

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION IN MISTER GEPREK RESTAURANT AT CAMPUS ENVIRONMENT OF LAMPUNG UNIVERSITY

BY

AFRIANTO NUARI PUTRA

Restaurant business is currently one of the most rapidly growing businesses. This study aimed to determine the level of consumer satisfaction and the performance of product attributes to restaurants in Mister Geprek in Lampung University. The research was conducted by survey method and purposive sampling. The analysis method used were importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) in which to identify customer characteristics and measure customer satisfactions towards Mister Geprek Restaurant. Distribution of questionnaires was conducted at 3 Mister Geprek outlets located in the University of Lampung campus environment which had been determined by purposive sampling method with 100 respondents.

The results of the marketing mix performance with IPA method at Mister Geprek Restaurant in the University of Lampung environment showed attributes that needed to be improved is the the comfortability of the restaurant atmosphere. Attributes that have good performance based on the consumers interests are the taste of food, texture, price, services provided in accordance with what is desired, friendly service, ease of location and ease of ordering with online applications.

While that have low performance are aroma, product appearance, presentation container, product hygiene, materials used, facilities provided, fast food presentation, and employee appearance.

There are that have excessive levels of performance but are considered not too important by consumers are clarity of promotional information, employee knowledge regarding products, and availability of parking land. The CSI method showed that the level of consumer satisfaction on service quality viewed from all aspects is 80.44%. This showed that overall consumers have been satisfied so that they entrust products offered by fast food restaurants Mister Geprek at Lampung University.

Keywords: consumer satisfaction, fast food, marketing mix performance, Mister Geprek.

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA RUMAH MAKAN SAJI MISTER GEPREK DI LINGKUNGAN KAMPUS UNIVERSITAS LAMPUNG

OLEH

AFRIANTO NUARI PUTRA

Bisnis restoran saat ini termasuk salah satu bisnis atau usaha yang berkembang sangat pesat dan paling digemari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan kinerja atribut-atribut produk terhadap rumah makan Mister Geprek di lingkungan kampus Universitas Lampung. Adapun metode yang digunakan adalah metode survey purposive sampling dengan menyebarkan kuisioner dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen di rumah makan cepat saji Mister Geprek. Penyebaran kuisioner dilakukan pada 3 outlet Mister Geprek yang terdapat di lingkungan kampus Universitas Lampung yang telah ditentukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja bauran pemasaran dengan metode IPA pada rumah makan cepat saji Mister Geprek di lingkungan kampus Universitas Lampung memperlihatkan

atribut yang perlu ditingkatkan adalah atribut kenyamanan suasana rumah makan. Atribut yang kinerjanya sudah baik sesuai dengan kepentingan konsumen adalah rasa makanan, tekstur, harga, layanan yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan, pelayanan yang ramah, kemudahan menjangkau lokasi dan kemudahan pemesanan dengan aplikasi online. Atribut yang memiliki kinerja rendah adalah aroma, penampilan produk, wadah penyajian, higienitas produk, bahan yang digunakan, fasilitas yang disediakan, penyajian makanan yang cepat, dan penampilan karyawan. Atribut yang memiliki tingkat kinerja berlebihan namun dinilai tidak terlalu penting oleh konsumen adalah yaitu kejelasan informasi promosi, pengetahuan karyawan terkait produk, dan ketersediaan lahan parkir. Metode CSI menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari semua aspek sebesar 80,44%. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan konsumen telah merasa puas sehingga mempercayakan produk yang ditawarkan oleh rumah makan cepat saji Mister Geprek di Universitas Lampung

Kata kunci : kinerja bauran pemasaran, kepuasan konsumen, makanan cepat saji, Mister Geprek.