

ABSTRAK

Rahayu, Indah Masitoh. 2018. **Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan (Bukti langsung, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan Empati) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Chelsi Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada Warung Chelsi Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan berupa bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial dan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Chelsi Kota Probolinggo, dan untuk mengetahui di antara dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Chelsi Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kausal, dengan variabel meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan konsumen. Sampel yang diambil sebanyak 58 responden yang berkunjung. Metode analisis data yaitu metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan statistik berupa analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warung Chelsi Kota Probolinggo dibuktikan dengan nilai probabilitas atau signifikansi semua variabel lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen pada Warung Chelsi Kota Probolinggo terbukti dengan nilai $F_{hitung} = 27,605 > F_{tabel} = 2,293$ dan nilai $sig. F = 0,000 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan berupa jaminan (*assurance*) berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Chelsi Kota Probolinggo dengan nilai koefisien beta variabel $X_4 = 0,878$ lebih besar dari nilai koefisien beta variabel X_1, X_2, X_3, X_5 .

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen