

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT
RUMAH MAKAN AYAM BAKAR MBOK JUM CABANG WAY HALIM
KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Yohana Fransiska Elizabet Hutajulu

1814131065



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

ABSTRACT

ANALYSIS OF INTEREST LEVEL AND PERFORMANCE OF ATTRIBUTES OF MBOK JUM GRILLED CHICKEN RESTAURANT WAY HALIM BRANCH BANDAR LAMPUNG CITY

By

Yohana Fransiska Elizabet Hutajulu

The purpose of this study is to analyze the attributes that are considered important by consumers of the Mbok Jum Grilled Chicken Restaurant in Way Halim Branch, to analyze the performance of the attributes of the Mbok Jum Grilled Chicken Restaurant in the Way Halim Branch and to analyze the attributes that need to be maintained and improved in their performance in Mbok Jum Grilled Chicken Restaurant Way Halim Branch. The research method used is a survey method and the determination of the research location is done purposively. The analytical method used is the Importance Performance Analysis (IPA) method. The results show that of the 20 attributes studied, the number of attributes that are considered important by consumers are 13 attributes, namely the attributes that are in quadrant I and quadrant II, the attributes whose performance has given satisfaction to consumers are 7 attributes, namely attributes -attributes that are in quadrant II. There are 7 attributes that need to be maintained, namely all attributes that are in quadrant II. There are 6 attributes that must be improved, namely all attributes that are in quadrant I.

Keywords: attributes, importance, importance performance analysis, performance

ABSTRAK

ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT RUMAH MAKAN AYAM BAKAR MBOK JUM CABANG WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Yohana Fransiska Elizabet Hutajulu

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis atribut-atribut yang dinilai penting oleh konsumen Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim, menganalisis kinerja atribut-atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim dan menganalisis atribut-atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya di Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Metode analisis yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 20 atribut yang diteliti, jumlah atribut yang dinilai penting oleh konsumen sebanyak 13 atribut, yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran I dan kuadran II, atribut-atribut yang kinerjanya telah memberi kepuasan kepada konsumen berjumlah 7 atribut, yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran II. Atribut-atribut yang perlu dipertahankan kualitas kinerjanya berjumlah 7 atribut yaitu semua atribut yang berada pada kuadran II. Atribut-atribut yang harus ditingkatkan kualitas kinerjanya berjumlah 6 atribut yaitu semua atribut yang berada pada kuadran I.

Kata kunci: atribut, *importance performance analysis*, kepentingan, kinerja.

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT
RUMAH MAKAN AYAM BAKAR MBOK JUM CABANG WAY HALIM
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Yohana Fransiska Elizabet Hutajulu

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT RUMAH MAKAN AYAM BAKAR MBOK JUM CABANG WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Yohana Fransiska Elizabet Hutajulu**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1814131065

Program Studi : Agribisnis

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian




1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc.
NIP. 196008181986101001


Yuliana Saleh, S.P., M.Si.
NIP. 198807302015042002

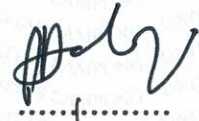
2. Ketua Jurusan Agribisnis


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003199403100

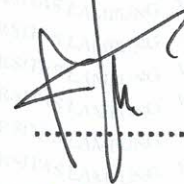
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

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



Sekretaris : Yuliana Saleh, S.P., M.Si.



Penguji

Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Arwan Sukri Banuwa, M.Si
NIP. 196110201986031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Agustus 2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yohana Fransiska Elizabet Hutajulu
NPM : 1814131065
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Perum. Korpri Blok B.16. No. 22. Lk I, RT 002, Kelurahan
Korpri Raya, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 12 Agustus 2022



Yohana Fransiska Elizabet Hutajulu
NPM 1814131065

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada 7 Juni 2000, sebagai anak ke dua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak T.M. Hutajulu dan Ibu Debora Nelly Wati Sihite, S.Pd. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 5 Way Galih pada tahun 2012, pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Xaverius 4 Way Halim Bandar Lampung pada tahun 2015 dan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA PKMI Immanuel Bandar Lampung pada tahun 2018. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2018 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) selama 7 hari di Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Korpri Raya, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung selama 40 hari pada tahun 2021. Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT. Bosindo Cahaya Anugerah (*Bobo Bakery*) pada tahun 2021.

