

**IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN DAN PELAYANAN PADA
RUMAH MAKAN OLAHAN BEBEK DI KOTA BANDAR LAMPUNG
(Skripsi)**

Oleh

THERESIA LILIK TRIANI



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

ABSTRACT

THE IDENTIFICATION ATTRIBUTES OF SATISFACTION AND SERVICE AT RESTAURANT PROCESSED DUCK FOOD IN THE BANDAR LAMPUNG CITY

By

Theresia Lilik Triani

The rapid growth of the restaurant makes the competition tougher. To survive in it, a restaurant must satisfy its consumers. Consumers' satisfaction consists of its attributes. The main objective of this study is to identify the attributes of consumers' satisfaction and services at the restaurant. Respondents of this research are drawn by accidental sampling method. The data is collected at two processed duck food restaurants by interviewing 120 respondents using questionnaires. The questionnaires are included the scores of satisfaction and service attributes that are first analyzed its validity and reliability. The attributes identified in this study are taste, price, portion suitability product, diversity of menu, innovation, nutrition, fairness of service, consumer priority, hospitality, politeness, cleanliness of restaurant, service speed, communication skill, responsiveness of giving menu, the ability of explaining menu, care, willingness for answering questions, the ability of answering questions, responsiveness of consumer's need, responsiveness of nonconformity, ease of payment, neatness of serving, awareness of apologizing, responsiveness of suggestion, location, parking area, seating, toilet and completeness of cutlery. The results showed that there were 28 identified attributes of consumers' satisfaction and services achieved by interviewing 60 respondents. The restaurants service attributes and customers' satisfaction that had been identified can be applied on 60 other respondents to determine which attributes need to be enhanced by the restaurant in order to meet customers' satisfaction.

Keywords: consumers, reliability, satisfaction and service, validity

ABSTRAK

IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN DAN PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN OLAHAN BEBEK DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Theresia Lilik Triani

Pesatnya pertumbuhan rumah makan membuat persaingan ketat. Untuk bertahan hidup didalamnya, sebuah rumah makan harus memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terdiri dari berbagai atribut. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atribut kepuasan dan pelayanan. Responden dari penelitian ini diambil dengan metode *accidental sampling*. Data tersebut dikumpulkan dari dua rumah makan olahan bebek dengan mewawancarai 120 responden melalui kuesioner. Nilai pada kuesioner dari atribut kepuasan dan pelayanan yang pertama dianalisis dengan validitas dan reliabilitas. Atribut yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah atribut rasa, harga, porsi, kesesuaian produk, keragaman menu, inovasi, nutrisi, keadilan pelayanan, keprioritasan konsumen, keramahan, kesopanan, kebersihan, kecepatan melayani, kemampuan berkomunikasi, ketanggapan memberikan daftar menu, kemampuan menjelaskan menu, kepedulian, kesediaan menjawab pertanyaan, kemampuan menjawab pertanyaan, ketanggapan pada kebutuhan, ketanggapan pada ketidaksesuaian, kemudahan pembayaran, kerapihan menghadirkan, kesadaran meminta maaf, ketanggapan pada saran, lokasi, tempat parkir, tempat duduk, toilet, kelengkapan alat makan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 28 atribut kepuasan dan pelayanan yang diidentifikasi yang diperoleh dengan mewawancarai 60 responden. Atribut kepuasan dan pelayanan yang telah diidentifikasi dapat diterapkan pada 60 responden lain dalam menentukan atribut yang perlu ditingkatkan oleh rumah makan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Kata kunci: kepuasan dan pelayanan, konsumen, reliabilitas, validitas

**IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN DAN PELAYANAN RUMAH MAKAN
OLAHAN BEBEK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Theresia Lilik Triani

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 RUMAH MAKAN OLAHAN BEBEK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Theresia Lilik Triani**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1114131112

Program Studi : Agribisnis

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc.
NIP 19600818 198610 1 001

Ani Suryani, S.P., M.Sc.
NIP 19820303 200912 2 008

2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
NIP 19630203 198902 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji


Ketua

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



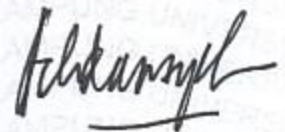
Sekretaris

: **Ani Suryani, S.P., M.Sc.**



Penguji

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



2. Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Irywan Sukri Banuwa, M.Si.

NIP. 19611020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **20 Oktober 2016**

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Beringin Kencana, Kalianda pada tanggal 11 Januari 1993. Penulis adalah putri kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan bapak Antonius Purwanto dan ibu Maria Wasinem.

Penyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 01 Beringin Kencana pada tahun 2005, tingkat SLTP di SMP Dewantara Candipuro pada tahun 2008 dan tingkat SMA di SMA Xaverius Pringsewu pada tahun 2011. Penulis diterima di Universitas Lampung, Fakultas Pertanian, Jurusan Agribisnis pada tahun 2011.

Selama masa menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung Bidang Kewirausahaan. Pada tahun 2012, penulis mengikuti kegiatan *Homestay* selama 5 hari di desa Gerning Kabupaten Pesawaran. Pada tahun 2014, penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) selama 30 hari di PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kotabumi, Lampung Utara pada bagian Logistik dan Pemasaran. Pada tahun 2015, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di desa Negeri Ujan Mas Kecamatan Gunung Labuhan, Waykanan.

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kuhaturkan pada Tuhan Yesus atas segala kemudahan, berkat dan karunia yang Engkau berikan selama ini.

Teriring doa, rasa syukur dan dengan segala kerendahan hati,

kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

Kedua Orang Tuaku Antonius Purwanto dan Maria Wasinem,

Dan seluruh teman-temanku dan keluarga besarku yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan motivasi dalam mencapai

keberhasilanku.

Serta almamaterku tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur penulis haturkan pada Tuhan Yesus yang senantiasa melimpahkan berkat dan rahmat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Identifikasi Atribut Kepuasan dan Pelayanan Rumah Makan: Studi Kasus pada Dua Rumah Makan Olahan Bebek di Kota Bandar Lampung” ini tepat pada waktunya.

Dengan telah selesainya skripsi ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, antara lain:

1. Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc., selaku dosen pembimbing utama, yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis serta memberikan masukan dan nasihatnya dalam penulisan skripsi ini.
2. Ani Suryani, S.P., M.Sc. selaku dosen pembimbing kedua, yang juga telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis serta memberikan masukan, arahan dan nasihat kepada penulis.
3. Ir. Achdiansyah Soelaiman, M.P sebagai dosen penguji skripsi, atas saran dan arahan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si sebagai dosen pembimbing akademik, atas saran dan motivasi yang diberikan kepada penulis
5. Orang tuaku tercinta bapak Antonius Purwanto dan Ignasius Sugimin. Ibu Maria Wasinem dan Yustina Salamah atas limpahan kasih sayang, doa, dukungan serta motivasinya.

6. Kakak dan adikku tercinta Andrianus Wiwit Setiadi, Sesilia Susianti dan Sisilia Nanik Riani.
7. Master terbaikku Ignasius Budi Santoso atas doa, dukungan, motivasi serta semangat yang diberikan kepada penulis selama ini.
8. Sahabat dan anakku tersayang Fransiska Hesti Rahayu, Bernadetta Niken Apriani atas doa, semangat dan dukungannya.
9. Teman-teman terbaikku Winda Verawati Sijabat, Siti Asih Handayani, Moriska Purba, Lindi Fidalia, dan Tripujiana atas bantuan, doa, dukungan serta keceriaan yang diberikan kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuanganku, Elisa, Ayu Prasetyawati, Widya Agustin Ningtias atas kebersamaan, bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis.
11. Teman-teman baikku Nyoto, Habibi, Putri, Ayu vidya, Alghoziyah, Ica, Faridatu, Wulan, Venny, Selin, Fachira, Ema, Geta, Dian fatma, Juwita, Mariana, Meri, Tuda, Vani, Dita, Ester dan teman-teman Agribisnis 2011 lainnya atas pengalaman dan kebersamaan yang telah diberikan. Semoga kelak kesuksesan menyertai kita semua.
12. Kakak-kakak tingkat 2008, 2009 dan 2010 terimakasih atas bantuan, semangatnya selama ini yang diberikan kepada penulis.
13. Adik-adik tingkat 2012, 2013 dan 2014 terimakasih atas bantuan dan semangatnya selama ini yang diberikan kepada penulis.
14. Karyawan- karyawati jurusan Agribisnis, Mba Iin, Mba Aie, Mba Fitri, Mas Bukhori, Mas Kardi, Pak Acin terimakasih atas bantuannya kepada penulis

15. Semua pihak yang telah membantu demi terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, akan tetapi penulis berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Akhirnya, penulis meminta maaf jika terdapat kesalahan dan kepada Tuhan Yesus penulis mohn ampun.

