

**IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN DAN PELAYANAN PADA  
RUMAH MAKAN NASI UDUK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**(SKRIPSI)**

**Oleh**

**Widya Agustin Ningtias**



**JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2016**

## **ABSTRAK**

### **IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN DAN PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN NASI UDUK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Widya Agustin Ningtias**

Persaingan di bidang industri rumah makan semakin ketat. Setiap rumah makan dituntut untuk menerapkan strategi pelayanan yang tepat untuk memenangkan persaingan dan memberikan kepuasan pada konsumen. Kepuasan konsumen terdiri dari berbagai atribut. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan pada rumah makan nasi uduk di Kota Bandar Lampung. Responden penelitian terdiri dari 60 responden untuk mengidentifikasi atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan. Data diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data dari 60 responden berbeda dari dua rumah makan nasi uduk untuk aplikasi atribut yang telah teridentifikasi. Hasil identifikasi atribut diperoleh 20 jenis atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan, diantaranya adalah cita rasa, harga, porsi, keragaman menu, jaminan nutrisi, kerapihan karyawan, kecepatan pelayanan, kemampuan memberi informasi, kesopanan, keramahan, jaminan pergantian menu, kecepatan merespon keluhan, keadilan pelayanan, konsistensi waktu, alat makan, alat pendukung makan, lokasi, kemudahan akses transportasi umum, parkir, dan keamanan parkir.

Kata kunci: atribut, kepuasan, pelayanan.

## **ABSTRACT**

### **IDENTIFICATION THE ATTRIBUTES OF CUSTOMERS' SATISFACTION AND SERVICE FOR THE NASI UDUK RESTAURANTS IN BANDAR LAMPUNG**

**By**

**Widya Agustin Ningtias**

The competition in restaurant industry is very stiff. Each restaurant have to apply the appropriate service strategy and must satisfy its customers to win in this restaurant industry competition. Customers' satisfaction consists of its attributes. The main objective of this study is to identify the attributes of customers' satisfaction and service for the Nasi Uduk Restaurants in Bandar Lampung. The data from 60 respondents were the scores for the attributes of satisfaction and service. Moreover, the data were tested by using the validity and reliability tests. The next step is gathering the data of attributes from 60 respondents of two Nasi Uduk restaurants. Attributes identified were taste, price, portion, menu diversity, nutrition, schedule, neatness of waitress, service speed, informative waitress, politeness, hospitality, guarantee of service, responsiveness of suggestion, fairness of service, completeness of cutlery, location, parking area, security of parking and accessibility for public transportation.

Keywords: attributes, satisfaction, service.

**IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN DAN PELAYANAN PADA  
RUMAH MAKAN NASI UDUK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

**Widya Agustin Ningtias**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar  
**SARJANA PERTANIAN**

pada

**Jurusan Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2016**

**Judul Skripsi : IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN DAN  
PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN NASI  
UDUK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Nama Mahasiswa : Widya Agustin Ningtias**

**No. Pokok Mahasiswa : 1114131121**

**Jurusan : Agribisnis**

**Program Studi : Agribisnis**

**Fakultas : Pertanian**



*Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc.*

**Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc.**  
**NIP.19600818.198610.1.001**

*Dr. Eka Kasymir, M.Si.*

**Dr. Eka Kasymir, M.Si.**  
**NIP.19630618.198803.1.003**

**2. Ketua Jurusan Agribisnis**

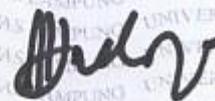
*Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.*

**Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.**  
**NIP.19630203.198902.2.001**

**MENGESAHKAN**

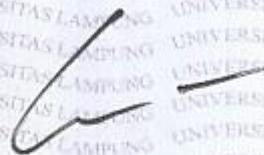
1. **Tim Penguji  
Ketua**

**: Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc.**



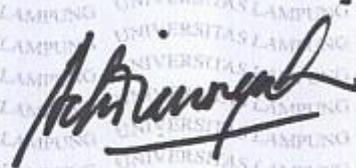
**Sekretaris**

**: Ir. Eka Kasymir, M.Si.**



**Penguji**

**Bukan Pembimbing : Ir. Achdiansyah Soelaiman, M.P.**



2. **Dekan Fakultas Pertanian**

**Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.**

**NIP.19611020 198603 1 002**

**Tanggal Lulus Ujian, 20 Juni 2016**



## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung tanggal 14 Agustus 1993. Penulis adalah anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Suranto dan Ibu Ruslina, S.Pd.,M.Pd. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Al-Azhar 1 Bandar Lampung pada tahun 2005 dan pendidikan menengah pertama diselesaikan pada tahun 2008 di SMP Negeri 29 Bandar Lampung. Pendidikan lanjutan menengah atas di SMA Negeri 9 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2011. Penulis diterima pada Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2011.

Penulis melakukan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT Great Giant Pineapple pada *Research and Development* tahun 2014. Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sri Budaya Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah tahun 2015. Penulis pernah menjadi tenaga enumerator (surveyor) Bank Indonesia tentang kondisi perekonomian, harga-harga, kondisi keuangan konsumen, dan rencana pembelanjaan konsumen pada bulan Juli–September 2015.

Selain dalam bidang akademik, penulis aktif dalam organisasi kemahasiswaan kampus. Penulis menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Unila dan pernah menjabat sebagai Bendahara Umum Kegiatan

KBSM Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Unila. Penulis  
melakukan penelitian pada tahun 2015 di Kelurahan Tanjung Karang,  
Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung.

## SANWACANA

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Alhamdulillahirobbil 'alamin*, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang luar biasa kepada kita semua. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW, yang telah memberikan teladan di setiap kehidupan, kepada keluarga, sahabat, dan penerus risalahnya yang mulia. Penelitian ini berjudul “Identifikasi Atribut Kepuasan dan Pelayanan pada Rumah Makan Nasi Uduk di Kota Bandar Lampung”, banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasihat, serta saran-saran yang membangun, sehingga dengan tulus dan rendah hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc., selaku pembimbing pertama dan Ir. Eka Kasymir, M.Si., selaku pembimbing ke dua atas ilmu, bimbingan, masukan, arahan, saran dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini..
2. Ir. Achdiansyah Soelaiman, M.P., sebagai dosen penguji skripsi, atas masukan, saran dan kritik yang diberikan untuk menyempurnakan skripsi ini.
3. Keluarga tercinta, ayahanda Suranto dan ibunda Ruslina, S.Pd., M.Pd., kakak tersayang Wahyuni Utami Ningtias, S.Pd., dan seluruh keluarga yang selalu memberikan kasih sayang, doa dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Pembimbing Akademik, atas arahan dan nasihatnya.
5. Dr. Ir. Fembriarty Erry Prasmatiwi, M. P., selaku Ketua Jurusan Agribisnis dan seluruh dosen Jurusan Agribisnis atas motivasi dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Seluruh karyawan Jurusan Agribisnis atas semua bantuan dan dukungan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
7. Sukma Herusman Rodella, seseorang yang setia mendoakan, memberikan banyak waktu, kritik dan saran, serta semangat.
8. Sahabat tercinta, Intan Kamilia Habsari, S.Pt., Regina Amanda, Amd., Wanda Kirana, S.Ds., Dwi Anjani Prameswari, S.Ak., Mutiara, Neola Amanda, S.Ked., Resty Ramdhani, S.Ked., Ratna Leli N, S.P., Yesi Oktavyani, S.Si., yang selalu ada disaat suka dan duka.
9. Sahabat seperjuangan, Elvany Oktaviana, S.P., Nani Saputri, S.P., Tiar Agustina Tamba, S.P., Dita Pratiwi, S.P., Endah Kurniasari, S.P., Rini Pradita, S.P., Ica Rizki Aneftasari, S.P., Puji Permata Utami, S.P., Desta Imansari, S.P., Nadia Ariandika Arlin, S.P., Niken Wiandhani, S.P., dan Yuda Saputra, S.P., yang senantiasa memberikan pengertian, dorongan, semangat, doa, dan kebersamaan selama ini.
10. Teman-teman Agribisnis angkatan 2011, Dian Martiani, Haliana, Intan, Dian Ika, Aida, Bayu, Trie, Wulan, Elisa, Evi, Novita, Sonya, Purnama, Gustam, Didit, Kautshar, Bang Bobi, Bang Ade, Fadel, Aan, Wiji, Pei, Yeni, Ayu Prasetyo, Lilik, Frisca, Arif, Adiguna WF, Fadloli, Dian, Gadung, Yanuar, Azmi, Aldino, Chira, Elsa, Aprilia, Geta, Tunjung, Febi, Ayu Permata,

Fadlan, Ical, dan seluruh teman lainnya, terima kasih atas bantuan, semangat, dan kebersamaannya selama ini.