Penulis menjadi asisten dosen pada mata kuliah Pengantar Ilmu Ekonomi (PIE) pada tahun 2020 dan 2021. Semasa kuliah, penulis juga mengikuti organisasi kemahasiswaan tingkat jurusan dan menjadi anggota aktif bidang I yaitu bidang akademik dan profesi di Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMASEPERTA) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode 2018-2022.

SANWACANA

Puji syukur yang begitu besar penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus untuk setiap penyertaan-Nya di setiap proses yang terjadi di dalam hidup penulis, serta senantiasa memberikan berkat yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT RUMAH MAKAN AYAM BAKAR MBOK JUM CABANG WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG**". Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini mendapat bantuan, arahan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Pertama dalam penyusunan skripsi, atas masukan dan bimbingannya kepada penulis.
4. Yuliana Saleh, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua dalam penyusunan skripsi ini, atas masukan dan bimbingannya kepada penulis.
5. Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc., selaku Dosen Pembahas atau Penguji yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyempurnaan skripsi kepada penulis.
6. Alm. Dr. Ir. Sudarma Widjaya, M.S. dan Dewi Mulia Sari, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas bimbingan dan bantuannya kepada penulis.
7. Keluarga tersayang, Bapak T. M. Hutajulu dan Ibu Debora Nelly Wati Sihite, S.Pd. yang telah membesarkan dan membimbing penulis dengan penuh kasih

sayang, serta kakak ku Dahlia, dan adik-adik ku Ferdinand dan Eci atas segala dukungan yang diberikan kepada penulis.

8. Seluruh dosen dan karyawan di Jurusan Agribisnis (Mba Iin, Mas Boim, dan Mas Bukhari) atas semua bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswi di Universitas Lampung.
9. Pihak Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim dan karyawan yang telah memberikan izin dan bantuan kepada penulis selama melakukan penelitian.
10. Sahabat terbaik penulis Naurah Nisrina, S.P. dan Vinni Aurelia Salsabila, S.P. yang telah memberi bantuan, menghibur, dan memberi dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman teman penulis, Lestari Gita, S.P., Lesna, Dinda, Winny, Dwi Ayu, S.P., Olip, Widia, Kesia, Aulia Ruli, S.P., Ridho, dan Fahmi, yang telah memberi bantuan serta motivasi selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperbimbingan, Litha, Bunga dan Sobirin yang selalu memberi semangat dan bantuan kepada penulis.
13. Teman-teman terdekat, Rebecca Sitorus, Audrey Sitorus, S.T., Rebecca Nainggolan, S.Pwk., Imelda Siregar, S.Km., Regis Sitanggang, S.Ars., Putri Hutasoit, Ture Sihotang, S.Pwk., Viktor Silalahi dan Paulus Sianturi, S.Ked., yang selalu menghibur dan memberi semangat kepada penulis.
14. Teman-teman KKN, Arvina, Aulia, Aufary, dan Rusdi atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.
15. Teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2018 yang telah membersamai penulis dalam melaksanakan perkuliahan dari awal menjadi mahasiwa baru.
16. Abang-abang dan mbak-mbak Jurusan Agribisnis atas bantuan dan saran serta dukungan yang telah diberikan.
17. Alamamater tercinta dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan membalas semua kebaikan seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Semoga skripsi yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi banyak pihak di masa yang akan datang.