Bandar Lampung, 2016

Penulis

Theresia Lilik Triani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan	5
D. Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	7
B. Perilaku Konsumen	9
C. Kepuasan Konsumen	11
D. Atribut Mutu Prodduk dan Mutu Layanan	13
E. Rumah Makan	15
F. Penelitian Terdahulu	16
G. Kerangka Pemikiran	22
III. METODE PENELITIAN	
A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional	28
B. Prosedur Penelitian	32
C. Metode Analisis Data	33
D. Penentuan Responden	40
E. Jenis dan Waktu Pengumpulan Data	41
IV. GAMBARAN UMUM	
A. Gambaran Umum Wilayah	42
B. Gambaran Umum Rumah Makan	43
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	44
B. Hasil Identifikasi Atribut	49
C. Skor Atribut Kepuasan dan Pelayanan	52
D. <i>Importance Performance Analysis</i>	56
1. Analisis Tingkat Kesesuaian	56
2. Analisis Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Rumah Makan	58
E. Diagram Kartesius	59

VI. KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74
PERHITUNGAN	101
KUESIONER	106

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian tentang atribut pelayanan	3
2. Penelitian terdahulu	16
3. Atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan yang teridentifikasi	26
4. Skala bobot tingkat kepuasan dan pelayanan	37
5. Sebaran responden berdasarkan usia	45
6. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin	45
7. Sebaran responden berdasarkan pekerjaan	46
8. Sebaran responden berdasarkan status pernikahan	47
9. Sebaran responden berdasarkan jumlah pengeluaran per bulan	48
10. Sebaran Responden Berdasarkan Waktu Perjalanan	48
11. Hasil Koefisien untuk Uji Validitas	50
12. Hasil Koefisien <i>Croanbach</i> untuk uji Reliabilitas	52
13. Rata-rata nilai skor atribut	53
14. Hasil analisis IPA pada diagram kartesius	60
15. Rata-rata kesesuaian rumah makan A dan B	79
16. Jumlah skor pelayanan dan kepuasan rumah makan A dan B	81
17. Data uji validitas dan reliabilitas terhadap kepuasan rumah makan	83
18. Data uji validitas dan reliabilitas terhadap pelayanan rumah makan....	86
19. Karakteristik responden rumah makan A	89
20. Karakteristik responden rumah makan B.....	89
21. Data uji IPA terhadap pelayanan rumah makan A.....	90
22. Data Uji IPA terhadap kepuasan Rumah Makan A	92
23. Data Uji IPA terhadap pelayanan Rumah Makan B	94
24. Data Uji IPA terhadap kepuasan Rumah Makan B	96
25. Hasil Koefisien untuk Uji Validitas	98
26. Hasil Koefisien <i>Croanbach</i> untuk uji Reliabilitas	100
27. Hasil pengujian ke 1 uji validitas dan reliabilitas terhadap pelayanan rumah makan	102
28. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap kepuasan rumah makan ...	103
29. Hasil pengujian ke 2 uji validitas dan reliabilitas terhadap pelayanan rumah makan	104
30. Hasil pengujian ke 2 uji validitas dan reliabilitas terhadap pelayanan rumah makan	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model proses keputusan pembelian	10
2. Kerangka pemikiran analisis kepuasan dan pelayanan rumah makan di Kota Bandar Lampung	24
3. Prosedur penelitian	32
4. Diagram kartesius	38
5. Peta lokasi rumah makan A dan B	75
6. Diagram kartesius rumah makan A dan B	76

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Bandar Lampung merupakan pusat jasa, perdagangan, dan perekonomian di provinsi Lampung, Kota Bandar Lampung mempunyai tingkat kepadatan yang tinggi sebesar 3.246 jiwa per kilo meter persegi. Pada 2014, jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung adalah sebanyak 960.695 jiwa (Badan Pusat Statistik Lampung 2015). Banyaknya jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung juga diiringi oleh permintaan masyarakat akan barang dan jasa. Hal ini yang mendukung munculnya usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan barang maupun jasa, sehingga konsumen memiliki alternatif dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Rumah makan adalah salah satu usaha yang mengalami peningkatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Peningkatan jumlah rumah makan menimbulkan persaingan ketat antar rumah makan yang ada, termasuk rumah makan yang baru muncul. Terkait dengan persaingan ini, rumah makan perlu memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan usahanya. Strategi yang diterapkan harus terkait dengan upaya pemenuhan kepuasan pada konsumen. Tingkat kepuasan konsumen dapat dinilai dari beberapa atribut kepuasan seperti harga, porsi produk dan citarasa.

Rumah makan A dan B merupakan rumah makan yang menyediakan menu dengan makanan olahan bebek sebagai menu andalannya. Menu tersebut menjadi daya tarik serta alternatif bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan pokok, dan selama ini kedua rumah makan belum pernah melakukan pengukuran kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen rumah makan belum mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas kualitas jasa pelayanan yang telah dilakukan.

Konsumen diperlakukan istimewa, hal ini karena konsumen itu penting maka ada cara-cara dari pihak rumah makan supaya dapat memberi kepuasan pada konsumennya. Pada umumnya tingkat kepuasan konsumen dapat dinilai dari beberapa atribut pelayanan tidak hanya oleh atribut harga, porsi produk dan citarasa saja, namun masih ada beberapa atribut yang juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2000) atribut adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh pelanggan dan kemudian dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan, atribut produk tersebut meliputi merek, kemasan, jaminan, pelayanan dan sebagainya.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan dalam menganalisis atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan. Namun, dari sekian banyak penelitian tersebut menilai atribut yang berbeda-beda. Berikut merupakan atribut kepuasan dan pelayanan dari penelitian terdahulu yang mengelompokkan atribut kepuasan dan pelayanan menjadi beberapa bagian, yang akan disajikan secara rinci pada Tabel 1

Tabel 1. Penelitian tentang atribut pelayanan

Atribut Penelitian	Sumber atribut						
	a	b	c	d	e	f	g
Produk							
Rasa	✓	✓					
Harga		✓		✓			
Porsi		✓					✓
Kesesuaian produk					✓		
Keragaman menu		✓					
Inovasi					✓		
Nutrisi							
Perhatian							
Keadilan pelayanan					✓		
Keprioritasan konsumen			✓				
Keramahan				✓	✓		
Kesopanan					✓		
Kebersihan				✓	✓		
Kecepatan melayani				✓			
Kemampuan berkomunikasi			✓				
Ketanggapan memberikan daftar menu							✓
Kemampuan menjelaskan menu							
Kepedulian			✓				
Kesediaan menjawab pertanyaan						✓	✓
Kemampuan menjawab pertanyaan			✓				✓
Ketanggapan pada kebutuhan konsumen			✓			✓	
Ketanggapan pada ketidaksesuaian				✓			
Kemudahan pembayaran					✓		
Kerapihan menghadirkan		✓			✓		
Kesadaran meminta maaf							✓
Ketanggapan pada saran					✓		✓
Fasilitas							
Lokasi				✓			
Tempat parkir		✓			✓		
Tempat duduk							
Toilet				✓			✓
Peralatan makan	✓						✓

Keterangan sumber atribut:

a = Rustiana (2008)

e = Anggraini (2013)

b = Wulandari (2011)

f = Rondonuwu (2014)

c = Aghniarahim (2012)

g = Fajriyah (2014)

d = Aryanti (2013)

Maka dari sekian banyak atribut kepuasan dan pelayanan penelitian tersebut mana yang paling tepat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen rumah makan, serta untuk mengetahui bagaimana penerapan atribut-atribut pelayanan tersebut di kedua rumah makan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi atribut kepuasan konsumen dan pelayanan rumah makan yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen pada rumah makan A dan B di Kota Bandar Lampung.

B. Perumusan Masalah

Telah banyak penelitian yang dilakukan untuk mengukur kepuasan konsumen, namun sekian banyak penelitian menggunakan atribut kepuasan dan pelayanan yang berbeda-beda. Hal ini karena ada banyak atribut kepuasan dan pelayanan yang dinilai dapat memenuhi keinginan konsumen yaitu kepuasan konsumen. Apabila kinerja pelayanan dilakukan dengan baik, tetapi dalam pelaksanaannya tidak konsisten maka strategi yang digunakan akan lemah dan dapat mengakibatkan rumah makan akan kalah bersaing. Oleh karena itu perlu dilakukan identifikasi terhadap atribut apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dari kinerja yang telah diberikan oleh rumah makan dalam memenuhi keinginan konsumen, serta mengetahui apakah penerapan atribut kepuasan dan pelayanan yang diberikan rumah makan telah sesuai dengan keinginan konsumen. Selama ini kedua pihak rumah makan belum pernah melakukan pengukuran terhadap kepuasan konsumen dari atribut kinerja pelayanan yang telah diberikan oleh kedua pihak rumah makan.

Berdasarkan kondisi tersebut maka kedua pihak rumah makan perlu mengetahui atribut kepuasan konsumen dan pelayanan yang telah dilakukan, karena penelitian ini sangat membantu kedua pihak rumah makan dalam melakukan upaya mengemangkan usaha dan melakukan upaya perbaikan peningkatan kepuasan konsumen. Untuk menjaga kerahasiaan maka peneliti tidak menyebutkan nama dua rumah makan yang dipilih sebagai lokasi penelitian pengambilan data.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja atribut kepuasan dan pelayanan yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen di rumah makan A dan B di Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana penerapan atribut kepuasan dan pelayanan di rumah makan A dan B di Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi atribut kepuasan dan pelayanan yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen di rumah makan A dan B di Kota Bandar Lampung
2. Mengetahui penerapan atribut yang telah diidentifikasi di rumah makan A dan B di Kota Bandar Lampung

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Rumah makan, sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan serta mengembangkan strategi pemasaran di waktu yang akan datang.
2. Pengusaha rumah makan yang baru akan memulai bisnisnya, sebagai bahan kajian dan pertimbangan dalam menentukan strategi pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.
3. Peneliti lain, sebagai bahan kajian atau perbandingan untuk melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang perlu dilakukan perusahaan untuk menjaga kelangsungan dan mengembangkan perusahaan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Menurut Stanton (1984), pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa kepada konsumen. Menurut Kotler (1997), pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Kotler (2000) mendefinisikan bauran pemasaran adalah kelompok kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Menurut Zeithaml dikutip dari Husein Umar (2003), untuk produk barang umumnya terdiri dari empat elemen yaitu elemen *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (distribusi), dan *product* (produk), sedangkan untuk jasa, baurannya diperluas dengan menambah tiga

elemen, yaitu elemen *people* (orang), *Physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses jasa itu sendiri). Ketujuh elemen itu adalah sebagai berikut:

- 1). *Price* (harga): sejumlah nilai yang diberikan pembeli kepada penjual sebagai nilai tukar untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa
- 2). *Promotion* (promosi): aktivitas penjual dalam memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai produk dan jasa guna menarik minat pembeli
- 3). *Place* (distribusi): aktivitas penjual untuk menyalurkan produk dan jasa yang tersedia sampai ke konsumen
- 4). *Product* (produk): barang dan atau jasa yang ditawarkan
- 5). *People* (orang): partisipan yang memainkan sebagian penyajian jasa selama proses konsumsi jasa berlangsung dan dapat mempengaruhi persepsi pembeli seperti staf perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa tersebut
- 6). *Physical evidence* (bukti fisik): lingkungan fisik dimana jasa disampaikan kepada konsumen dan dimana konsumen dan pemilik jasa berinteraksi
- 7). *Process* (proses jasa itu sendiri): mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran jasa dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa

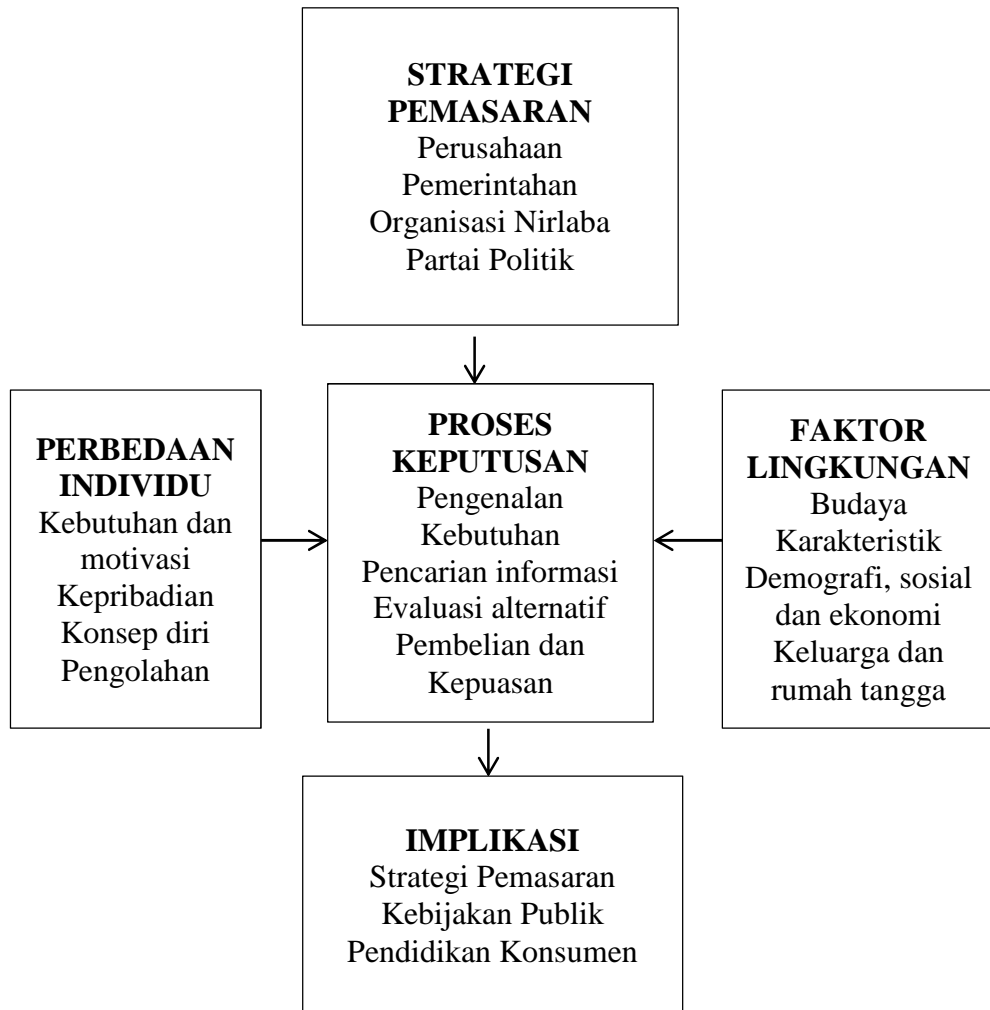
yang dimilikinya kepada pihak lain. Promosi adalah suatu aktivitas yang dapat mengkomunikasikan informasi yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi pembelian. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai kekonsumen.

B. Perilaku Konsumen

Konsumen adalah setiap orang yang memanfaatkan barang atau jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang konsumen tunjukkan dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap akan memuaskan kebutuhan mereka. Engel, Blackwell dan Miniard (1995) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Menurut Sumarwan (2003), proses keputusan pembelian pada konsumen terdiri atas tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan kepuasan konsumen. Sumarwan (2014) mengemukakan bahwa proses keputusan yang dilakukan oleh konsumen

dalam membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu (a) kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh produsen dan lembaga lainnya, (b) faktor perbedaan individu konsumen, (c) faktor lingkungan konsumen. Model proses keputusan pembelian tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model proses keputusan pembelian

C. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan konsumen dapat dipenuhi dengan pelayanan yang dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut Oliver dalam Supranto (2001), mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Menurut Kotler (1994) dalam Tjiptono et al (2008) mengemukakan beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan konsumen:

a) Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan memberikan kesempatan yang luas bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar dan lain sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah.

b) Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Survei dilakukan wawancara langsung dengan konsumen yang berkaitan dengan penawaran produk perusahaan.

c) Analisis konsumen yang hilang

Pada cara ini, perusahaan akan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli dan beralih pemasok. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai penyebab terjadinya konsumen berpaling.

Menurut Lupyoadi, (2001) dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

- a) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b) Kualitas pelayanan atau jasa: pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c) Emosi: pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- d) Harga: produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e) Biaya: pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, cenderung puas terhadap produk tersebut

D. Atribut Mutu Produk dan Mutu Layanan

Atribut adalah karakteristik dari objek sikap (suatu produk). Atribut mutu produk merupakan unsur-unsur yang dianggap penting oleh konsumen dari suatu produk dan dijadikan dasar sebagai pengambilan keputusan.

Sedangkan atribut mutu layanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen.

Menurut Zeithaml *et al.* dikutip dari Husein Umar (2002) terdapat lima dimensi untuk menentukan kualitas jasa, dimensi tersebut meliputi:

- 1) *Reliability*: kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan
- 2) *Responsiveness*: kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap
- 3) *Assurance*: kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan, kemampuan menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan
- 4) *Empathy*: perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan, kemudahan pelanggan dalam menghubungi perusahaan, serta usaha perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan
- 5) *Tangibles*: penampilan fasilitas fisik dari perusahaan seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, serta penampilan karyawan

Menurut Kotler (2000), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang pada dasarnya tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun.

Beberapa dimensi pokok dalam pelayanan menurut Zeithaml *et al.* dalam Saleh (2009) yaitu:

- 1) Bukti Fisik (*Tangibles*): kemampuan perusahaan menunjukkan penampilan fisik yaitu sarana dan prasarana perusahaan dalam menyajikan kualitas layanan terhadap konsumen yaitu meliputi gedung, meja dan kursi, tempat parkir, peralatan dan perlengkapan teknologi yang digunakan, serta penampilan pegawai.
- 2) Keandalan (*Reliability*): berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan yaitu meliputi ketepatan waktu pelayanan dan kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk yang ditawarkan pada konsumen.
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*): kemampuan untuk membantu dan memberikan jasa pada konsumen dengan cepat dan tepat serta ketanggapan terhadap ketidaksesuaian yang dialami konsumen.
- 4) Jaminan (*Assurance*): berkaitan dengan pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada konsumen.
- 5) Empati (*Emphaty*): kemampuan memberikan perhatian pada konsumen yang bersifat pribadi untuk memahami kebutuhan konsumen.

Menurut Tjiptono (2000), ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu meliputi:

- 1) Pelayanan yang dirasakan: apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan
- 2) Pelayanan yang diharapkan: apabila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan kualitas pelayanan yang buruk.

E. Rumah Makan

Menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No.304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan, rumah makan adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen yang dilengkapi dengan peralatan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman ditempat usahanya, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. No. 12 tahun 2014 tentang standar usaha rumah makan dijelaskan bahwa usaha rumah makan adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Standar rumah makan adalah rumusan kualifikasi usaha rumah makan atau klasifikasi usaha rumah makan yang mencakup aspek produk, pelayanan dan pengelolaan usaha rumah makan.

F. Penelitian Terdahulu

Telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu mengenai perilaku konsumen, dan berbagai atribut pelayanan telah digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu yang diambil sebagai bahan kajian merupakan penelitian mengenai perilaku konsumen, tahapan pengambilan keputusan, mutu produk dan pelayanan yang dianggap penting untuk menentukan kepuasan konsumen. Beberapa atribut kepuasan dan pelayanan yang digunakan pada penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penelitian terdahulu tentang atribut pelayanan kepuasan konsumen

Penelitian	Atribut
Rondonuwu (2014)	<p>Kehandalan : Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya</p> <p>Cepat tanggap : Kemampuan membantu pelanggan memberikan pelayanan dengan cepat</p> <p>Jaminan : Kemampuan, pengetahuan, kesopanan, kemampuan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan</p> <p>Empati : Kesiediaan untuk peduli dan memberikan perhatian kepada konsumen</p> <p>Bukti fisik : Fasilitas fisik</p>
Fajriyah (2014)	<p>Bukti Fisik : - Karyawan yang berpenampilan rapi dan menarik - Kondisi restoran dan fasilitas pendukung (ruang <i>meeting</i>, toilet dan musholah) yang nyaman dan bersih - Kelengkapan meja (sendok, garpu, pisau, saos dan tisu) yang tersedia, Koneksi internet (<i>wi-fi</i>) yang tersedia - Pemilihan musik dan tingkat volume yang diputar</p> <p>Kehandalan :- Karyawan yang cepat dan tepat dalam menyajikan makanan dan minuman</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Porsi makanan dan minuman yang selalu konstan - Karyawan yang dapat menjawab pertanyaan konsumen baik menu maupun informasi seputar restoran
	Daya tanggap	<ul style="list-style-type: none"> :- Karyawan yang tanggap dalam memberikan daftar pilihan menu - Karyawan yang selalu siap dalam memenuhi kebutuhan konsumen - Karyawan segera meminta maaf bila terjadi kesalahan
	Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> :- Kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan - Tempat parkir yang aman - Menu makanan dan minuman yang halal
	Empati	<ul style="list-style-type: none"> :- Karyawan yang memberikan saran menu terbaik dan info tentang promo - Karyawan yang menerima konsumen dengan sapa, senyum dan ramah - Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen
Aryanti (2013)	Produk	<ul style="list-style-type: none"> :- Kesesuaian rasa - Kehalalan - Keragaman menu - Ketersedian menu - Konsistensi menu - Kesesuaian harga
	Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> :- Kecepatan dan kemudahan dalam melayani pemesanan - Keadilan pelayanan (tidak diskriminasi) - Ketelitian pencatatan pemesanan - Ketelitian perhitungan pembayaran - Ketanggapan terhadap ketidaksesuaian Kerapihan pramusaji - Keramahan pramusaji
	Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> :-Kesesuaian lokasi restoran (strategis) Kebersihan dan kerapihan restoran

		<ul style="list-style-type: none"> - Keserasian dekorasi - Ruang Ketersediaan variasi pilihan tempat duduk - Ketersediaan toilet - Ketersediaan cuci tangan - Kenyamanan restoran - Ketersediaan tempat ibadah - Ketersediaan musik
Anggraini (2013)	Produk	<ul style="list-style-type: none"> :- Variasi menu - Cita rasa makanan dan minuman - Kesesuaian menu dengan pesanan - Inovasi baru makanan dan minuman - Penyajian makanan
	Harga:	<ul style="list-style-type: none"> - Harga produk - Potongan harga
	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> :- Ketersediaan tempat - Sarana parkir - Kemudahan dalam menjangkau lokasi
	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> :- Pencantuman nama dan logo restoran - Pemilihan media iklan yang digunakan
	Orang	<ul style="list-style-type: none"> :- Keramahan, kesopanan dan perhatian pramusaji - Penanganan keluhan pengunjung - Kemampuan pramusaji berkomunikasi dengan konsumen - Kesigapan pramusaji - Penampilan pramusaji
	Proses	<ul style="list-style-type: none"> :- Kemudahan dalam pembayaran - Kecepatan penyajian
	Bukti fisik	<ul style="list-style-type: none"> :- Fasilitas restoran - Kenyamanan restoran - Keamanan restoran - Penerangan restoran - Kebersihan dan kerapihan restoran
Aghniarahim (2012)	Persepsi Konsumen terhadap pelayanan:	<ul style="list-style-type: none"> - Kerapihan pegawai

-
- Kenyamanan fasilitas umum
 - Ketepatan janji
 - Kecepatan pelayanan kemudahan menjangkau lokasi
 - Cara menjelaskan menu
 - Bahasa yang digunakan
 - Kesopanan berbicara
 - Pemahaman kebutuhan

Perhatian untuk konsumen

Kepedulian produsen:

- Kenyamanan tempat duduk
- Keandalan pelayanan
- Ketersediaan pegawai menolong konsumen
- Ketepatan pelayanan
- Kemudahan mendapat tempat duduk

Persepsi dalam kemudahan parkir:

- Kemudahan parkir

Tangible :- Penampilan petugas rapi dan Professional

- Peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern
- Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman
- Mengenakan tanda pengenal yang jelas mengenai nama, jabatan, kewenangan dan tanggung jawab

Keandalan :- Aktivasi/registrasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan setelah lunas membayar persyaratan

- Pelayanan pengaduan cepat dan handal
- Info tagihan/billing sesuai dengan pemakaian
- Bila terjadi kesalahan pencatatan secepatnya akan dicek ulang

Ketanggapan :- Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan

- Kemauan untuk membantu pelanggan
- Cepat merespon pelanggan yang datang
- Petugas memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan

Jaminan :- Petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan

- Mampu menjawab pertanyaan pelanggan

		<ul style="list-style-type: none"> - Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi memiliki citra yang positif dimata masyarakat
	Empati	<ul style="list-style-type: none"> :- Petugas dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan - Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian - Petugas mudah dihubungi pelanggan mengutamakan kepentingan
Wulandari (2011)	Mutu Produk	<ul style="list-style-type: none"> :- Harga makanan - Citarasa - Porsi produk - Keragaman menu
	Mutu layanan	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan produk - Cara promosi - Kebersihan dan kerapihan restoran - Ketersediaan dan keamanan tempat parkir - Kemampuan karyawan dalam menjelaskan menu - Keramahan dan penampialan karyawan - Kecepatan dalam melayani pesanan
Rustiana (2008)		<ul style="list-style-type: none"> - Citarasa makanan - Porsi makanan - Variasi menu - Aroma makanan - Kehigenisan menu - Harga - Kesigapan pramusaji - Penampilan pramusaji - Keramahan, kesopanan dan perhatian pramusaji - Kecepatan penyajian - Kecepatan transaksi - Tampilan restoran - Dekorasi restoran - Kenyamanan dan keamanan restoraan - Kebersihan dan kerapihan restoran - Aroma ruangan - Kelengkapan peralatan makan - Kemudahan dalam menjangkau restoran - Sarana parkir

Kinerja restoran dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dinilai cukup penting. Hal ini juga dibuktikan dengan hasil penelitian dari Wulandari (2011), Anggraini (2013) dan Aryanti (2013) yang menyatakan bahwa supaya pihak perusahaan mengurangi kinerja yang berlebihan yaitu promosi dan keramahan serta penampilan karyawan, meskipun konsumen merasa puas namun terjadi pemborosan sumber daya, seharusnya perusahaan melakukan perbaikan kinerja yang dianggap belum memenuhi kepuasan konsumen seperti ketersediaan dan keamanan tempat parkir, kecepatan dalam melayani pesanan dan ketersediaan produk. Menurut hasil penelitian Aghniarahim (2012) menyatakan bahwa perbaikan yang dilakukan perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen tersebut mampu meningkatkan nilai *brand image*.

Berbeda dengan hasil penelitian Fajriyah (2014) yang menyatakan bahwa dimensi empati merupakan dimensi yang dianggap penting oleh konsumen, serta perusahaan harus melakukan perbaikan pada atribut yang menjadi prioritas utama bagi konsumen seperti karyawan menerima konsumen dengan sapa, senyum dan ramah, karyawan tanggap dalam memberikan daftar pilihan menu, kelengkapan meja (sendok, garpu, pisau, saos dan tisu) yang tersedia, kondisi restoran dan fasilitas pendukung (ruang *meeting*, toilet dan musholah) yang nyaman dan bersih, karyawan selalu siap dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Hasil penelitian Rondonuwu (2014) juga menyatakan bahwa kelima dimensi yaitu: kehandalan, cepat tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik adalah

dimensi-dimensi pembentuk kepuasan konsumen, serta yang menjadi faktor utama kepuasan konsumen adalah kualitas produk dan layanan.

Penelitian yang sudah dilakukan untuk mengukur kepuasan konsumen melalui penelitian atribut kepuasan dan pelayanan yang diberikan rumah makan, juga dilakukan lagi oleh penelitian ini yaitu dengan mengidentifikasi atribut kepuasan dan pelayanan yang digunakan dalam menilai kepuasan konsumen. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan kajian yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut kepuasan dan pelayanan dalam menilai kepuasan konsumen di kedua rumah makan. Kemudian hasil identifikasi akan dianalisis untuk mengetahui penerapannya dalam memenuhi kepuasan konsumen di kedua rumah makan. Beberapa penelitian terdahulu tempat penelitian hanya dilakukan pada satu rumah makan saja, maka pada penelitian ini penulis mengkaji dua rumah makan sebagai penelitian. Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah alat analisis yang digunakan, yaitu analisis deskriptif, dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.

G. Kerangka Pemikiran

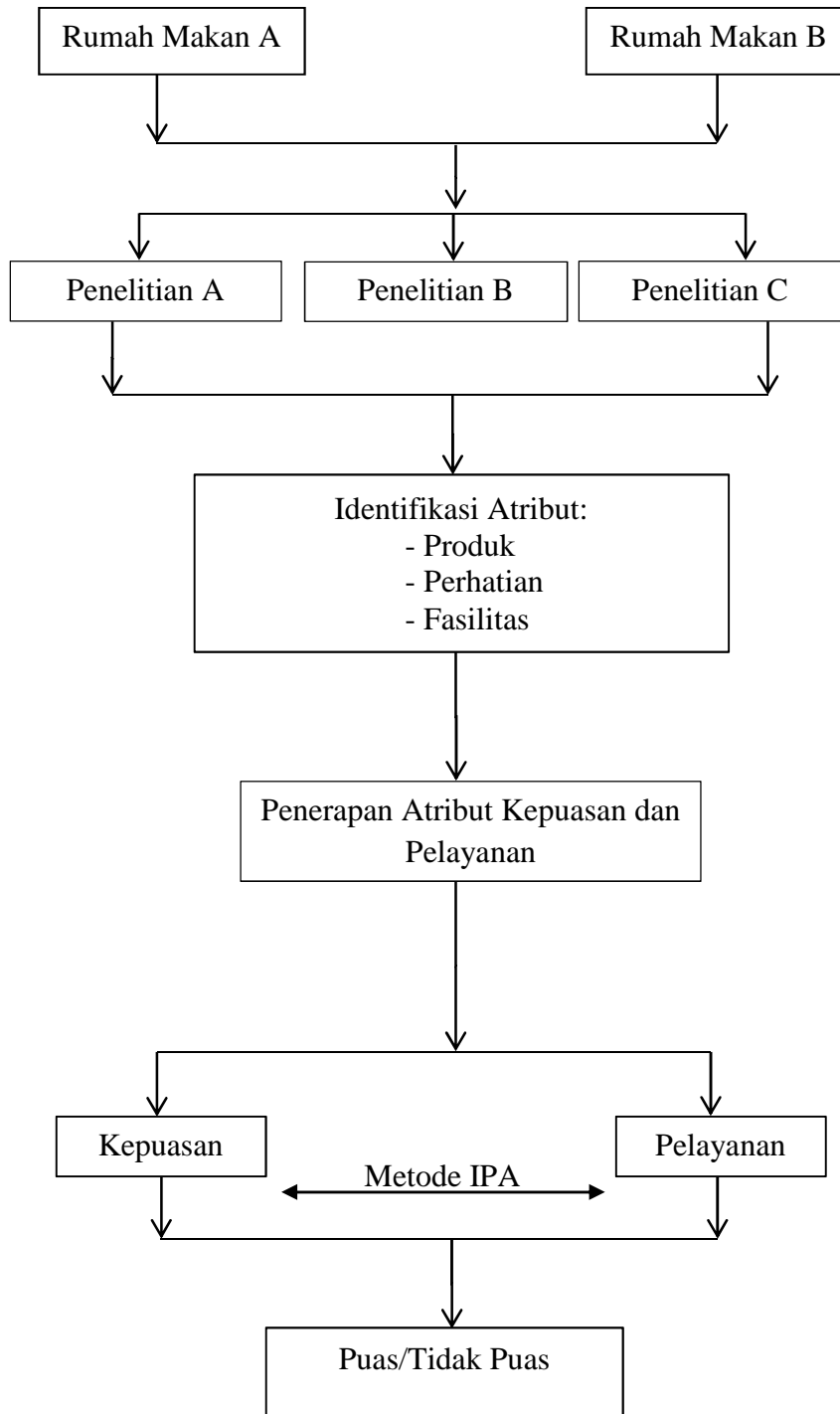
Persaingan rumah makan di Kota Bandar Lampung semakin meningkat seiring dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk maka semakin meningkat juga kebutuhan yang harus dipenuhi. Rumah makan adalah salah satu usaha yang mengalami peningkatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Peningkatan jumlah rumah makan menimbulkan persaingan.

Persaingan yang ketat membuat pengusaha rumah makan baik rumah makan sejenis maupun tidak sejenis berlomba-lomba untuk meningkatkan strateginya dengan memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen menjadi bagian yang penting, maka konsumen diperlakukan istimewa dan pihak rumah makan melakukan berbagai cara untuk memenuhi kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu, telah banyak dilakukan oleh para peneliti untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan berbagai atribut kepuasan dan pelayanan sehingga hasil penelitian tersebut memperoleh hasil yang berbeda satu sama lain. Dari sekian banyak penelitian yang telah dilakukan, akan dianalisis atribut kepuasan dan pelayanan mana yang tepat digunakan di kedua rumah makan, serta penerapannya dalam memenuhi tingkat kepuasan konsumen dengan menilai pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan. Kepuasan konsumen dicapai apabila pelayanan yang diberikan rumah makan telah sesuai dengan keinginan konsumen.

Selanjutnya penilaian konsumen terhadap pelayanan rumah makan dianalisis dengan menggunakan metode IPA (*Importance and Performance*). Hasil dari analisis dengan metode tersebut akan menunjukkan pelayanan yang diberikan rumah makan telah sesuai atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu pihak rumah makan akan mengetahui pelayanan yang menjadi prioritas bagi konsumen serta perbaikan apa yang seharusnya dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut merupakan gambar kerangka pemikiran analisis pelayanan rumah makan terhadap kepuasan konsumen di

kedua rumah makan olahan bebek di Kota Bandar Lampung, disajikan pada

Gambar 2. berikut:



Gambar 2. Kerangka pemikiran analisis kepuasan dan pelayanan rumah makan di Kota Bandar Lampung.

Atribut merupakan suatu komponen atau unsur-unsur dari variabel. Atribut pada penelitian ini merupakan unsur yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. Apabila pelayanan yang dirasakan telah sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan memperoleh kepuasan, dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung dari kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, atribut kepuasan dan pelayanan sangat penting bagi konsumen dalam pengambilan keputusan dan pengelola usaha karena akan memberikan pengaruh terhadap kelangsungan usahanya.

Pada penelitian ini atribut yang digunakan adalah dengan mengukur atribut dari beberapa jenis pelayanan yang diberikan pihak rumah makan, jenis pelayanan tersebut dikelompokkan menjadi tiga variabel pelayanan yaitu produk yang berkaitan dengan makanan yang ditawarkan, fasilitas yang disediakan dan perhatian karyawan yang diberikan kepada konsumen secara langsung, pengelompokkan atribut ini dilakukan untuk mempermudah dalam melakukan identifikasi atribut untuk mengukur kepuasan konsumen. Pada Tabel 3 terdapat 30 atribut kepuasan dan pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan cara menggabungkan dari tujuh penelitian terdahulu yang sejenis, namun hanya atribut yang sesuai dengan lokasi penelitian yang digunakan dari tujuh sumber penelitian sebagai referensi dan sebagian cara ditentukan sendiri dan menyesuaikan dengan yang ada di rumah makan yang dipilih sebagai lokasi penelitian.

Tabel 3. Atribut kepuasan dan pelayanan yang akan diidentifikasi

Atribut Penelitian	Sumber atribut						
	a	b	c	d	e	f	g
Produk							
Cita rasa	✓	✓					
Harga		✓		✓			
Porsi		✓					✓
Kesesuaian produk					✓		
Keragaman menu		✓					
Inovasi					✓		
Jaminan Nutrisi							
Perhatian							
Keadilan pelayanan					✓		
Keprioritasan pada konsumen			✓				
Keramahan				✓	✓		
Kesopanan					✓		
Kebersihan				✓	✓		
Kecepatan melayani				✓			
Kemampuan berkomunikasi			✓				
Ketanggapan memberikan daftar menu							✓
Kemampuan menjelaskan menu							
Kepedulian			✓				
Kesediaan menjawab pertanyaan						✓	✓
Kemampuan menjawab pertanyaan			✓				✓
Ketanggapan pada kebutuhan konsumen			✓			✓	
Ketanggapan pada ketidaksesuaian				✓			
Kemudahan pembayaran					✓		
Kerapihan menghidangkan		✓			✓		
Kesadaran meminta maaf							✓
Ketanggapan pada kritik dan saran					✓		✓
Fasilitas							
Lokasi				✓			
Ketersediaan tempat parkir		✓			✓		
Kapasitas tempat duduk							
Ketersediaan toilet				✓			✓
Kelengkapan peralatan makan	✓						✓

Keterangan sumber atribut:

a = Rustiana (2008) d = Aryanti (2013) g = Fajriyah (2014)

b = Wulandari (2011) e = Anggraini (2013)

c = Aghniarahim (2012) f = Rondonuwu (2014)

Pemilihan terhadap rumah makan A dan B didasarkan atas pertimbangan bahwa rumah makan ini merupakan rumah makan berada di pusat kota di Kota Bandar Lampung dan sudah memiliki banyak konsumen. Padahal, banyak rumah makan sejenis atau tidak sejenis yang dapat menjadi pesaing bagi rumah makan tersebut. Maka, dilakukan identifikasi atribut dari kepuasan konsumen dan pelayanan yang ada di kedua rumah makan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kedua rumah makan tersebut. Atribut yang telah dipilih merupakan kajian dari beberapa penelitian terdahulu dan sebagian cara ditentukan sendiri, sehingga atribut kepuasan dan pelayanan tersebut akan digunakan untuk mengidentifikasi apa saja atribut kepuasan dan pelayanan yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen di kedua rumah makan, serta penerapannya untuk menilai kepuasan konsumen. Selain itu, pihak rumah makan dapat mengetahui atribut pelayanan apa yang harus dipertahankan dan diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

1. Konsep dasar dan batasan operasional merupakan semua pengertian yang digunakan untuk memperoleh data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas secara langsung maupun tidak langsung yang diberikan kepada konsumen
3. Kualitas produk adalah keunggulan dari produk yang dinilai oleh konsumen
4. Kualitas layanan adalah keunggulan dari jasa yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen
5. Kinerja pelayanan adalah prestasi dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen
6. Konsumen adalah setiap orang termasuk pelanggan yang menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan, konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen rumah makan
7. Pelanggan adalah setiap orang yang menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan lebih dari satu kali
8. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara pemenuhan kebutuhan yang diterima dengan harapannya

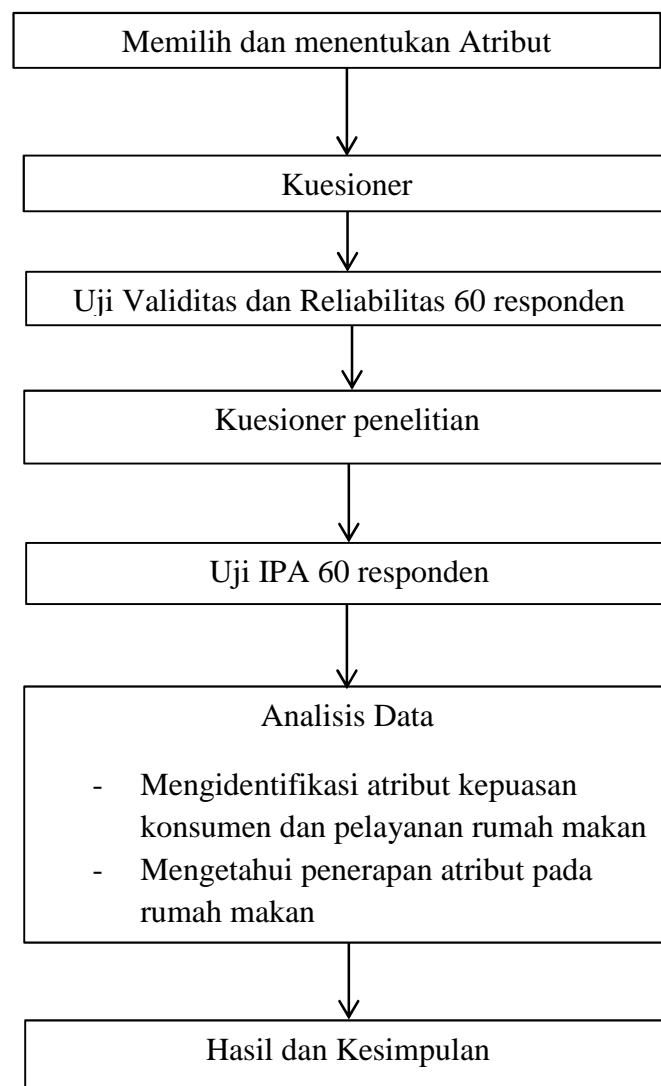
9. Harapan konsumen adalah sesuatu yang diinginkan oleh konsumen terhadap pemenuhan yang diberikan untuk memperoleh kepuasan.
10. Kesesuaian adalah harapan konsumen yang terpenuhi dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen
11. Atribut adalah gabungan dari aspek penyusun suatu variabel
12. Variabel adalah konsep yang memiliki nilai
13. Validitas adalah pengujian untuk mengetahui alat ukur yang digunakan tepat atau tidak
14. Reliabilitas adalah pengujian untuk mengetahui alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau tidak
15. Skala likert adalah skala penentuan tingkat kepentingan kepuasan konsumen dan pelayanan
16. *Importance Performance Analysis* adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja
17. Keragaman menu adalah macam-macam produk yang ditawarkan
18. Porsi adalah ukuran jumlah produk yang ditawarkan
19. Inovasi adalah penemuan produk baru yang berbeda dari yang sudah ada atau mengembangkan menjadi lebih menarik
20. Cita rasa adalah pemilahan makanan yang dibedakan dari rasa makanan tersebut
21. Harga adalah nilai yang ditawarkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa
22. Kesesuaian menu adalah kecocokan pemesanan dengan yang dihidangkan

23. Nutrisi adalah keamanan produk yang ditawarkan bagi kesehatan konsumen
24. Kebersihan adalah keadaan tempat aktivitas usaha bebas dari kotoran
25. Kapasitas tempat duduk adalah jumlah tempat duduk yang disediakan untuk konsumen
26. Kelengkapan peralatan makan adalah semua peralatan makan yang disediakan rumah makan tidak ada kekurangan
27. Ketersediaan tempat parkir adalah adanya tempat parkir yang disediakan oleh rumah makan serta keamanan yang terjamin
28. Ketersediaan toilet adalah adanya toilet yang disediakan oleh rumah makan bagi konsumen
29. Kerapihan menghidangkan adalah produk yang dihidangkan menarik bebas dari kotoran
30. Lokasi adalah tempat seluruh aktivitas usaha rumah makan dilakukan
31. Kemudahan pembayaran adalah kelancaran konsumen dalam melakukan transaksi
32. Kecepatan melayani adalah kesesuaian waktu yang digunakan untuk melayani konsumen
33. Kesiapan menjawab pertanyaan adalah karyawan bersedia menjawab pertanyaan dari konsumen
34. Kemampuan menjawab pertanyaan adalah pengetahuan karyawan dalam menjawab pertanyaan dari konsumen

35. Kemampuan menjelaskan menu adalah pemahaman serta kapasitas karyawan dalam memberikan informasi mengenai menu yang akan ditawarkan
36. Kemampuan berkomunikasi adalah kapasitas karyawan dalam berinteraksi dan menyampaikan informasi kepada konsumen
37. Kepedulian adalah kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian pada konsumen
38. Ketanggapan terhadap ketidaksesuaian adalah karyawan segera mengetahui dan menyadari adanya ketidaksesuaian pada pelayanan
39. Ketanggapan memberikan daftar menu adalah kesadaran dan kecepatan karyawan memberikan buku menu
40. Keramahan adalah sikap keakraban karyawan dengan konsumen
41. Kesopanan adalah tingkah laku baik karyawan kepada konsumen
42. Keprioritasan pada konsumen adalah perlakuan istimewa karyawan kepada konsumen
43. Ketanggapan pada kebutuhan konsumen adalah kepekaan dan pemahaman terhadap sesuatu yang diperlukan konsumen
44. Kesadaran meminta maaf adalah karyawan apabila melakukan kesalahan karyawan akan kebutuhan konsumen
45. Ketanggapan saran adalah kemampuan karyawan untuk menerima masukan dari konsumen
46. Keadilan pelayanan adalah kemampuan karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan status sosial konsumen.

B. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam melakukan penelitian yaitu menentukan dan merumuskan masalah, memilih dan menentukan atribut pengukuran, pengumpulan data, menganalisis data dan merumuskan kesimpulan. Adapun gambar diagram prosedur penelitian disajikan pada Gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Prosedur Penelitian

C. Metode Analisis

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen sebagai responden yang sudah pernah mengonsumsi produk di kedua rumah makan. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah kuesioner dari atribut-atribut pada kuesioner tersebut. Uji kuesioner dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan pengolahan data, untuk mengetahui kelayakan kuesioner untuk dijadikan alat ukur. Pengujian kuesioner ini dilakukan dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Tahapan dalam melakukan pengujian ini adalah sebagai berikut

- a. Menentukan atribut dari penelitian terdahulu dan ditentukan sendiri
- b. Wawancara dengan 60 responden diluar dari responden penelitian
- c. Uji validitas perhitungan dengan analisis korelasi *Produt Moment Pearson*
- d. Uji reliabilitas, peritungan dengan rumus varian *Cronbach Alpha*
- e. Kuesioner yang layak dan dapat diandalkan, dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat diandalkan.

Sebelum pengujian dilakukan terlebih dahulu menentukan sejumlah atribut kepuasan dan pelayanan yang akan digunakan dalam kuesioner. Pengujian dilakukan terhadap 60 responden di kedua rumah makan, diluar responden penelitian untuk uji IPA. Pengujian dilakukan dengan tujuan yaitu untuk

mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner telah *valid* dan *reliable*, sehingga apabila pertanyaan sudah *valid* dan *reliable* maka dapat digunakan untuk mengukur instrumen yang ada. Namun, apabila kuesioner yang didapatkan belum *valid* dan *reliable*, maka pengujian akan dilakukan ulang.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui alat ukur yang digunakan telah sesuai dan mampu mengukur sesuatu yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur *valid* tidaknya suatu kuesioner. Perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor atribut pelayanan dengan skor total atribut. Dari hasil perhitungan korelasi akan diperoleh suatu koefisien korelasi untuk mengukur untuk menentukan apakah suatu atribut tersebut layak digunakan atau tidak. Pada penelitian ini perhitungan validitas dipilih dengan menggunakan analisis koefisien korelasi *Product Moment Pearson* sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r : koefisien korelasi *Pearson*
- n : jumlah subjek
- X : skor item
- Y : skor total
- X : jumlah skor item
- Y : jumlah skor total
- X² : jumlah kuadran skor item
- Y² : jumlah kuadran total item

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05. Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan krikritikal r (r tabel) yang diperoleh dari $df = N-2$. Pada penelitian ini jumlah sampel (N) yang digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuesioner adalah sebanyak 60 responden masing-masing 30 responden setiap rumah makan yang diambil diluar dari responden penelitian uji IPA, maka $df = 58$ sehingga didapat r tabel sebesar 0,254.

Kriteria pengujian yaitu sebagai berikut:

- a) Jika r hitung $>$ *critical value* (r tabel) (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika r hitung $<$ *critical value* (r tabel) (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) (Azwar,2007).

2. Uji Reliabilitas

Setelah kuesioner diuji validitasnya selanjutnya dilakukan uji reliabilitas yaitu digunakan untuk mengukur kereliabelan atribut kepuasan dan pelayanan pada kuesioner. Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauhmana hasil pengukuran dengan kuesioner tersebut tidak berubah sehingga dapat dipercaya atau diandalkan. Atribut kepuasan dan pelayanan pada kuesioner dikatakan

reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Semua item yang sudah *valid* akan digunakan pada uji reliabel ini. Untuk mencari reliabilitas dalam penelitian ini perhitungan dipilih dengan menggunakan rumus varian – (Cronbach, 1951)

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right]$$

Keterangan :

- r_{ii} : reliabilitas instrumen
 k : banyaknya butir pertanyaan
 s_j^2 : jumlah varians butir
 s_x^2 : jumlah varians total

Reliabilitas *Croanbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *alpha* 0 sampai dengan 1, nilai tingkat kehandalan *Croanbach's Alpha* yaitu 0,70. Apabila nilai *Croanbach's Alpha* > *critical value*, maka kuesioner dinyatakan reliabel, sebaliknya apabila *Croanbach's Alpha* kurang dari 0,70 maka nilai kehandalannya rendah (Sugiyono, 2009). Apabila pertanyaan sudah *valid* dan *reliable* maka penelitian dapat dilanjutkan dan atribut dapat digunakan untuk mengukur instrumen yang ada.

Atribut kepuasan dan pelayanan yang telah diidentifikasi dan di uji kelayakan serta dapat diandalkan selanjutnya akan dianalisis penerapannya yaitu dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Metode IPA merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur atribut kepuasan dan pelayanan yang diberikan rumah makan. Berdasarkan hasil analisis tersebut akan diperoleh atribut pelayanan yang penting menurut konsumen,

sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen dan apabila penerapan atribut pelayanan rumah makan kurang memuaskan maka pihak rumah makan akan memperbaiki pelayanan supaya sesuai dengan keinginan konsumen dalam memenuhi kepuasan. Skala *likert* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan maupun tingkat pelayanan dengan nilai bobot lima tingkat, secara rinci skor untuk kedua variabel ini dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini;

Tabel 4. Skor bobot tingkat kepuasan dan pelayanan

Kepuasan	Bobot	Pelayanan	Bobot
Sangat puas	5	Sangat baik	5
Puas	4	Baik	4
Cukup puas	3	Cukup baik	3
Kurang puas	2	Kurang baik	2
Tidak puas	1	Tidak baik	1

Berdasarkan identifikasi yang dilakukan, maka akan diperoleh kesesuaian antara tingkat kepuasan konsumen dengan tingkat pelayanan yang diberikan oleh kedua rumah makan kepada konsumen. Selanjutnya atribut yang telah diidentifikasi akan dianalisis menggunakan metode IPA, yaitu metode yang menggambarkan tentang pelayanan dari rumah makan dibandingkan dengan kepuasan yang diinginkan oleh konsumen. Menurut Ruhimat (2008), metode IPA (*Importance Performance Analysis*) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif.

Metode IPA dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tingkat Kesesuaian

$$\text{Tingkat kesesuaian konsumen} = \frac{\text{skor penilaian pelayanan rumah makan}}{\text{skor penilaian kepuasan konsumen}} \times 100 \%$$

2. Rata-rata pelayanan dan kepuasan seluruh konsumen

$$\text{Rata-rata pelayanan rumah makan} = \frac{\text{jumlah skor pelayanan rumah makan}}{\text{jumlah responden}} \times 100 \%$$

$$\text{Rata-rata kepuasan konsumen} = \frac{\text{jumlah skor tingkat kepuasan konsumen}}{\text{jumlah responden}} \times 100 \%$$

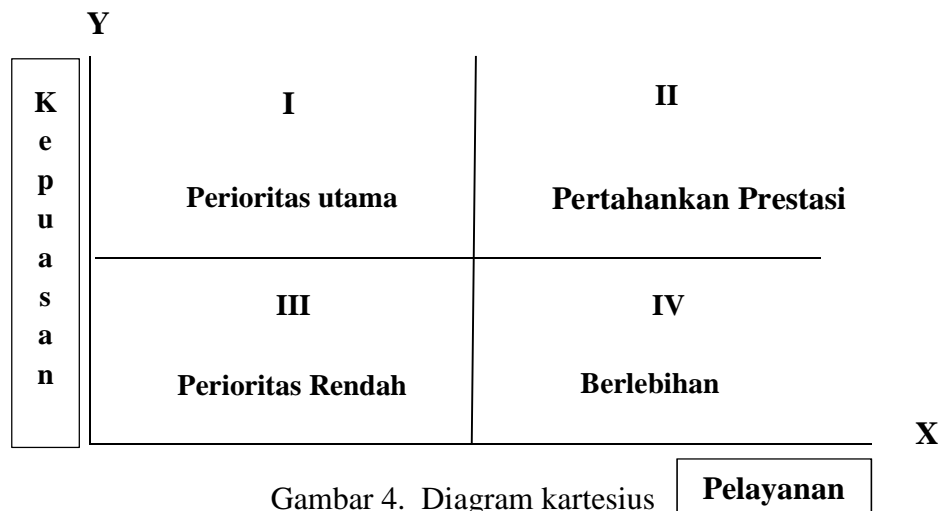
3. Rata-rata pelayanan dan kepuasan seluruh atribut

$$\text{Rata-rata pelayanan rumah makan} = \frac{\text{jumlah skor pelayanan rumah makan}}{\text{jumlah seluruh atribut}} \times 100 \%$$

$$\text{Rata-rata kepuasan konsumen} = \frac{\text{jumlah skor penilaian kepuasan konsumen}}{\text{jumlah seluruh atribut}} \times 100 \%$$

Selanjutnya setelah dilakukan perhitungan dari ketiga tahapan tersebut, maka diperoleh hasil dari perhitungan akan dijelaskan dalam diagram kartesius dan pada diagram kartesius akan dibagi menjadi empat kuadran atribut. Pada kuadran tersebut akan dijelaskan atribut-atribut yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen dan atribut pelayanan apa saja yang harus dipertahankan ataupun pelayanan yang dilakukan tidak perlu berlebihan.

Adapun diagram kartesius dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Diagram kartesius

Keterangan kuadran:

1. Kuadran I

Menunjukkan bahwa atribut dari produk atau jasa yang diberikan perusahaan dianggap sangat penting mempengaruhi kepuasan konsumen, namun pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen.

2. Kuadran II

Menunjukkan bahwa atribut dari produk atau jasa yang diberikan perusahaan dianggap sangat penting dan telah dilaksanakan dengan baik, sehingga harus dipertahankan karena dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

3. Kuadran III

Menunjukkan bahwa atribut dari produk atau jasa yang diberikan perusahaan dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan pelaksanaan perusahaan juga biasa-biasa saja, karena dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen sehingga sebaiknya perusahaan harus melaksanakan secara biasa saja.

4. Kuadran IV

Menunjukkan bahwa atribut atau jasa yang diberikan perusahaan dianggap kurang penting oleh konsumen namun pelaksanaannya secara berlebihan oleh pihak perusahaan, sehingga menimbulkan pemborosan bagi perusahaan konsumen akan tetapi memuaskan bagi konsumen.

D. Penentuan Responden

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, karena penentuan responden ditentukan dengan sengaja. Teknik yang dipilih adalah menggunakan metode *Accidental Sampling* (*Convenience sampling*). Metode *Accidental Sampling* merupakan metode pengambilan sampel secara kebetulan, dimana siapa saja secara kebetulan dapat dijadikan sebagai sampel, dengan kriteria dan batasan bahwa orang yang kebetulan ditemui adalah konsumen dari rumah makan A dan B, dengan batasan pria/wanita yang berumur diatas 17 tahun, dengan pertimbangan responden sudah dapat memberikan pendapat, konsumen yang bersedia untuk diwawancarai dan konsumen yang baru mengkonsumsi atau telah mengkonsumsi produk dari rumah makan.

Jumlah sampel yang diambil dari rumah makan A dan B untuk uji validitas dan reliabilitas yaitu 60 responden, diluar responden penelitian uji IPA, masing-masing 30 responden tiap rumah makan dan untuk responden penelitian diambil 60 responden masing-masing 30 responden setiap rumah makan. Jumlah sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 tepat digunakan untuk kebanyakan penelitian, apabila sampel dipecah kedalam subsampel maka jumlah sampel minimum 30 sampel untuk setiap katagori (Roscoe, 1975).

E. Jenis Data dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di dua rumah makan yaitu rumah makan A dan B yang ada di Kota Bandar Lampung. Untuk menjaga kerahasiaan, maka penulis tidak menyebutkan nama rumah makan yang dipilih sebagai lokasi penelitian. Pemilihan terhadap lokasi pada penelitian ini dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan, bahwa rumah makan A dan B merupakan rumah makan yang berada di pusat kota di Kota Bandar Lampung dan sudah memiliki banyak konsumen, sehingga dianggap dapat mewakili rumah makan yang ada untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen rumah makan, dengan pertimbangan tersebut, perlu dilakukan identifikasi atribut kepuasan dan pelayanan dari rumah makan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh pihak rumah makan.

Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara pada responden konsumen rumah makan dengan menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder di peroleh dari literatur dan studi pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Waktu pengumpulan data untuk uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada bulan Oktober 2015 yaitu pada minggu ke dua selama 10 hari, masing-masing 5 hari untuk setiap rumah makan, sedangkan pengumpulan data penelitian uji IPA dilakukan pada bulan November akhir sampai awal Desember 2015 yaitu selama 10 hari, masing-masing 5 hari untuk setiap rumah makan.

IV. GAMBARAN UMUM

A. Gambaran Umum Wilayah

Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung tahun 2014 mencapai 1.167.101 penduduk. Jumlah laki-laki sebesar 608.081 jiwa, dan jumlah perempuan sebesar 559.020 jiwa dengan luas Kota Bandar Lampung sebesar 296,00 km². Laju pertumbuhan penduduk Kota Bandar Lampung 2010-2015 sebesar 2,24. Angka tersebut menunjukkan ada penambahan jumlah penduduk dari periode sebelumnya. Tingkat kesejahteraan masyarakat umumnya ditunjukkan oleh meningkatnya pendapatan perkapita suatu wilayah. Apabila PDRB suatu daerah dibagi dengan jumlah penduduk yang tinggal di daerah itu, maka akan dihasilkan PDRB per kapita dengan atas dasar harga berlaku menunjukkan nilai PDRB per kepala atau per satu orang penduduk. Tahun 2013 PDRB perkapita Provinsi Lampung mencapai sebesar 25.768.959 karena mengalami pertumbuhan dari tahun sebelumnya.