11. Kakak-adik Himaseperta angkatan 2009-2015 dan Almamater tercinta serta seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun semoga karya kecil ini bermanfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, Juni 2016

Penulis,

*Widya Agustin Ningtias*

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                              | i       |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                            | iii     |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                           | iv      |
| <b>I. PENDAHULUAN</b>                                |         |
| A. Latar Belakang .....                              | 1       |
| B. Perumusan Masalah .....                           | 3       |
| C. Tujuan Penelitian .....                           | 4       |
| D. Kegunaan Penelitian .....                         | 4       |
| <b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>                          |         |
| A. Landasan Teori .....                              | 5       |
| 1. Kepuasan Konsumen .....                           | 5       |
| 2. Pelayanan .....                                   | 8       |
| 3. Validitas .....                                   | 10      |
| 4. Reliabilitas .....                                | 13      |
| 5. Pengertian Rumah Makan .....                      | 15      |
| B. Penelitian Terdahulu .....                        | 16      |
| C. Kerangka Pemikiran .....                          | 24      |
| <b>III. METODE PENELITIAN</b>                        |         |
| A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional .....        | 28      |
| B. Metode Analisis Data .....                        | 30      |
| C. Metode Pengumpulan Data .....                     | 36      |
| D. Jenis Data dan Waktu Penelitian .....             | 37      |
| <b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>           |         |
| A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian .....            | 39      |
| B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....             | 40      |
| 1. Rumah Makan A .....                               | 41      |
| 2. Rumah Makan B .....                               | 42      |
| <b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                       |         |
| A. Karakteristik Responden Rumah Makan A dan B ..... | 43      |
| 1. Jenis Kelamin .....                               | 43      |

|   |    |
|---|----|
| 2. Umur dan Status Pernikahan .....   | 44 |
| 3. Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan .....   | 44 |
| 4. Jumlah Pengeluaran Perbulan .....  | 46 |
| B. Uji Validitas .....  | 46 |
| C. Uji Reliabilitas .....   | 49 |
| D. Skor Atribut Kepuasan dan Pelayanan .....  | 50 |
| E. Analisis Tingkat Kesesuaian dan Uji <i>Importance Performance</i><br><i>Analysis</i> (IPA) ..... | 53 |
| <b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>   |    |
| A. Kesimpulan .....   | 59 |
| B. Saran .....  | 60 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....   | 61 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....   | 63 |

## DAFTAR TABEL

| Tabel |   | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1.    | Penelitian terdahulu .....  | 17      |
| 2.    | Atribut penelitian .....  | 27      |
| 3.    | Nilai bobot tingkat kepuasan dan tingkat pelayanan .....                                    | 31      |
| 4.    | Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....                                     | 38      |
| 5.    | Karakteristik responden berdasarkan umur dan status pernikahan ....                         | 44      |
| 6.    | Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dan pekerjaan .....                  | 45      |
| 7.    | Karakteristik responden berdasarkan jumlah pengeluaran responden perbulan .....             | 46      |
| 8.    | Nilai korelasi atribut dengan total atribut.....  | 48      |
| 9.    | Nilai koefisien reliabilitas <i>alpha</i> .....   | 50      |
| 10.   | Skor atribut kepuasan dan pelayanan tiap variabel .....                                     | 51      |
| 11.   | Tingkat kesesuaian atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan ...                           | 54      |
| 12.   | Kuadran IPA kepuasan konsumen terhadap pelayanan rumah makan nasi uduk A dan B .....        | 57      |
| 13.   | Karakteristik responden rumah makan A .....   | 64      |
| 14.   | Karakteristik responden rumah makan B .....   | 65      |
| 15.   | Keterangan karakteristik responden (kelompok umur) .....                                    | 66      |
| 16.   | Keterangan karakteristik responden (pengeluaran/bulan) .....                                | 66      |
| 17.   | Skor atribut dalam kuesioner (uji validitas dan reliabilitas untuk tingkat pelayanan) ..... | 67      |
| 18.   | Skor atribut dalam kuesioner (uji validitas dan reliabilitas untuk tingkat kepuasan) .....  | 70      |
| 19.   | Nilai korelasi atribut .....  | 73      |
| 20.   | Skor atribut dalam kuesioner (uji IPA tingkat pelayanan rumah makan A) .....                | 74      |
| 21.   | Skor atribut dalam kuesioner (uji IPA tingkat kepuasan rumah makan A) .....                 | 75      |
| 22.   | Skor atribut dalam kuesioner (uji IPA tingkat pelayanan rumah makan B) .....                | 76      |
| 23.   | Skor atribut dalam kuesioner (uji IPA tingkat kepuasan rumah makan A) .....                 | 77      |
| 24.   | Jumlah skor atribut tingkat kepuasan dan pelayanan rumah makan A dan B .....                | 78      |

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar |  | Halaman |
|--------|--|---------|
| 1.     | Kerangka pemikiran identifikasi atribut kepuasan dan pelayanan pada dua rumah makan nasi uduk di Kota Bandar Lampung ..... | 24      |
| 2.     | Diagram Kartesius .....  | 35      |
| 3.     | Peta wilayah penelitian .....  | 40      |
| 4.     | Peta lokasi rumah makan A dan B .....  | 41      |
| 5.     | Diagram IPA kepuasan konsumen terhadap pelayanan rumah makan nasi uduk A dan B .....                                       | 56      |

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis usaha rumah makan di Kota Bandar Lampung mengalami peningkatan yang cukup pesat. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, jumlah restoran dan rumah makan yang berdiri di Kota Bandar Lampung sejak 2013 hingga 2015 mengalami peningkatan sebesar 81 persen. Pada 2013 tercatat jumlah restoran dan rumah makan sebanyak 203 unit sedangkan pada 2015 jumlah restoran dan rumah makan meningkat menjadi 367 unit. Pertumbuhan bisnis usaha restoran dan rumah makan yang pesat ini didukung dengan penambahan jumlah penduduk, meningkatnya pendapatan, dan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif serta menginginkan segala sesuatu lebih praktis dan instan. Hal tersebut tentunya sangat menguntungkan bagi pemilik restoran dan rumah makan untuk menaikkan omzet usahanya.

Jumlah restoran dan rumah makan yang semakin banyak mendorong pelaku usaha di bidang ini untuk saling berkompetisi menarik minat konsumen agar menjadi restoran dan rumah makan yang dapat menguasai pangsa pasar.

Pihak manajemen rumah makan harus pintar memilih strategi yang tepat untuk mampu bersaing secara sehat dengan para kompetitor, khususnya

kompetitor dengan produk olahan sejenis. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan eksistensi rumah makan. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu mempertahankan citra dan nama baik rumah makan dengan menjaga kualitas produk yang ditawarkan. Cara lain yang tidak kalah penting dilakukan untuk tetap eksis ialah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan akan berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dan berdampak positif pada usaha rumah makan.

Pencapaian kepuasan konsumen menjadi tujuan utama pelaku bisnis. Sangat penting bagi pihak manajemen rumah makan untuk menentukan strategi pelayanan yang tepat diterapkan di tempat usahanya agar konsumen tidak berpaling ke rumah makan lain yang menawarkan menu sejenis. Strategi pelayanan yang tepat dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan konsumen. Sementara itu, kepuasan konsumen terdiri dari berbagai jenis atribut, sehingga pemilihan atribut kepuasan dan pelayanan yang tepat merupakan langkah awal sebelum akhirnya strategi pelayanan diterapkan pada suatu rumah makan.

Berbagai studi yang terkait dengan atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Atribut yang digunakan Wulandari (2011) berjumlah 11 atribut seperti harga, citarasa, porsi, keramahan dan penampilan karyawan. Aryati (2013) menggunakan 22 jenis atribut seperti, kehalanan produk, kerapihan pramusaji, ketersediaan toilet, cuci tangan, dan tempat ibadah. Khairan (2014) dalam studinya mencantumkan 28 jenis atribut, salah satunya kebersihan ruang makan,

ketersediaan toilet, kesopanan karyawan, dan kecepatan pelayanan. Puspita (2014) dan Habsari (2015) dalam penelitiannya masing-masing menggunakan 25 jenis atribut seperti kesesuaian harga, kelengkapan alat makan, ketersediaan dan keamanan area parkir, serta kecepatan pelayanan.

Selain perbedaan jumlah atribut yang digunakan pada lima penelitian tersebut, masing-masing penelitian juga menggunakan beberapa atribut yang berbeda dalam menilai kepuasan dan pelayanan rumah makan. Atribut-atribut ini semestinya tidak jauh berbeda antar penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi seluruh atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan yang nantinya diaplikasikan untuk mengetahui atribut yang perlu ditingkatkan pelayanannya pada rumah makan.

## **B. Perumusan Masalah**

Penelitian sejenis telah banyak dilakukan sebelumnya, banyak atribut kepuasan dan pelayanan yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan namun banyak pula atribut yang kurang tepat untuk diterapkan di lokasi penelitian. Atribut kepuasan dan pelayanan yang dipilih hendaknya sejalan dengan kenyataan yang ada dilapangan, agar penilaian yang dilakukan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Pemilihan atribut kepuasan dan pelayanan yang tepat diharapkan dapat membantu pihak rumah makan dalam menentukan strategi yang tepat dan sesuai bagi usahanya. Startegi pelayanan yang sesuai diharapkan mampu

memberikan kepuasan maksimal bagi konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi atribut-atribut kepuasan konsumen dan pelayanan rumah makan.
2. Pengaplikasian atribut kepuasan konsumen dan pelayanan yang telah teridentifikasi pada rumah makan.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi atribut-atribut kepuasan konsumen dan pelayanan rumah makan.
2. Mengaplikasikan atribut kepuasan konsumen dan pelayanan rumah makan yang telah teridentifikasi.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi pihak rumah makan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan atribut mana yang harus ditingkatkan dan dipertahankan agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat berguna sebagai bahan perbandingan atau pustaka untuk penelitian sejenis dan atau melanjutkan penelitian berikutnya.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Landasan Teori

#### 1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen memiliki makna yang beragam. Kepuasan tidak selamanya diukur dengan uang, tetapi lebih didasarkan pada pemenuhan perasaan tentang apa yang dibutuhkan seseorang. Pada dasarnya pengertian kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi pengertian kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan sehingga tidak menimbulkan kekecewaan atau rasa tidak puas bagi konsumen (Supranto, 2011). Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2003).

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk menurut Sumarwan (2011) adalah *The Expectancy Disconfirmation*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara

harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Ketika konsumen membeli suatu produk, maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi (*product performance*).

Produk akan berfungsi sebagai berikut.

- a. Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi positif (*positif disconfirmation*). Jika ini terjadi maka konsumen akan merasa puas.
- b. Produk berfungsi seperti yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, dan produk tersebut pun tidak mengecewakan konsumen. Konsumen akan memiliki perasaan netral.
- c. Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi negatif (*negative confirmation*). Produk yang berfungsi buruk, tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan, sehingga konsumen merasa tidak puas (Sumarwan, 2011).

