukatani Kenten Palembang yang terletak di JL. MP Mangkunegara, Sukatani 3 Ruko 01, Sukamaju, Sako, Palembang, Sumatera Selatan 30961.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Pizza Hut Delivery Sukatani Kenten Palembang selama bulan November 2022 sebanyak kurang lebih 86 konsumen. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 86 orang. Dengan Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Data sekunder ini peneliti peroleh dari Pizza Hut Delivery Sukatani Kenten Palembang yang berupa struktur organisasi, profil organisasi dan data jumlah karyawan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket kepada seluruh sample pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang. Angket atau kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan uji instrument yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, dan teknik analisis yaitu analisis linier berganda, uji hipotesis (uji F dan uji t), serta uji koefisien determinasi (R^2).

Result and Discussion

Hasil Penelitian

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty terhadap variabel Kepuasan Pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang. Berikut hasil output analisis regresi linier berganda pada penelitian ini.

Tabel 1
Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients B	Std Error	Standardized Coefficients Beta
1	(constant)	5,806	2,219	
	Tangible	,329	,104	,281
	Reliability	,056	,101	,047
	Responsiveness	,394	,088	,399
	Assurance	,535	,157	,397
	Emphaty	,321	,156	,228

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

$$Y = 5,806 + 0,329 X_1 - 0,056 X_2 + 0,394 X_3 + 0,535 X_4 + 0,321 X_5 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 5,806 (Positif), menunjukkan bahwa seandainya variabel-variabel kualitas pelayanan tidak ada, maka kepuasan konsumen tetap positif, hal ini menggambarkan bahwa kepuasan konsumen tetap memiliki kemampuan yang potensial meski tanpa dipengaruhi oleh variabel lain.
- 2) Nilai koefisien variabel *Tangible* sebesar 0,329 (Positif), menunjukkan variabel *Tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila terjadi peningkatan pada koefisien *Tangible* maka kepuasan konsumen akan meningkat, dan sebaliknya apabila koefisien *Tangible* menurun maka kepuasan konsumen akan menjadi rendah.
- 3) Nilai koefisien variabel *reliability* sebesar 0,056 (Positif), menunjukkan variabel *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila terjadi peningkatan pada koefisien *reliability* maka kepuasan konsumen akan meningkat, dan sebaliknya apabila koefisien *reliability* menurun maka kepuasan konsumen akan menjadi rendah.
- 4) Nilai koefisien variabel *responsiveness* sebesar 0,394 (Positif), menunjukkan variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila terjadi peningkatan pada koefisien *responsiveness* maka kepuasan konsumen akan meningkat, dan sebaliknya apabila koefisien *responsiveness* menurun maka kepuasan konsumen akan menjadi rendah.
- 5) Nilai koefisien variabel *assurance* sebesar 0,535 (Positif), menunjukkan variabel *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila terjadi peningkatan pada koefisien *assurance* maka kepuasan konsumen akan meningkat, dan sebaliknya apabila koefisien *assurance* menurun maka kepuasan konsumen akan menjadi rendah.
- 6) Nilai koefisien variabel Kepedulian (*Emphaty*), sebesar 0,321 (Positif), menunjukkan variabel Kepedulian (*Emphaty*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila terjadi peningkatan pada koefisien Kepedulian (*Emphaty*) maka kepuasan konsumen akan meningkat, dan sebaliknya apabila koefisien Kepedulian (*Emphaty*) menurun maka kepuasan konsumen akan menjadi rendah.

Tabel 2
Hasil Uji F

	Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	944,069	4	236,017	48,610	,000 ^b
	Residual	393,280	81	4,855		
	Total	1337,349	85			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Menentukan Ftabel dengan tingkat keyakinan 90% dan tingkat kesalahan (α) 10% = 0,1 dengan tingkat kebebasan (df) $V_1 = K - 1 = 6 - 1 = 5$ dan $V_2 = n - k = 86 - 6 = 80$ jadi nilai Ftabel = 3,26.

Berdasarkan tabel IV.9 Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah bariabel Tangibles (X_1), Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4) dan Emphaty (X_5), Secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), berdasarkan tabel IV.9 diatas dapat dilihat bahwa dari nilai Fhitung 48,610 > Ftabel 3,26, hal ini diperkuat oleh tingkat Sig F 0,000 <

0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh signifikan Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) dan Emphaty (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.