Kota Bandar Lampung merupakan pusat kota pemerintahan dan perekonomian di Provinsi Lampung yang terbagi kedalam 20 kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Rajabasa dan Kecamatan Kedaton yang dipilih sebagai lokasi penelitian. Letak kedua Kecamatan ini sebagian besar merupakan kawasan bisnis, perguruan tinggi dan perkantoran, sehingga pusat

kegiatan jasa dan bisnis berlangsung di Kota Bandar Lampung, salah satunya yaitu rumah makan, hal ini ditunjukkan dari peranan lapangan usaha yang telah memberikan kontribusi sebesar 96,98 persen terhadap PDRB Kategori Penyediaan Akomodasi Makan dan Minum.

B. Gambaran Umum Rumah Makan

Penelitian ini dilakukan pada dua rumah makan yang ada di Kecamatan Rajabasa dan Kecamatan Kedaton di Kota Bandar Lampung yaitu di Jl. Z.A. Pagar Alam, No.38 Rajabasa dan Jl. Z.A. Pagar Alam, No.59 Kedaton, Kota Bandar Lampung. Kedua rumah makan ini berdiri disekitar kawasan perguruan tinggi dan perkantoran, sehingga konsumen tidak akan sulit untuk menemukan rumah makan. Masing-masing menyajikan makanan yang beragam dan hampir sama dengan menu andalannya adalah makanan olahan bebek, yang dilengkapi dengan menu lainnya. Kedua rumah makan memiliki waktu operasional setiap hari mulai dari pukul 10.00 WIB – 21.00 WIB.

Masing-masing rumah makan juga menyediakan fasilitas yang sedikit berbeda misalnya disalah satu rumah makan menyediakan fasilitas tempat duduk lesehan maupun tempat duduk dengan meja yang memiliki kapasitas untuk 4-6 orang. Maka, konsumen dapat memilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Pengelola masing-masing rumah makan berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen sehingga konsumen akan memperoleh kepuasan dan tertarik untuk kembali. Peta lokasi rumah makan tempat penelitian disajikan pada Gambar 5 (lampiran) .

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Terdapat 28 atribut yang telah diidentifikasi dari kedua rumah makan dan dibagi menjadi tiga bagian yaitu produk, perhatian dan fasilitas
2. Atribut kepuasan dan pelayanan yang telah teridentifikasi dapat diterapkan pada rumah makan. Namun, pada atribut kemudahan pembayaran, ketanggapan pada saran, tempat parkir, kelengkapan alat makan, nutrisi, kesediaan menjawab pertanyaan, kerapihan menghadirkan dan kesadaran meminta maaf perlu dilakukan perbaikan oleh pihak rumah makan.

B. Saran

Saran yang diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Sebaiknya masing-masing pihak rumah makan lebih memperhatikan atribut pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen, baik produk, fasilitas maupun perhatian sehingga mampu memberikan kepuasan bagi konsumen.
2. Sebaiknya perusahaan memberikan *briefing* setiap pagi sebelum memulai pekerjaan selain itu pelatihan atau keterampilan khusus bagi karyawan,

sehingga karyawan lebih terampil dan tanggap terhadap tugasnya dalam memberikan pelayanan bagi konsumen.

3. Sebaiknya masing-masing rumah makan juga melakukan analisis mengenai kepuasan konsumen terhadap rumah makan, supaya dapat mengetahui kekurangan maupun kelebihan dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghniarahim J. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Brand Image pada Rumah Makan Ayam Goreng. *Skripsi*. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya. Malang. <http://ebookmarket.org/pdf/analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap--91822280.html>. [29 Desember 2014].
- Anggraini LD. 2013. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index (Studi Kasus di Ria Djenaka Coffee & Resto, Malang). *Skripsi*. Teknologi Industri Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. <http://skripsitipftp.staff.ub.ac.id/files/2015/01/7.-JURNAL-Lulu-Dian-Anggraini.pdf> [29 Desember 2014].
- Ariyani ER. 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan. *Skripsi*. Universitas Gunadarma. http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate/economy/2009/Artikel_10205441.pdf. [30 Desember 2014].
- Aryanti D. 2013. Analisis Tingkat Pelayanan Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus pada Dua Restoran Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung. *JIA*, 1 (2) : 118-125. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/238/237> [12 Agustus 2016].
- Azwar S. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- BPS [Badan Pusat Statistik] Kota Bandar Lampung. 2015. *Kota Bandar Lampung Dalam Angka Tahun 2015*. Lampung. <http://lampung.bps.go.id/> [27 Juli 2016].
- Buchori M. 2009. Analisis Variabel Atribut Produk yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone Sony Ericson pada Mahasiswa STIE ASIA Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. Vol.4 No 1. Diakses di <https://www.scribd.com/doc/82220605/Analisis-Variabel-Atribut-Produk-Yang-Mempengaruhi-Keputusan-Pembelian-Handphone-Sony-Ericson-Pada-Mahasiswa-Stie-Asia-Malang>. [30 Desember 2014].

- Cronbach LJ. 1951. Coefficient Alpha and Internal Structure of Test. *Psychometrika*, 16 (3) : 297–334.
http://kttm.hoasen.edu.vn/sites/default/files/2011/12/22/cronbach_1951_coefficient_alpha.pdf. [12 Agustus 2016].
- Dwiwinarsih, R. 2009. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi AISY di Depok. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma. https://www.academia.edu/7567201/ANALISIS_TINGKAT_KEPUASAN_KONSUMEN_TERHADAP_PELAYANAN_BAKMI_AISY_DI_DEPOK. [30 Desember 2014].
- Engel JF., Blackwell, R. D., dan Miniard, P.W.1995. *Consumer Behavior*. 8 Edition. The Dryden Press. Forth WorthTexas.
- Fajriyah NN. 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Fuzzy Servqual pada Restoran X di Kota Malang. *Skripsi*. Jurusan TIP UB. Malang. <http://skripsitip.staff.ub.ac.id/september-2014/>. [7 Januari 2015].
- Keraf G. 1994. *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. Cetakan ke-10. Ende Nusa Indah.
- Kotler P. 1997. *Marketing Manajemen: Analysis, Planning, Implementation and Control*. International Edition. Englewood Cliffs. Prentice Hall. New Jersey. https://openlibrary.org/books/OL1407616M/Marketing_management. [7 Januari 2015].
- . 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta. hebookee.net/ph/philip-kotler-jilid-13-edisi-2. [7 Januari 2015].
- Lupyoadi R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mandasari V. 2011. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining: Studi Kasus XYZ. *Skripsi*. Universitas Sriwijaya. https://www.academia.edu/767926//Analisis_Kepuasan_Konsumen_Terhadap_Restoran_Cepat_Saji_Melalui_Pendekatan_Data_Mining_Studi_Kasus_X. [17 Juni 2015]
- Ongko I. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru Mc Donald's Basuki Rahmat di Surabaya. Universitas Kristen Petra Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*: 1 (1): 1-12. <http://lib.ukp.ac.id>. [4 Febuari 2015]
- Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang Persyaratan Rumah Makan Departemen Kesehatan RI. 1989. Penjamahan Makanan dan Minuman, DitJen. P2MPLP, Jakarta. <http://www.indonesian-publichealth.com/2013/01/standar-sehat-rumah-makan-dan-restoran.html#>. [30 Januari 2015]

- Putro SW. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. Universitas Kristen Petra. Surabaya. *Jurusan Manajemen Pemasaran*: 2 (1): 1-9. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/issue/view/88>. [20 Oktober 2014]
- Rondonuwu G. 2014. Tingkat Kepuasan Konsumen di Restoran Mc Donald's Manado. Fakultas Pertanian. Manado. *Jurnal Universitas Sam Ratulangi*. 4 (3): 118 <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/cocos/article/view/3999> [30 Desember 2014]
- Roscoe JY. 1975. *Fundamental research statistic for the behavioural science*. Holt Rinehart & Wington. New York.
- Ruhimat D. 2008. *Kepuasan Pelanggan*. Hal 31.PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rustiana I. 2008. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Rice Bowl Bogor serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran. *Skripsi*. Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/1993>. [3 Mei 2015].
- Saleh MA. 2009. *Strategi Komunikasi Pelayanan Publik*. <http://www.scribd.com/doc/35390112/Startegi-Komunikasi-Pelayanan-Publik>. [3 Mei 2015].
- Sanusi A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta Selatan.
- Sidik M. dan Saludin Muis. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV Alaveta. Bandung.
- Sumarwan U. 2003. *Teori Perilaku Konsumen*. Cetakan pertama. Edisi pertama. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- 2011. *Teori Perilaku Konsumen*. Cetakan pertama. Edisi Kedua. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor
- 2014. *Teori Perilaku Konsumen*. Cetakan kedua. Edisi kedua. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Stanton WJ. 1984. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Supranto J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineke Cipta : Jakarta.
- Tjiptono F. 2000. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

————— 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Penerbit Andi. Jakarta.

Umar H. 2002. *Evaluasi Kinerja Perusahaan: Teknik Evaluasi Bisnis dan Kinerja Perusahaan secara Komprehensif, Kuantitatif dan Modern*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

————— 2003. *Metode Riset: Perilaku Konsumen Jasa*. Penerbit ghalia Indonesia. Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia. No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. <http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/447/node/34/uu-no-8-tahun-1999-perlindungan-konsumen>. [1 Juli 2015]

Wulandari W. 2011. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran KFC di Bandar Lampung. *Skripsi*. Jurusan Agribisnis. Universitas Lampung. Lampung.

Zeithaml VA. dan MJ. Bitner. 2001. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across thr Firm*. International Edition. McGraw-Hill, United Stated of Amerika.