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi semua produsen. Hal ini disebabkan karena kepuasan konsumen dapat menjadi umpan balik dan masukan lagi bagi produsen serta implementasi strategi peningkatan kinerja. Beberapa metode yang digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut

Kotler (2005) ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap produsen yang berorientasi pada konsumen perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan kritik dan saran, pendapat serta keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain. Informasi-informasi yang masuk melalui metode ini dapat memberikan ide-ide dan warna baru yang sangat berharga bagi perusahaan. Metode ini bersifat pasif, sehingga sulit untuk mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai kepuasan pelanggan.

b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost Customer Analysis*

Sedapat mungkin produsen menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih produsen dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

d. Survei kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, produsen akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa produsen menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

Kotler (2005) menyatakan bahwa ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

- a. Loyal terhadap produk, konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.
- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain. Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

## 2. Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu aspek yang sangat mempengaruhi dalam pemasaran suatu usaha. Sugiarto (2002) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (pelanggan, tamu, klien, pasien atau penumpang) yang tingkat

pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani dan orang yang dilayani. Salah satu kelemahan tenaga penjual adalah kurang memperhatikan masalah pelayanan purna jual, setelah produk mereka laku penjual senang dan hanya sampai disitu saja, padahal untuk meningkatkan omzet pelayanan purna jual, sehingga konsumen memesan lagi.

Pelayanan adalah hal yang penting dalam menjalankan bisnis agar dapat memenangkan persaingan global. Hal ini dikarenakan banyak yang memiliki kesamaan produk dan bermacam strategi untuk mendapatkan konsumen. Konsumen akan memberikan penilaian untuk pelayanan yang didapatkan ketika mengkonsumsi produk dan aman bagi tubuh. Tingkat kualitas pelayanan diharapkan akan mendapatkan keuntungan dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan harapan yang diinginkan maka konsumen akan merasa puas (Suprihanti, 2011).

Rangkuti (2002) menambahkan bahwa terdapat lima dimensi yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu :

1. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. *Responsibility* (ketanggapan) yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat tanggap, meliputi : kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan

3. *Assurance* (jaminan) yaitu meliputi kemampuan karyawan atau pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. *Empathy* (empati) yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
5. *Tangibles* (bukti nyata) yaitu penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

### 3. Validitas

Validitas menunjukkan tingkat atau derajat untuk bukti mendukung kesimpulan yang ditarik dari skor yang diturunkan dari ukuran atau tingkat dimana skala mengukur apa yang seharusnya diukur (Supranto, 2011).

Secara umum orang membedakan validitas menjadi lima kategori yaitu:

#### a. Validitas Isi (*Content Validity*)

Validitas isi artinya ketepatan daripada suatu tes dilihat dari segi isi tersebut. Suatu tes hasil belajar dikatakan valid, apabila materi tes tersebut betul-betul merupakan bahan-bahan yang *representatif*

terhadap bahan-bahan pelajaran yang diberikan. Dengan kata lain sebuah tes dikatakan memiliki validitas isi apabila mengukur tujuan khusus tertentu yang sejajar dengan materi atau isi pelajaran yang diberikan. Oleh karena materi yang diajarkan tertera dalam kurikulum maka validitas isi ini sering disebut validitas kurikuler. Validitas isi dapat diusahakan tercapainya sejak saat penyusunan dengan cara memerinci materi kurikulum atau materi buku pelajaran (Rianse dan Abdi, 2009).

b. Validitas Logis atau Validitas Konstruksi (*Construct Validity*)

Sebuah tes dikatakan memiliki validitas konstruksi apabila butir-butir soal yang membangun tes tersebut mengukur setiap aspek berpikir seperti yang disebutkan dalam tujuan pembelajaran khusus, dengan kata lain jika butir-butir soal mengukur aspek berpikir tersebut sudah sesuai dengan aspek berpikir yang menjadi tujuan pembelajaran. Untuk mengetahui apakah suatu tes memenuhi syarat-syarat validitas konstruksi atau tidak maka kita harus membandingkan susunan tes tersebut dengan syarat-syarat penyusunan tes yang baik. Apabila susunan tes tersebut telah memenuhi syarat-syarat penyusunan tes maka berarti tes tersebut memenuhi syarat validitas konstruksi, apabila tidak memenuhi syarat-syarat penyusunan tes berarti tidak memenuhi validitas konstruksi (Rianse dan Abdi, 2009).

c. Validitas Pengukuran Setara (*Congruent Validity*)

Jenis kevalidan ini menunjukkan kenyataan yang diperoleh dengan mengkorelasikan hasil suatu ujian dengan pengukuran yang setara

(mengukur fungsi yang sama), demikianlah, mengkorelasikan hasil sebuah tes intelegensi yang baru dengan hasil tes intelegensi yang sudah ada akan memberikan kenyataan validitas jenis ini (Rianse dan Abdi, 2009).

d. Validitas pengukuran serentak (*concurrent validity*)

Validitas ini lebih umum dikenal dengan validitas empiris. Sebuah tes dikatakan memiliki validitas empiris jika hasilnya sesuai dengan pengalaman. Jika istilah “sesuai” tentu ada dua hal yang dipasangkan, dalam hal ini hasil tes dipasangkan dengan hasil pengalaman.

Pengalaman selalu mengenai hal yang telah lampau sehingga data pengalaman tersebut sekarang sudah ada (ada sekarang, *concurrent*).

Dalam membandingkan hasil sebuah tes maka diperlukan suatu kriterium atau alat banding. Maka hasil tes merupakan sesuatu yang dibandingkan (Rianse dan Abdi, 2009).

e. Validitas Ramalan (*Predictive Validity*)

Memprediksi artinya meramal, dan meramal selalu mengenai hal yang akan datang jadi sekarang belum terjadi. Sebuah tes dikatakan memiliki validitas prediksi atau validitas ramalan apabila mempunyai kemampuan untuk meramalkan apa yang akan terjadi pada masa yang akan datang. Jenis validitas ini menunjukkan kenyataan jika ujian yang dimaksud dihubungkan dengan kriteria-kriteria tentang hasil karya atau kesuksesan di masa depan (Rianse dan Abdi, 2009).

#### 4. Reliabilitas

Aktivitas yang erat hubungannya dengan validitas ialah reliabilitas (hal yang bisa dipercaya). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya sehingga jika dilakukan penelitian kembali menghasilkan nilai yang relatif sama (Rianse dan Abdi, 2009). Secara umum, terdapat tujuh jenis metode untuk mengukur reliabilitas alat ukur, yaitu:

a. Metode Kuder Richardson-20 (KR-20)

Metode KR-20 menurut Rianse dan Abdi (2009) merupakan teknik pengukuran reliabilitas berkenaan dengan item pertanyaan yang hanya memiliki dua pilihan jawaban atau pernyataan, yakni benar dan salah atau pernyataan ya atau tidak. Bila benar (ya), maka diberi nilai 1 dan bila salah (tidak), maka diberi nilai 0. Pengukuran metode KR-20 menggunakan rumus:

$$r_{ii} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \cdot \left( \frac{S^2 - \sum pq}{S^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{ii}$  = koefisien reliabilitas internal seluruh item

$p$  = proporsi subyek yang menjawab item “benar” atau “ya”

$q$  = proporsi subyek yang menjawab item “salah” atau “tidak”

$S$  = deviasi standar dari tes

$k$  = banyak item

b. Metode Kuder Richardson-21 (KR-21)

Metode KR-21 merupakan pengembangan metode KR-20. Pada prinsipnya, metode KR-21 merupakan alternatif lain untuk mencari reliabilitas alat ukur. Rumus KR-21 adalah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \cdot \left( 1 - \frac{\bar{X} - (k - \bar{X})}{k \cdot S^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{ii}$  = koefisien reliabilitas internal seluruh item

$S$  = deviasi standar dari tes

$k$  = banyak item

$\bar{X}$  = mean

c. Metode Tes Ulang (*Test-Retest*)

Pada metode tes ulang, orang mempergunakan alat pengukuran yang sama, diberikan kepada sejumlah subyek yang sama pada saat yang berbeda, namun kondisi pengukuran dijaga agar tetap relatif sama.

Proses pengulangan ini tampaknya sederhana dan mudah akan tetapi memiliki banyak hambatan. Oleh karena itu metode tes ulang ini sangat jarang digunakan (Rianse dan Abdi, 2009).

d. Metode Bentuk Paralel atau Sejajar (*Parallel-Forms*)

Tujuan dari metode paralel dan sejajar ini adalah untuk menyelidiki gejala secara sempurna dari semua faktor. Untuk pengukuran para subyek diberikan item sebanyak-banyaknya, yang memungkinkan pengidentifikasian semua faktor. Saat ini, metode jenis ini sudah sangat jarang digunakan oleh para peneliti (Rianse dan Abdi, 2009).

e. Metode Belah Dua

Pada prinsipnya metode ini merupakan suatu metode pengukuran reliabilitas untuk mengatasi kelemahan yang terdapat pada metode tes ulang dan metode sejajar atau paralel. Metode belah dua menggunakan sebuah tes dan dicobakan satu kali, yang membedakan dengan metode tes ulang: satu seri dicobakan dua kali (Rianse dan Abdi, 2009).

f. Metode Analisis Varians (Anova) Hoyt

Pengukuran reliabilitas dengan metode ini melibatkan analisis varians dalam penentuan reliabilitas alat ukur. Dengan metode anova, metode ini melibatkan 6 langkah untuk mendapatkan nilai koefisien reliabilitas seluruh item pertanyaan (membutuhkan waktu yang relatif lama dalam penyelesaiannya sehingga tidak efisien). Karenanya metode ini juga jarang digunakan dalam banyak kasus penelitian (Rianse dan Abdi, 2009).

g. Metode Alpha

Metode ini merupakan metode untuk mencari nilai reliabilitas internal (*internal consistency*), dengan menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran. Metode ini diusulkan oleh Cronbach, sehingga biasa disebut pengujian koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* (Rianse dan Abdi, 2009).

Ketujuh jenis metode reliabilitas tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan dan menghasilkan koefisien reliabilitas yang berbeda pula.. hal ini dikarenakan ketujuh metode memiliki asumsi berbeda dan prosedur pelaksanaannya juga tidak sama. Metode yang paling sering digunakan dalam berbagai penelitian adalah metode belah dua dan metode alpha (Rianse dan Abdi, 2009).