Tabel 3
Hasil Uji t

	Model	T	Sig
1	(constatnt)	,163	,871
	Tangible	3,174	,002
	Reliability	,559	,578
	Responsiveness	4,453	,000
	Assurance	3,397	,001
	Emphaty	2,058	,043

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

- 1) Berdasarkan tabel 3 Uji t dengan tingkat keyakinan 90% dan tingkat kesalahan (α) 10% = 0,1 dan tingkat kebebasan (df) = $n - k$ maka, (df) = 0,1 (86-6) adalah 0,1 = 80. Jadi nilai t tabel = 1,29. Uji t dimaksudkan untuk menguji variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, sebagai berikut:
- 2) Nilai tabel di atas untuk variabel Tangibles (X1) dapat dilihat dari nilai thitung (3,174) > ttabel (1,29) hal ini diperkuat oleh tingkat Sig t 0,003 < 0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan Tangibles terhadap Kepuasan Pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.
- 3) Nilai tabel Reliability (X2) dapat dilihat dari nilai thitung (0,559) < ttabel (1,29) namun tingkat Sig t 0,078 < 0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya tidak ada pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.
- 4) Nilai tabel Responsiveness (X3) dapat dilihat dari nilai thitung (4,453) > ttabel (1,29) artinya ada pengaruh signifikan Responsiveness terhadap Kepuasan Pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.
- 5) Berdasarkan tabel Assurance (X4) dapat dilihat dari nilai thitung (3,397) > ttabel (1,67) artinya ada pengaruh signifikan Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.
- 6) Nilai tabel Emphaty (X5) dapat dilihat dari nilai thitung (2,058) > ttabel (1,67) artinya ada pengaruh signifikan Emphaty terhadap Kepuasan Pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error Of Estimate
1	,841 ^a	,707	,689	2,21289

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 4, besarnya nilai Adjusted $R_{\text{square}} = 0,689$ yang artinya sebesar 68,9% Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, sementara 32,1% di pengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan.

Berdasarkan hasil hipotesis secara serentak/ bersama-sama dengan tingkat kepercayaan 90% menyatakan hipotesis diterima, hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang. Hasil ini dibuktikan pula dengan nilai koefisien determinasi yang membuktikan pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* mampu berkontribusi sebesar 68,9%.

Hasil ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Tjiptono Dan Candra (2017:209) Kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh banyak faktor salah satu diantaranya adalah kualitas produk, layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. pelanggan akan puas apabila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas, kualitas pelayanan, harga, promosi lokasi, pelayanan karyawan dan fasilitas.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2020), yang sama-sama menyatakan ada pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* Terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian sebelumnya dan penelitian ini dapat dikatakan searah dan sejalan, karena menunjukkan kesamaan hasil yang membuktikan ada pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*, Terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini membuktikan keterkaitan pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Yang artinya apabila *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi, maka akan memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil hipotesis secara parsial dengan tingkat kepercayaan 90% menyatakan hipotesis diterima, hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang. Hasil ini menjelaskan bahwa pengetahuan *Tangible* dapat menggerakkan kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2020), yang sama-sama menyatakan ada pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* Terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurjaya (2020) yang sama-sama menyatakan bahwa ada pengaruh, *assurance, tangible, reliability responsiveness empathy*. Terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian sebelumnya dapat dikatakan searah dan sejalan, karena menunjukkan kesamaan hasil yang membuktikan ada pengaruh *assurance, tangible, reliability responsiveness empathy*. terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan distribusi jawaban responden dalam pernyataan variabel *tangible* terdapat (3) tiga indikator yang lebih jelas masalahnya yaitu :

- a. Ruangan PHD bersih dan wangi
- b. Bangunan PHD memiliki banyak kantor di setiap daerah
- c. Pegawai PHD berpenampilan rapi

Rekomendasi untuk PHD Sukatani Kenten Palembang yaitu harus bersih dan wangi, Bangunan PHD memiliki banyak kantor di setiap daerah, Pegawai PHD berpenampilan rapi. Karyawannya untuk memiliki pengetahuan lebih luas, meningkatkan keamanan barang yang dikirim dan harus meningkatkan pegawai yang ramah dan melayani konsumen Apabila hal-hal ini dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil hipotesis secara parsial dengan tingkat kepercayaan 90% menyatakan hipotesis ditolak, hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang. Hasil ini menjelaskan bahwa pengetahuan *Reliability* dapat menggerakkan kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2020), yang sama-sama menyatakan ada pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* Terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini juga Tidak didukung penelitian yang dilakukan Yusuf (2021) yang sama-sama menyatakan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian sebelumnya dan penelitian ini dapat searah. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan distribusi jawaban responden dalam pernyataan variabel Kemampuan terdapat (3) tiga indikator pertanyaan yang lebih jelas masalahnya yaitu:

- a. Pengirim barang dengan waktu yang sesuai dengan harapan pelanggan terutama pada saat hari-hari besar
- b. Pelayanan yang sama terhadap semua pelanggan tanpa membuat kesalahan serta menunjukkan sifat yang simpatik
- c. Pegawai selalu benar dalam menghitung jumlah yang harus di bayar oleh pelanggan.