## 5. Pengertian Rumah Makan

Menurut UU RI No. 34 Tahun 2000, restoran adalah tempat menyantap makanan dan minuman yang disediakan dengan dipungut bayaran, tidak

termasuk usaha jenis tataboga atau catering. Menurut Suarhana (2006:23) restoran adalah tempat usaha yang komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pelayanan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya.

Sihite (2000:16) menyatakan restoran adalah: “suatu tempat dimana seseorang yang datang menjadi tamu yang akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun malam sesuai dengan jam bukanya dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan sesuai daftar yang disediakan di restoran itu”. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa restoran adalah tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang berhubungan dengan atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan telah banyak dilakukan dengan objek dan pendekatan yang berbeda, bidang industri yang berbeda, kemungkinan variabel memiliki kualitas yang berbeda pula. Di sisi lain dengan pengukuran variabel yang sama tingkat kualitas jasa yang berbeda. Pada jenis industri yang berbeda, bahkan diantara industri jasa yang sejenis, tingkat kualitas jasa dapat berbeda. Penelitian terdahulu terkait judul yang serupa telah dilakukan oleh Aryati (2013), Habsari (2015), Khairan (2014), Mandasari (2011), Puspita (2014), Sarianti (2011), dan Wulandari (2011) disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

| No. | Peneliti                  | Keterangan   |
|-----|---------------------------|--|
| 1.  | Arinta Dea Puspita (2014) | <p>Judul: Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode SERVQUAL (Service Quality) dan QFD (Quality Function Deployment) (Studi Kasus Di Prime Chicken).</p> <p>Alat analisis: Metode SERVQUAL (<i>Service Quality</i>) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas</p> <p>Atribut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan tempat parkir yang luas</li> <li>2. Kebersihan ruangan restoran cepat saji</li> <li>3. Kebersihan dan kerapian pada penampilan karyawan</li> <li>4. Kemudahan pelanggan dalam membaca menu</li> <li>5. Keberadaan jumlah toilet telah memadai</li> <li>6. Ketersediaan tempat cuci tangan yang bersih dan fasilitas pendukung cuci tangan yang lengkap</li> <li>7. Ketersediaan tempat ibadah (mushollah) dan terdapat fasilitas pendukung yang lengkap</li> <li>8. Keberadaan jumlah kasir yang melayani dapat memadai jumlah pelanggan (saat ramai)</li> <li>9. Ketersediaan area yang luas untuk merokok</li> <li>10. Ketersediaan dan kelengkapan menu yang ada di restoran cepat saji</li> <li>11. Ketersediaan fasilitas <i>delivery order</i> (pemesanan via telepon) dalam partai besar maupun kecil</li> <li>12. Kegunaan dari berbagai media dapat berjalan dengan baik sebagai promosi</li> <li>13. Ketepatan waktu pelayanan (perjanjian maksimal 10 menit)</li> <li>14. Kejelasan menyampaikan informasi terkait dengan promosi yang dilakukan</li> <li>15. Kemampuan kasir untuk menghitung dengan teliti</li> <li>16. Kecepatan serta ketanggapan yang baik dari pihak manajemen restoran cepat saji dalam menanggapi keluhan pelanggan</li> <li>17. Kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak</li> <li>18. Kejelasan karyawan dalam menyampaikan menu yang tersedia di restoran cepat saji</li> <li>19. Ketersediaan tempat parkir yang aman dan nyaman</li> <li>20. Kenyamanan dan keamanan dapat ditonjolkan di restoran cepat saji</li> <li>21. Pemberian jaminan penggantian menu makanan jika ditemukan makanan kurang sesuai</li> </ol> |

---

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | 22. Kesiediaan petugas restoran cepat saji Prime Chicken untuk membantu pelanggan tanpa diminta |
|  |  | 23. Keramahan dan kesopanan karyawan dalam memberikan layanan                                   |
|  |  | 24. Kecepatan dalam pemberian solusi dari pihak manajemen, jika terjadi keluhan dari pelanggan  |
|  |  | 25. Komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan dalam pelayanan                       |

---

|    |                      |                |  |
|----|----------------------|----------------|--|
| 2. | Dwi Aryati<br>(2013) | Judul:         | Analisis Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Pada Dua Restoran di Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Kota Bandarlampung.   |
|    |                      | Alat analisis: | Analisis deskriptif dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).  |
|    |                      | Atribut:       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian rasa</li> <li>2. Kehalalan</li> <li>3. Keragaman menu</li> <li>4. Ketersediaan menu</li> <li>5. Konsistensi menu</li> <li>6. Kesesuaian harga</li> <li>7. Kecepatan dan kemudahan dalam melayani pemesanan</li> <li>8. Keadilan pelayanan ( tidak diskriminasi )</li> <li>9. Ketelitian pencatatan pemesanan</li> <li>10. Ketelitian perhitungan pembayaran</li> <li>11. Ketanggapan terhadap ketidaksesuaian</li> <li>12. Kerapihan pramusaji</li> <li>13. Keramahan pramusaji</li> <li>14. Kesesuaian lokasi restoran ( strategis )</li> <li>15. Kebersihan dan kerapihan restoran</li> <li>16. Keserasian dekorasi ruangan</li> <li>17. Ketersediaan variasi pilihan tempat duduk</li> <li>18. Ketersediaan toilet</li> <li>19. Ketersediaan cuci tangan</li> <li>20. Kenyamanan restoran</li> </ol> |

---

---

|    |                                       |   |
|----|---------------------------------------|---|
|    |                                       | 21. Ketersediaan tempat ibadah  |
|    |                                       | 22. Ketersediaan music  |
| 3. | Intan<br>Kamilia<br>Habsari<br>(2015) | <p>Judul: <i>The Measurement of Service Quality on Costumers Satisfaction in “Ayam Qu” Restaurant Malang</i></p> <p>Alat Analisis: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis faktor, Analisis Asumsi Klasis, Regresi Linear Berganda.</p> <p>Atribut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penampilan karyawan “AYAM QU” sudah bersih dan rapi.</li> <li>2. Kebersihan fasilitas umum yang diberikan oleh “AYAM QU” sangat baik.</li> <li>3. Lahan Parkir AYAM QU sudah cukup luas dan rapi.</li> <li>4. Peralatan makan di AYAM QU sudah lengkap.</li> <li>5. Bangunan dan interior AYAM QU menarik dan nyaman.</li> <li>6. Kemampuan dan keterampilan pelayanan pada “AYAM QU” sangat baik.</li> <li>7. Ketelitian penanganan administrasi dalam hal pemberian struk pembelian, nomor meja, dan penghitungan total pembayaran pada “AYAM QU” sangat baik.</li> <li>8. Harga yang tertera di menu dan bill sudah sesuai.</li> <li>9. Penyajian menu sudah sesuai dengan pesanan.</li> <li>10. Kualitas menu yang disajikan selalu konsisten.</li> <li>11. Kesiediaan pegawai membantu konsumen yang datang pada “AYAM QU” sangat baik.</li> <li>12. Kesiediaan pegawai dalam menerima saran dan keluhan konsumen pada “AYAM QU” sangat baik.</li> <li>13. Kesiediaan dan Kemauan Pegawai untuk menginformasikan menu.</li> <li>14. Respon yang cepat dan baik dalam penanganan saran, kritik dan pertanyaan di social media</li> <li>15. Pelayanan pegawai AYAM QU yang cepat dan tepat.</li> <li>16. Keramahan, dan kesopanan terhadap pelanggan yang telah diberikan oleh pegawai “AYAM QU” sangat baik.</li> <li>17. Penyajian menu (halalan thayyiban, nikmat dan sehat) yang diberikan pada “AYAM QU” sangat baik.</li> <li>18. Pegawai AYAM QU terlihat terlatih, kompeten, dan berpengalaman dalam bekerja.</li> </ol> |

---

- 
19. Pelanggan merasa aman dan nyaman ketika berada di “AYAM QU”
  20. Pegawai sangat peduli dan mau untuk berbicara dengan pelanggan.
  21. Kemudahan akses dalam pembelian produk pada “AYAM QU” sangat baik.
  22. Pemahaman menu yang dibutuhkan oleh pelanggan pada “AYAM QU” sangat baik.
  23. Jam buka sudah sesuai dengan kemauan pelanggan.
  24. Pegawai sangat peduli terhadap kebutuhan dan kemauan pelanggan
  25. Pegawai tanggap memperbaiki kesalahan.
- 

|    |                                  |                |  |
|----|----------------------------------|----------------|--|
| 4. | M. Farhanul<br>Khairan<br>(2014) | Judul:         | Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Sari Bundo Cabang Merak dengan Menggunakan Metode Service Quality.  |
|    |                                  | Alat Analisis: | Metode <i>Service Quality</i> (SERVQUAL).<br>Uji Validitas dan Uji Reliabilitas  |
|    |                                  | Atribut:       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan tempat parkir yang memadai</li> <li>2. Ketersediaan tempat mengambil makanan yang bersih</li> <li>3. Ketersediaan ruang makan yang bersih</li> <li>4. Keterediaan ruang makan dengan tata letak yang teratur dan tersusun</li> <li>5. Ketersediaan tempat cuci tangan (wastafel) yang bersih</li> <li>6. Ketersediaan toilet yang bersih</li> <li>7. Ketersediaan tempat ibadah (mushola) yang bersih</li> <li>8. Ketersediaan perlengkapan makan yang memadai dan layak pakai</li> <li>9. Ketersediaan perlengkapan makan yang bersih dan tersusun rapih</li> <li>10. Karyawan menggunakan pakaian seragam kerja yang rapih dan bersih</li> <li>11. Menyajikan makanan dengan cita rasa yang enak</li> <li>12. Menyajikan minuman dengan cita rasa yang enak</li> <li>13. Menyajikan makanan dengan beraneka ragam pilihan</li> <li>14. Kecepatan karyawan dalam melayani setiap permintaan konsumen</li> <li>15. Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan tak e away (bungkus)</li> <li>16. Kasir yang cepat dan akurat dalam melayani proses pembayaran</li> <li>17. Sikap karyawan yang sopan dan ramah kepada konsumen</li> </ol> |

---

- 
18. Menyajikan makanan dan minuman yang bersih dan higienis
  19. Memberikan transparansi harga yang dikenakan kepada konsumen
  20. Memberikan rasa aman kepada konsumen dalam memarkirkan kendaraan
  21. Memberikan rasa nyaman kepada konsumen dari gangguan pihak luar (pengamen/pengemis)
  22. Lokasi rumah makan yang strategis dan mudah dijangkau
  23. Mudah dihubungi melalui telepon saat konsumen akan memesan makanan (*delivery*)
  24. Karyawan berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti
  25. Tersedianya tempat untuk menampung keluhan konsumen (kotak saran)
  26. Tersedianya fasilitas internet (*wifi*)
  27. Tersedianya fasilitas hiburan (Televisi, *DVD*,Radio)
  28. Tersedianya fasilitas penunjang (*AC*/kipas angin)
- 

|    |                       |                                      |   |
|----|-----------------------|--------------------------------------|---|
| 5. | Vina Mandasari (2011) | Judul:<br>Alat analisis:<br>Atribut: | <p>Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data <i>Mining</i>: Studi Kasus XYZ.</p> <p><i>k-cross validation</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa makanan,</li> <li>2. Porsi</li> <li>3. <i>Dessert</i></li> <li>4. <i>Free internet access</i></li> <li>5. Tempat yang nyaman untuk anak</li> <li>6. Suasana restoran</li> <li>7. Kebersihan <i>washtuple</i></li> <li>8. Penyajian makanan</li> <li>9. Perilaku staf</li> <li>10. Harga makanan</li> <li>11. Diskon</li> <li>12. Lokasi</li> </ol> |
| 6. | Wenni Wulandari       | Judul:                               | <p>Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC) Kedaton Bandar Lampung.</p>   |

---

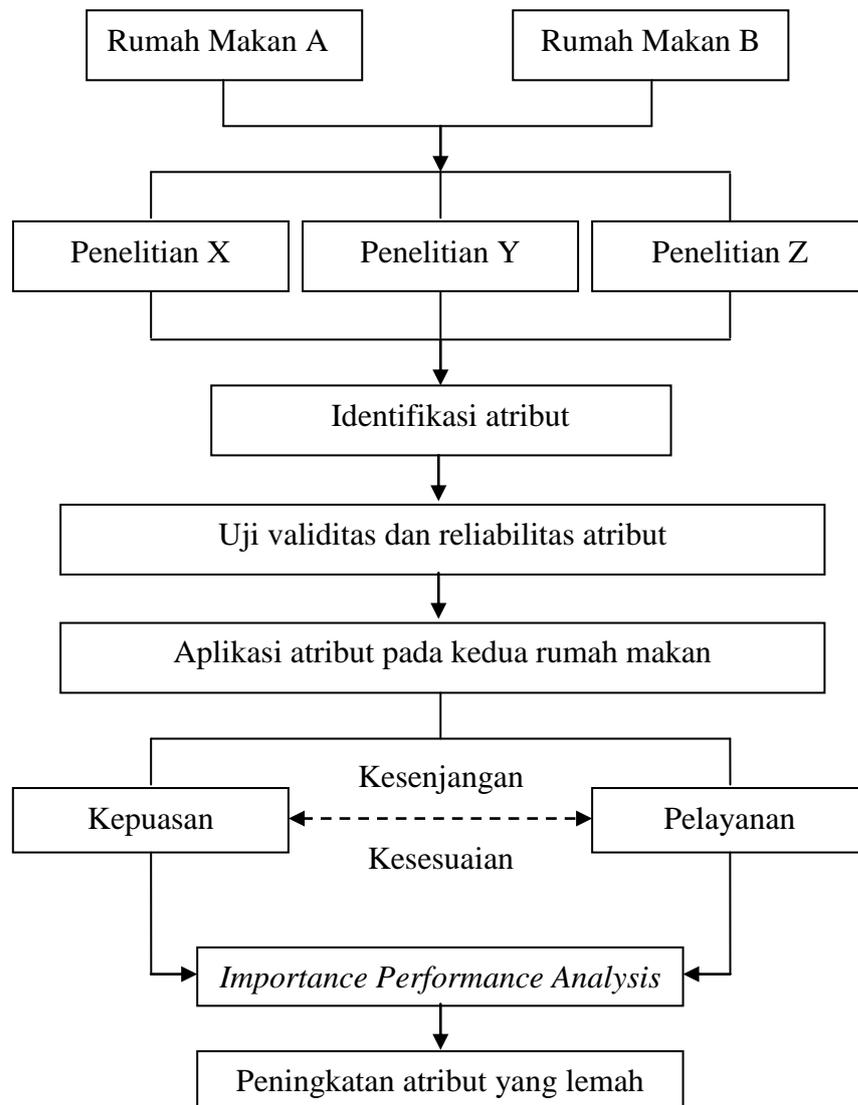
---

|                            |                |  |
|----------------------------|----------------|--|
| (2011)                     | Alat analisis: | Analisis deskriptif<br><i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>  |
|                            | Atribut:       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga makanan</li> <li>2. Citarasa</li> <li>3. Porsi produk</li> <li>4. Keragaman menu</li> <li>5. Ketersediaan produk</li> <li>6. Cara promosi</li> <li>7. Kebersihan dan kerapihan restoran</li> <li>8. Ketersediaan dan keamanan tempat parkir</li> <li>9. Kemampuan karyawan dalam menjelaskan menu</li> <li>10. Keramahan dan penampialan karyawan</li> <li>11. Kecepatan dalam melayani pesanan</li> </ol>   |
| 7. Tintin Sarianti (2011). | Judul:         | Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Midori <i>Japanese Restaurant</i> Cabang K.H Wahid Hasyim Jakarta Pusat.  |
|                            | Alat analisis: | <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i><br><i>Importance Performance Analysis (IPA)</i><br>Piramida Loyalitas   |
|                            | Atribut:       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cita rasa makanan dan minuman</li> <li>2. Porsi makanan dan minuman</li> <li>3. Aroma makanan dan minuman</li> <li>4. Kesegaran bahan makanan dan minuman</li> <li>5. Tampilan penyajian makanan dan minuman</li> <li>6. Harga makanan dan minuman</li> <li>7. Kesigapan pelayan</li> <li>8. Keramahan dan kesopanan pelayan</li> <li>9. Penampilan pelayan</li> <li>10. Kecepatan transaksi/pembayaran</li> </ol> |

---

- 
11. Ketersediaan area parkir
  12. Kemudahan akses ke lokasi restoran
  13. Kebersihan ruangan restoran
  14. Kenyamanan restoran
  15. Papan nama restoran
  16. Promosi restoran
  17. *Reward*/hadiah yang diberikan oleh restoran
  18. Kebersihan toilet dan wastafel
  19. Penataan eksterior dan interior restoran
  20. Kebersihan peralatan makan
  21. Ketersediaan fasilitas *customer service*
-

### C. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka pemikiran identifikasi atribut kepuasan dan pelayanan pada dua rumah makan nasi uduk di Kota Bandar Lampung.

Rumah makan A dan B merupakan rumah makan yang menyajikan menu makanan sejenis, yakni sama-sama menjual nasi uduk dan ayam goreng.

Kedua rumah makan ini termasuk rumah makan yang sudah lama berdiri di Kota Bandar Lampung, untuk tetap dapat terus bersaing dengan kompetitor lain baik rumah makan yang baru berdiri ataupun yang sudah lama, pihak

manajemen rumah makan harus memiliki strategi yang sesuai dengan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan pelayanan terbaik kepada setiap konsumen yang datang. Menilai apakah konsumen sudah puas dengan pelayanan yang diberikan, kedua pihak rumah makan perlu mengetahui atribut-atribut kepuasan dan pelayanan mana yang dianggap paling penting bagi konsumen untuk mencapai kepuasannya.

Penelitian tentang atribut kepuasan dan pelayanan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, namun beda rumah makan beda pula perlakuan yang diberikan. Identifikasi terhadap atribut kepuasan dan pelayanan pada rumah makan A dan B dilakukan dengan penyeleksian berbagai macam atribut dari beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan kondisi ke dua rumah makan dan dapat diterapkan oleh pihak manajemen.

Penyeleksian atribut kepuasan dan pelayanan dilakukan dengan bantuan kuesioner yang berisikan butir-butir pertanyaan tentang atribut yang dianggap konsumen dapat memberikan kepuasan maksimal. Butir-butir pertanyaan nantinya akan di uji apakah atribut tersebut valid dan reliabel untuk menilai kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan ke dua pihak rumah makan dengan uji validitas dan reliabilitas. Jika hasil uji tersebut dinyatakan telah valid dan reliabel maka atribut kepuasan dan pelayanan pada setiap butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diaplikasikan untuk menilai tingkat kepuasan di rumah makan A dan B.

Penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut kepuasan dan pelayanan yang diberikan kedua pihak rumah makan diukur menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) nantinya akan diperoleh hasil atribut-atribut manakan yang pelaksanaannya sudah baik dilakukan kedua rumah makan dan atribut yang pelaksanaannya perlu ditingkatkan untuk memberikan kepuasan maksimal pada setiap konsumen.

Atribut kepuasan dan pelayanan merupakan bagian dari variabel penelitian. Atribut kepuasan dan pelayanan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil seleksi yang merujuk pada tujuh penelitian terdahulu. Tidak semua atribut dalam tujuh penelitian terdahulu dapat diterapkan pada rumah makan, atribut yang dipilih hanya atribut yang sesuai dengan situasi dan kondisi di lokasi penelitian.

Masing-masing atribut nantinya dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui nilai korelasi dari tiap-tiap atribut kepuasan dan pelayanan. Atribut yang telah valid dan reliabel akan diaplikasikan pada rumah makan untuk mengetahui pelaksanaan dari setiap atribut kepuasan dan pelayanan. Atribut yang pelaksanaannya dinilai sudah baik harus dipertahankan sedangkan atribut yang masih lemah dapat segera diperbaiki pelaksanaannya oleh pihak rumah makan.

Atribut kepuasan dan pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Atribut penelitian

| Atribut                         | Sumber/Pustaka |   |   |   |   |   |   |
|---------------------------------|----------------|---|---|---|---|---|---|
|                                 | a              | b | c | d | e | f | g |
| <b>Produk</b>                   |                |   |   |   |   |   |   |
| 01. Cita rasa                   |                | √ |   | √ | √ | √ | √ |
| 02. Harga                       |                | √ | √ |   | √ | √ | √ |
| 03. Porsi                       |                |   |   |   | √ | √ | √ |
| 04. Keragaman menu              | √              | √ |   |   |   | √ |   |
| 05. Jaminan nutrisi             |                |   | √ | √ |   |   | √ |
| <b>Perhatian</b>                |                |   |   |   |   |   |   |
| 06. Konsistensi waktu           |                |   | √ |   |   |   |   |
| 07. Jaminan dari gangguan       |                |   |   | √ |   |   |   |
| 08. Kerapihan karyawan          |                | √ |   | √ |   |   |   |
| 09. Kecepatan pelayanan         |                | √ |   | √ |   | √ | √ |
| 10. Kemampuan memberi Informasi |                |   | √ | √ |   |   |   |
| 11. Kesopanan                   | √              |   | √ | √ |   | √ | √ |
| 12. Keramahan                   | √              | √ | √ |   |   | √ | √ |
| 13. Jaminan pergantian menu     | √              | √ | √ |   |   |   |   |
| 14. Kecepatan merespon keluhan  | √              |   | √ | √ |   |   |   |
| 15. Keadilan pelayanan          |                | √ |   |   |   |   |   |
| <b>Fasilitas</b>                |                |   |   |   |   |   |   |
| 16. Alat makan                  |                |   | √ | √ |   |   | √ |
| 17. Alat pendukung makan        |                |   | √ | √ |   |   |   |
| 18. Kenyamanan tempat           | √              | √ | √ |   | √ |   | √ |
| 19. Lokasi                      |                | √ |   | √ | √ |   | √ |
| 20. Transportasi umum           |                |   |   |   |   |   | √ |
| 21. Ketersediaan area parkir    | √              |   | √ | √ |   | √ | √ |
| 22. Keamanan parkir             | √              |   | √ | √ |   | √ |   |

Keterangan sumber:

(a): Puspita (2014)

(b): Aryati (2013)

(c): Habsari (2015)

(d): Khairan (2014)

(e): Mandasari (2011)

(f): Wulandari (2011)

(g): Sarianti (2011)

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional**

Konsep dasar dan batasan operasional merupakan pengertian dan petunjuk mengenai variabel yang akan diteliti untuk memperoleh dan menganalisis data yang berhubungan dengan penelitian. Konsep ini memperjelas dan menghindari kesalahpahaman mengenai pengertian tentang istilah-istilah dalam penelitian ini maka dibuat batasan operasional sebagai berikut :

##### 1. Konsumen

Konsumen merupakan pengunjung yang membeli produk pada ke dua rumah makan A dan B atau sudah pernah mengonsumsi produk maksimal satu bulan sebelum wawancara dilakukan.

##### 2. Pelayanan

Kegiatan langsung yang dilakukan oleh pihak rumah makan kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar tercapainya kepuasan konsumen.

##### 3. Kepuasan konsumen

Respon positif yang timbul pada konsumen saat pelayanan yang diberikan pihak rumah makan lebih dari atau sama dengan harapannya.

##### 4. Kesesuaian

Keadaan saat pelayanan yang diberikan pihak rumah makan

sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

## 5. Atribut

Karakteristik yang menggambarkan suatu objek, dalam penelitian ini terdapat 22 jenis atribut yang digunakan yaitu:

- a. Keragaman menu: variasi pilihan menu pelengkap yang ditawarkan.
- b. Porsi: nasi uduk yang dihidangkan memiliki porsi yang pas dengan keinginan konsumen.
- c. Cita rasa: nasi uduk memiliki rasa yang sesuai selera konsumen.
- d. Harga: harga yang diberikan rumah makan sesuai dengan cita rasa nasi uduk yang diperoleh konsumen.
- e. Jaminan nutrisi: nasi uduk dan menu pelengkap tidak mengandung bahan-bahan berbahaya (pemanis, pewarna, pengawet, dan lain-lain).
- f. Alat makan: kebersihan piring, gelas, sendok, dan garpu.
- g. Alat pendukung makan: tersedianya cuci tangan/kobokan, kain lap, dan tisu.
- h. Kenyamanan tempat: bersih, tidak berisik/bising, tempat duduk nyaman.
- i. Lokasi: lokasi rumah makan strategis.
- j. Transportasi umum: kemudahan mendapatkan transportasi umum seperti bus, angkutan kota, ojek.
- k. Area parkir: adanya lahan/tempat untuk parkir kendaraan milik konsumen.
- l. Keamanan parkir: kendaraan yang diparkirkan terjaga dengan baik (tidak hilang/kecurian).

- m. Konsistensi waktu: jam buka tutup yang sama di setiap harinya.
- n. Jaminan dari gangguan: tidak adanya gangguan dari pihak luar seperti pengemis dan pengamen jalanan.
- o. Kerapihan karyawan: penampilan karyawan, karyawan memakai baju seragam, berpakaian sopan, dan bersih.
- p. Kecepatan pelayanan: konsumen tidak menunggu terlalu lama setelah memesan menu yang diinginkan.
- q. Kemampuan memberi informasi: karyawan mendeskripsikan jenis makanan yang ada di daftar menu dan ketersediaan menu pada saat konsumen memesan.
- r. Kesopanan: karyawan tidak berkata dan berlaku kasar pada konsumen.
- s. Keramahan: memberikan senyum dan melayani semua konsumen dengan baik.
- t. Jaminan pergantian menu: jika terjadi ketidaksesuaian menu yang disajikan dengan yang dipesan oleh konsumen.
- u. Kecepatan merespon keluhan: pihak manajemen rumah makan segera melakukan perbaikan jika ada pengaduan dari konsumen.
- v. Perlakuan adil: tidak membedakan langganan dengan konsumen baru.

## **B. Metode Analisis Data**

Tujuan pertama dalam penelitian dijawab dengan analisis deskriptif kuantitatif. Pengolahan data menggunakan korelasi produk momen dan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut dalam kuesioner,

Tunjungsari (2015) dalam jurnalnya juga melakukan kedua pengujian ini. Tujuan ke dua dijawab dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), metode ini juga dilakukan oleh Aryati (2013) dan Gadung (2015).

Tingkat kepuasan merupakan harapan konsumen terkait pelayanan yang diberikan pihak rumah makan. Sedangkan tingkat pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap kinerja yang telah dilakukan pihak rumah makan. Baik tingkat kepuasan maupun tingkat pelayanan diukur dengan menggunakan skala likert. Secara rinci batasan skor untuk kedua variabel ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai bobot tingkat kepuasan dan tingkat pelayanan.

| Tingkat Kepuasan       | Tingkat Pelayanan | Skor |
|------------------------|-------------------|------|
| Sangat tidak memuaskan | Sangat tidak baik | 1    |
| Tidak memuaskan        | Tidak baik        | 2    |
| Cukup memuaskan        | Cukup baik        | 3    |
| Memuaskan              | Baik              | 4    |
| Sangat memuaskan       | Sangat baik       | 5    |

#### 1. Uji validitas

Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini ini adalah validitas konstruksi. Pilihan pada jenis validitas ini didasarkan pada tiga pertimbangan, yaitu: (a) relatif mudah untuk dilakukan, (b) tingkat keandalan hasil uji dengan validitas ini sangat baik, (c) variabel yang diukur biasanya berasal dari konstruksi teori (Rianse dan Abdi, 2009). Pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen dengan rumus *pearson product moment*, dengan persamaan sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2 \cdot (n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)\}}}$$

Keterangan

$r_{hitung}$  = koefisien korelasi

$\sum X_i$  = jumlah skor item

$\sum Y_i$  = jumlah skor total (seluruh item)

$n$  = jumlah responden

Selanjutnya dilakukan uji- $t$  untuk masing-masing item, dengan persamaan

sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$r$ : koefisien korelasi untuk masing-masing item

$n$ : jumlah responden

kaidah keputusan:

(a) jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  berarti tidak valid

(b) jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti valid.

## 2. Uji reliabilitas

Pengukuran uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode alpha, metode jenis ini merupakan suatu metode untuk mencari reliabilitas internal (*internal consistency*), dengan menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran. Metode ini diusulkan oleh Cronbach, sehingga biasa disebut pengujian koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* (Rianse dan Abdi, 2009). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{\alpha\alpha} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i}{St} \right]$$

Keterangan

$r_{\alpha\alpha}$  = nilai reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$S_i$  = varians skor tiap item pertanyaan

$St$  = varians total

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan dari atribut–atribut yang diajukan pada responden dalam kuesioner. Ghozali (2005) menjelaskan reliabilitas digunakan untuk mengetahui kereliabelan dari atribut–atribut yang diajukan pada responden dalam kuesioner. Kuesioner yang telah diuji reliabilitas apabila digunakan pada lokasi dan waktu yang berbeda maka akan memperoleh hasil yang sama. Uji reliabilitas menggunakan teknik *one shot*. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat *Cronbach's Alpha*. Bila:

- $\alpha$  positif dan  $\geq r$  tabel, maka butir tersebut reliabel
- $\alpha$  positif tetapi  $< r$  tabel, maka butir tersebut tidak reliabel

### 3. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* ini digunakan untuk menjawab tujuan ke dua yaitu pengaplikasian atribut-atribu yang telah teridentifikasi, nantinya akan diketahui sejauhmana kesesuaian antara aspek pelayanan dengan aspek kepuasan konsumen rumah makan A dan B.

*Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan alat analisis yang menggambarkan kinerja sebuah produk dibandingkan dengan harapan konsumen akan kinerja yang seharusnya ada, menggunakan diagram kartesius. Supranto (2006) menyatakan, bahwa untuk menggambarkan kinerja (*performance*) sebuah merek dibandingkan dengan harapan atau tingkat kepentingan (*importance*) yang dipersepsikan oleh konsumen dalam bentuk grafik digunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Sumbu mendatar (X) diisi dengan nilai rata-rata tingkat kepuasan unsur ke-i, dan sumbu tegak (Y) diisi dengan nilai rata-rata tingkat pelayanan unsur ke-i. Tahapan melakukan metode ini masing-masing dihitung dengan rumus :

1. Tingkat kesesuaian.

$$Tk_{\square} = \frac{x_{\square}}{y_{\square}} \times 100\%$$

Keterangan

$Tk_{\square}$  = tingkat kesesuaian responden.

$x_{\square}$  = skor penilaian pelayanan rumah makan.

$y_{\square}$  = skor penilaian kepuasan rumah makan.

2. Tingkat pelayanan dan tingkat kepuasan.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan

$\bar{X}_i$  = skor rata – rata tingkat pelayanan.

$\bar{Y}_i$  = skor rata – rata tingkat kepuasan.

$n$  = banyaknya responden sebagai sampel.

3. Rata-rata tingkat pelayanan dan kepuasan seluruh unsur pelayanan.

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{\square=1}^n \bar{X}_{\square}}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{\square=1}^n \bar{Y}_{\square}}{K}$$

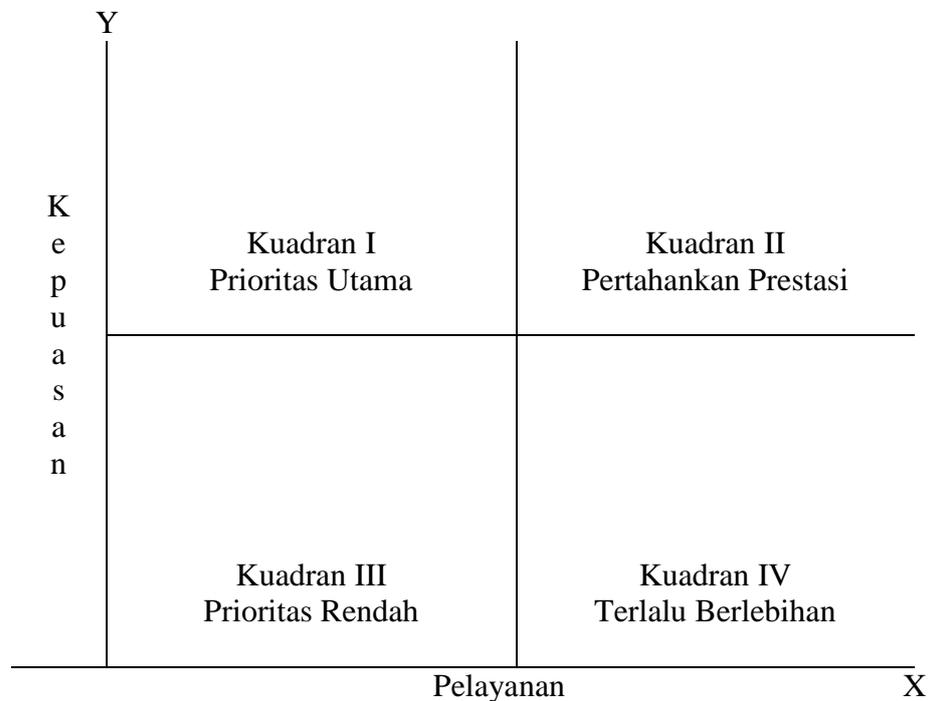
Keterangan

$K$  = banyaknya unsur pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

4. Diagram Kartesius.

Diagram kartesius dimulai dengan memasukkan semua unsur pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen ke dalam diagram, dapat dijelaskan peringkat jasa menurut kepentingan konsumen (*costumer's*

*importance*) dan pelayanan perusahaan (*company performance*), serta mengidentifikasi tindakan yang diperlukan.



Gambar 2. Diagram Kartesius

**Kuadran I** :kuadran ini menunjukkan unsur pelayanan yang tingkat kepentingannya di atas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak rumah makan sehingga tingkat pelayanan (*performance*) di bawah rata-rata, sehingga kurang memuaskan konsumen.

**Kuadran II** : kuadran ini menunjukkan unsur pelayanan yang dianggap oleh konsumen di atas rata-rata dan dilaksanakan pihak rumah makan dengan baik, pelayanan (*performance*) di atas rata-rata, sehingga konsumen puas.

Kuadran III : kuadran ini menunjukkan unsur pelayanan yang dilakukan dengan pas-pasan oleh pihak rumah makan dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh konsumen.

Kuadran IV : kuadran ini menunjukkan unsur pelayanan yang tidak begitu penting oleh konsumen yang dilaksanakan sangat baik oleh pihak rumah makan sehingga dianggap menjadi suatu yang mungkin sangat berlebihan.

### C. Metode Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan di dua rumah makan nasi uduk (A dan B) yang berlokasi di Jalan Kartini Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan ke dua rumah makan ini merupakan *icon* untuk tempat makan malam yang sudah familiar di kalangan masyarakat Kota Bandar Lampung, jarak antara ke dua rumah makan yang sama-sama menjual nasi uduk sebagai menu utamanya ini berdekatan namun ke duanya selalu ramai didatangi oleh konsumen serta kemudahan mengakses tempat karena lokasinya yang berada di pinggir jalan.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yaitu dengan metode *Accidental Sampling*.

Pertimbangan menggunakan metode *Accidental Sampling*, didasarkan pada kemudahan untuk melakukannya. Peneliti akan memilih siapa saja yang ditemui di lokasi penelitian dan bersedia untuk dijadikan responden.

Responden yang dimaksud adalah konsumen yang bersedia untuk diwawancara dengan kuesioner, pengunjung yang membeli produk pada ke dua rumah makan atau sudah pernah mengonsumsi produk maksimal satu bulan sebelum wawancara dilakukan.

Jumlah responden secara keseluruhan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. 60 responden untuk uji validitas dan reliabilitas kuesioner dengan pembagian 30 responden untuk masing-masing rumah makan dan 60 responden berbeda untuk penerapan atribut pada rumah makan dan pengujian tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan kedua pihak rumah makan dengan porsi pembagian jumlah responden yang sama seperti uji validitas dan reliabilitas. Jumlah ini dipilih karena menurut Gay dan Diehl (1992) 60 responden sudah dapat mewakili keseluruhan dari jumlah konsumen kedua rumah makan.

#### **D. Jenis Data dan Waktu Penelitian**

Data utama yang digunakan dalam penelitian adalah data hasil wawancara dengan konsumen menggunakan kuesioner. Selain itu, informasi dan data lainnya dikumpulkan dari studi literatur, publikasi dan pustaka lain yang berhubungan dengan penelitian, serta lembaga terkait, seperti Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung.

Waktu pengumpulan data untuk uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan pada Oktober 2015 yaitu pada minggu ke dua selama 14 hari, masing-masing 7 hari untuk setiap rumah makan. Pada November sampai Desember 2015

dilakukan pengumpulan datake dua untuk pengujian *Important Performance Analysis* dengan jumlah hari yang sama dengan pengumpulan data pertama.

#### **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

##### **A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian**

Kota Bandar Lampung merupakan ibukota Provinsi Lampung yang dijadikan sebagai pusat kegiatan pemerintahan, politik, pendidikan, kebudayaan, dan sebagai pusat perekonomian Provinsi Lampung. Jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung 2014 berjumlah 979.087 jiwa, yang terdiri dari 493.211 jiwa penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 485.876 jiwa penduduk berjenis kelamin perempuan. Laju pertumbuhan penduduk Kota Bandar Lampung 2010-2015 adalah sebesar 2,24 angka tersebut menunjukkan pertumbuhan penduduk positif atau terjadi penambahan jumlah penduduk dari periode sebelumnya. Nilai Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandar Lampung untuk penyediaan makan minum pada 2014 adalah sebesar 616.353,8 nilai ini meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 573.467,6 (BPS Kota Bandar Lampung, 2014).

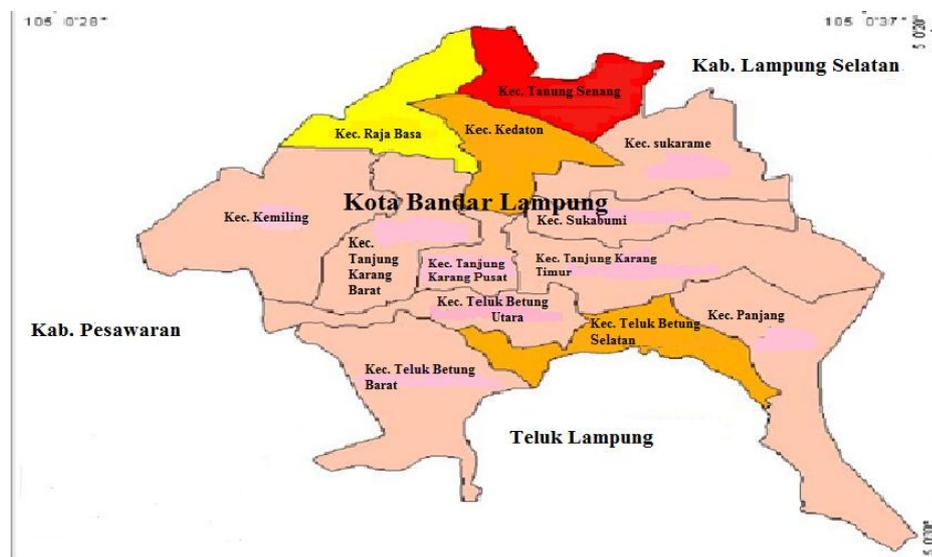
Luas Kota Bandar Lampung adalah sebesar 296,00 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 20 kecamatan dan 126 kelurahan. Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kelurahan Tanjung Karang merupakan salah satu nya dan menjadi daerah lokasi penelitian. Kecamatan Tanjung Karang Pusat merupakan jantung Kota Bandar Lampung. Selain merupakan pusat perdagangan umum dan jasa

umum, Kecamatan Tanjung Karang Pusat juga merupakan pusat kegiatan perekonomian yang secara ekonomis menguntungkan bagi pertumbuhan Kota Bandar Lampung. Letaknya yang strategis di pusat kota menjadikan daerah ini sebagai salah satu pusat kegiatan perekonomian.