Kemampuan (*reliability*) berpengaruh kecil bahkan hampir tidak berpengaruh Karena dalam pelayanan pelanggan tidak membutuhkan alat bantu pelayanan yang baik, bukan keramahan keramahan pegawai, meskipun demikian bukan berarti *reliability* tidak penting untuk mendukung kepuasan pelanggan. Oleh karena itu sebaiknya PHD Sukatani Kenten Palembang tetap perhatikan *reliability* untuk mendukung kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil hipotesis secara parsial dengan tingkat kepercayaan 90% menyatakan hipotesis diterima, hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang. Hasil ini menjelaskan bahwa pengetahuan *Reliability* dapat menggerakkan kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2020), yang sama-sama menyatakan ada pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* Terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wianti Yuniarti dan Susanto (2021) yang sama-sama menyatakan ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian sebelumnya dapat dikatakan searah dan sejalan karena menunjukkan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan distribusi jawaban responden dalam pernyataan variabel *responsiveness* terdapat (3) tiga indikator yang lebih jelas masalahnya yaitu :

- a. Pegawai dapat menginformasikan kepastian waktu penyampaian
- b. Pegawai mampu melayani pelanggan dengan cepat
- c. Pegawai selalu sigap dalam melayani transaksi dalam hal menangani keluhan para pelanggan

Rekomendasi untuk PHD Sukatani Kenten Palembang yaitu harus lebih meningkatkan *Responsiveness* pegawainya, dengan cara memberikan sarannya harus menginformasikan kepastian waktu penyampaian dengan tepat, melayani pelanggan dengan cepat dan selalu sigap melayani keluhan para pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang. Apabila hal-hal ini dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil hipotesis secara parsial dengan tingkat kepercayaan 90% menyatakan hipotesis diterima, hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang. Hasil ini menjelaskan bahwa pengetahuan *Reliability* dapat menggerakkan kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2020), yang sama-sama menyatakan ada pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* Terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini juga didukung penelitian yang dilakukan Sosiloadi dan Nirmala (2022) yang sama-sama menyatakan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian sebelumnya dan penelitian ini dapat searah. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan distribusi jawaban responden dalam pernyataan variabel *Assurance* terdapat (3) tiga indikator pernyataan yang lebih jelas masalahnya yaitu :

- a. Pegawai mempunyai pengetahuan yang luas
- b. Perusahaan menjamin keamanan terhadap barang yang dikirim
- c. Pegawai yang ramah dalam melayani konsumen.

Rekomendasi untuk PHD Sukatani Kenten Palembang yaitu harus karyawannya untuk memiliki pengetahuan lebih luas, meningkatkan keamanan barang yg dikirim dan harus meningkatkan pegawai yang ramah dan melayani pelanggan Apabila hal-hal ini dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepedulian (*Emphaty*) terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil hipotesis secara parsial dengan tingkat kepercayaan 90% menyatakan hipotesis diterima, hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang. Hasil ini menjelaskan bahwa pengetahuan *Reliability* dapat menggerakkan kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PHD Sukatani Kenten Palembang.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2020), yang sama-sama menyatakan ada pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* Terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini juga Tidak didukung penelitian yang dilakukan Yusuf (2021) yang sama-sama menyatakan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian sebelumnya dan penelitian ini dapat searah. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan distribusi jawaban responden dalam pernyataan variabel Kepedulian terdapat (3) tiga indikator pernyataan yang lebih jelas masalahnya yaitu:

- a. Pegawai memberikan perhatian baik secara personal maupun individu terhadap konsumen.
- b. Pegawai mengerti keinginan para konsumen
- c. Pegawai selalu mengirimkan tagihan dengan akurat

Rekomendasi untuk PHD Sukatani Kenten Palembang yaitu pegawai selalu mengutamakan kepentingan konsumen, harus karyawannya untuk memiliki pengetahuan lebih luas, meningkatkan keamanan barang yg dikirim dan harus meningkatkan pegawai yang ramah dan melayani pelanggan Apabila hal-hal ini dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Conclusion

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan daya tanggap, jaminan, bukti fisik, kemampuan dan kepedulian terhadap kepuasan Pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang.
- 2) Ada pengaruh *tangible* terhadap kepuasan Pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang.
- 3) Tidak ada pengaruh *reliability* terhadap kepuasan Pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang.
- 4) Ada pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan Pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang.
- 5) Ada Pengaruh pengaruh *assurance* terhadap kepuasan Pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Palembang.

Acknowledgements

References

- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Salt n Pepper pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra (2020) *Service, Quality dan Satisfaction (Edisi 5)* Penerbit Andi Yogyakarta
- _____. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta. Andy
- Tjiptono, fandy.2014, *pemasaran jasa- prinsip, penerapan dan penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono Fandy, “Pemasaran jasa (prinsip, penerapa, dan penelitian)”, Yogyaarta,2014.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta. Andy.