Secara geografis batas wilayah Kecamatan Tanjung Karang Pusat adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Kedaton.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Utara.
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Karang Timur.
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Karang Barat

(Monografi Kecamatan Tanjung Karang Pusat, 2012).



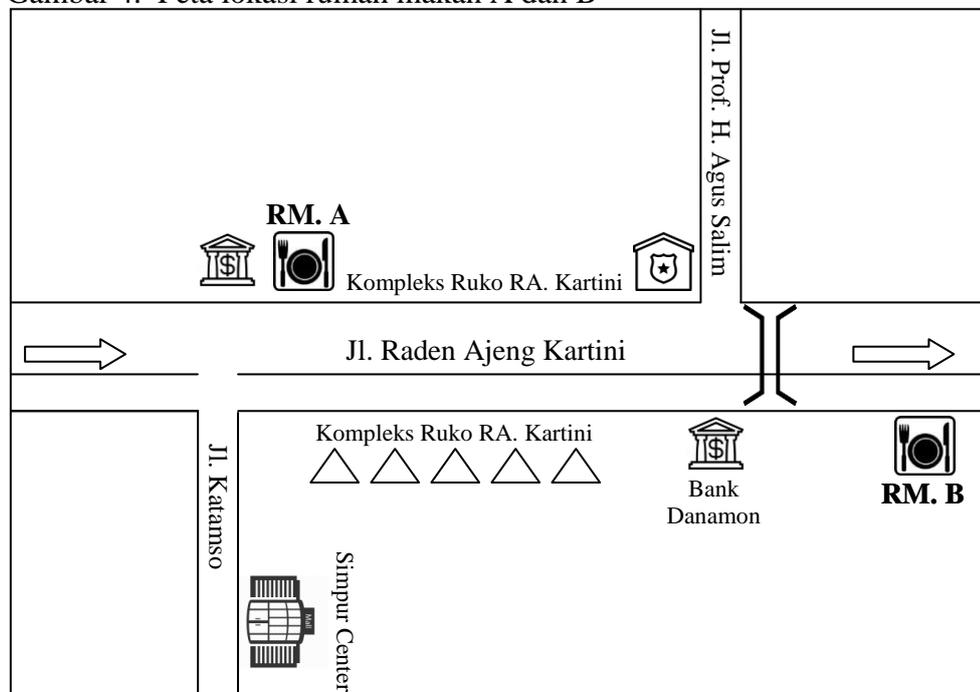
Gambar 3. Peta wilayah penelitian.

## B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Rumah makan A dan B merupakan rumah makan yang berlokasi di kompleks pertokoan (ruko) yang ada di sepanjang Jalan Raden Ajeng Kartini,

Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, seperti yang tertera pada Gambar 4.

Gambar 4. Peta lokasi rumah makan A dan B



### 1. Rumah Makan A

Rumah makan A berada di area parkir kompleks pertokoan (ruko), konsumen tidak dapat menjumpai warung tenda rumah makan ini di siang hari karena rumah makan A baru membuka warung tenda nya mulai pukul 17.00 – 24.00 WIB dan buka setiap hari. Menu andalan rumah makan ini adalah nasi uduk dan ayam goreng, selain ayam goreng rumah makan ini menyajikan makanan pelengkap lain seperti tahu-tempe goreng, paru goreng, sate usus, ati ampela goreng, telur, dan tidak ketinggalan sambal, kerupuk serta lalapan. Rumah makan A juga menyediakan aneka minuman segar seperti aneka jus, es teh, kopi panas/dingin, soft drink, dan

es tawar. Harga yang ditawarkan rumah makan ini berkisar Rp 5.000 – Rp 15.000 untuk makanan dan Rp 2.000 – Rp 13.000 untuk minuman.

## **2. Rumah makan B**

Rumah makan B terletak tidak jauh dari rumah makan A namun berbeda dengan rumah makan A, rumah makan B sudah memiliki ruko tersendiri lengkap dengan plang nama rumah makan tersebut. Rumah makan B memiliki dua buah cabang lain yakni di Jalan Pangeran Antasari No. 96 Tanjung Karang dan Jalan Diponegoro No. 98 Teluk Betung. Menu andalan rumah makan yang beroperasi mulai pukul 17.00 – 24.00 WIB ini adalah nasi uduk lengkap dengan sambal dan bawang goreng serta ayam kampung goreng yang menjadi primadona menu di rumah makan ini.

Rumah makan yang buka setiap hari ini tidak hanya menyediakan nasi uduk sebagai menu pilihan makanan, pihak rumah makan juga menawarkan nasi putih, nasi goreng, mie goreng/rebus, sop kaki sapi serta semur dan rendang daging. Menu pelengkap lain tersedia aneka paru, usus, babat, tahu-tempe goreng, ati ampela, telur asin, emping goreng dan lalapan. Minuman yang ditawarkan mulai dari es tawar, es teh manis, kopi, teh botol, aneka soft drink, es cendol, aneka jus buah (jeruk, alpukat, melon, mangga, jambu dan sirsak) serta aneka jenis minuman dalam kemasan. Kisaran harga yang ditawarkan untuk makanan mulai dari Rp 2.500 – Rp 25.000 sedangkan untuk minuman Rp 2.000 – Rp 13.000.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil identifikasi atribut kepuasan konsumen dan pelayanan rumah makan diperoleh 20 jenis atribut, yaitu:
  - a. Produk: keragaman menu, porsi, cita rasa, harga, dan jaminan nutrisi.
  - b. Perhatian: kerapihan karyawan, kecepatan pelayanan, kemampuan memberikan informasi, kesopanan, keramahan, jaminan pergantian menu, kecepatan merespon keluhan, keadilan pelayanan, dan konsistensi waktu.
  - c. Fasilitas: alat makan, alat pendukung makan, lokasi, transportasi umum, ketersediaan area parkir, dan keamanan parkir.
  - d. Atribut kepuasan konsumen dan pelayanan rumah makan dinyatakan dalam bentuk skor dan diperoleh hasil pada rumah makan A dan B atribut keragaman menu, harga, kemampuan memberikan informasi, kemudahan akses transportasi, dan ketersediaan tempat parkir memiliki skor terendah.
2. Hasil analisis *Importance Performance Analysis*, atribut kepuasan konsumen dan pelayanan rumah makan yang telah teridentifikasi dapat

diterapkan pada rumah makan, namun pada atribut harga, ketersediaan tempat parkir, dan keamanan parkir perlu dilakukan perbaikan oleh pihak rumah makan.

## **B. Saran**

1. Sebaiknya ke dua pihak rumah makan A dan B segera melakukan perbaikan dan peningkatan untuk atribut kepuasan dan pelayanan yang dinilai lemah oleh konsumen, seperti harga, ketersediaan area parkir, keamanan area parkir, serta kecepatan pihak manajemen rumah makan dalam merespon keluhan konsumen guna memaksimalkan tingkat kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryati, D. Hudoyo, A. Kasymir, E. 2013. Analisis Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Pada Dua Restoran di Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung. *JIIA*: Volume 1 No. 2: 118-125.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2014. Kota Bandar Lampung dalam Angka. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Gadung, A. Zakaria, W.A. Murniati, K. 2015. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia (SB-CBD) di Kota Bandar Lampung. *JIIA*: Volume 3 No 4: 377-384.
- Gay, L.R. dan Diehl, P.L. 1992. *Research Methods for Business and Management*. McMillan Publishing Company. New York.
- Habsari, I. 2015. *The Measurement of Service Quality on Costumers Satisfaction in "Ayam Qu" Restaurant Malang*. Skripsi. Program Studi Peternakan. Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya. Malang.
- Khairan, M.F. Arijanto, S. Liansari, G. 2014. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Sari Bundo Cabang Merak dengan Menggunakan Metode Service Quality. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*: Volume 02 No. 03: 315-326.
- Kotler, P. dan Gary, A. 2002. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Klaten.
- Mandasari, V. Tama, B.A. 2011. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining: Studi Kasus XYZ. *Jurnal Generic*: Volume 6 No. 1: 25-28.
- Puspita, A.D. Dania, W.A.P. Putri, S.A. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode SERVQUAL (Service Quality) dan QFD (Quality Function Deployment) (Studi Kasus Di Prime Chicken). *Jurnal lulusan TIP FTP UB*: 1 (5): 17-35.

- Rangga KK. 2014. Keefektifan Kelompok Afinitas Usaha Mikro dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Rumah Tangga di Desa Mandiri Pangan Provinsi Lampung. *Disertasi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Analisis Kasus PLN-JP*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rianse, U. Abdi. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sarianti, T. Putriana, R.P.E. 2011. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Midori *Japanese Restaurant* Cabang K.H Wahid Hasyim Jakarta Pusat. *Jurnal Sains Terapan*: 1-18.
- Sekaran, U. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Karya. Jakarta.
- Tunjungsari, M. Haryono, D. Lestari, D.A. 2015. Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Ibu Rumah Tangga dalam Mengonsumsi Santan Sun Kara di Kota Bandar Lampung. *JIA*: Volume 3 No 3: 322-328.
- Wulandari, W. 2011. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kedaton Bandar Lampung. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Lampung.