Bandar Lampung, 12 Agustus 2022

Penulis,

Yohana Fransiska Elizabet Hutajulu

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka	6
1. Rumah Makan	6
2. Atribut Rumah Makan.....	7
3. Kinerja	7
4. Kepuasan Konsumen.....	9
5. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	10
6. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kerangka Pemikiran.....	14
III. METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	18
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	18
C. Lokasi, Responden, Teknik Sampling dan Waktu Pengumpulan Data Penelitian.....	25
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	28
E. Metode Analisis Data	28
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas.....	32
3. <i>Importance and Performance Analysis (IPA)</i>	33
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	37
B. Karakteristik Responden	40
1. Usia dan Jenis Kelamin Responden	40
2. Pekerjaan dan Pendapatan Responden.....	41

3. Pendidikan Terakhir	42
C. Pengalaman dan Motivasi Responden.....	43
D. Kepentingan, Kinerja, dan Tingkat Kesesuaian Atribut-atribut.....	45
1. Kelompok Atribut Produk	45
2. Kelompok Atribut Pelayanan	48
3. Kelompok Atribut Fasilitas	51
E. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	54
1. Prioritas Rendah (Kuadran III).....	56
2. Berlebihan (Kuadran IV).....	58
3. Pertahankan Prestasi (Kuadran II).....	61
4. Prioritas Utama (Kuadran I).....	65

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah rumah makan di Kota Bandar Lampung tahun 2016-2021	1
2. Pembagian waktu dan jam wawancara responden	27
3. Nilai bobot tingkat kepentingan dan kinerja	28
4. Kelompok atribut-atribut penelitian.....	29
5. Hasil uji validitas kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim	31
6. Uji reliabilitas kepentingan dan kinerja atribut pada Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim	33
7. Sebaran responden berdasarkan pengelompokkan usia dan jenis kelamin....	41
8. Sebaran pengelompokkan status pekerjaan dan pendapatan responden	42
9. Skor rata-rata kepentingan, kinerja dan tingkat kesesuaian kelompok atribut produk.....	46
10. Skor rata-rata kepentingan, kinerja dan tingkat kesesuaian kelompok atribut pelayanan.....	49
11. Skor rata-rata kepentingan, kinerja dan tingkat kesesuaian kelompok atribut fasilitas.....	52
12. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran III	56
13. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran IV	58
14. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran II	61
15. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran I.....	65

16. Kajian penelitian terdahulu	77
17. Keterangan penilaian pada setiap skor atribut	85
18. Identitas responden Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim	88
19. Pengalaman dan motivasi responden	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim Kota Bandar Lampung	17
2. Diagram kartesius IPA	35
3. Lokasi Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.....	37
4. Pengalaman berkunjung responden	43
5. Jumlah kunjungan responden.....	44
6. Diagram persentase alasan utama responden melakukan pembelian.....	45
7. Diagram kartesius IPA tingkat kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim	55
8. Foto bagian depan Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim	96
9. Foto bagian dalam Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim	96
10. Foto bersama 2 karyawan Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim	97
11. Foto saat pengambilan data untuk uji validitas dan reliabilitas kuesioner	97
12. Foto saat pengambilan data untuk uji validitas dan reliabilitas kuesioner	97
13. Foto saat melakukan penelitian.....	98
14. Foto saat melakukan penelitian.....	98

15. Tempat pembayaran (Kasir) di Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim	98
16. Tempat duduk lesehan di Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.....	99
17. Areal parkir Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.....	99
18. Wastafel di Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.....	99

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis usaha rumah makan di Kota Bandar Lampung mengalami peningkatan yang cukup pesat. Jumlah rumah makan yang ada di Kota Bandar Lampung selalu bertambah di setiap tahunnya. Menurut Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung (2022), pada tahun 2021 jumlah rumah makan yang berdiri di Kota Bandar Lampung berjumlah 827, jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 4% bila dibandingkan dengan tahun 2020 yaitu berjumlah 792. Jumlah rumah makan di Kota Bandar Lampung pada tahun 2016 hingga 2021 dapat dilihat Pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah rumah makan di Kota Bandar Lampung tahun 2016-2021

Tahun	Jumlah rumah makan	Persentase peningkatan (%)
2016	223	
2017	347	56
2018	488	41
2019	723	48
2020	792	9
2021	827	4

Sumber: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung, 2022.

Pertumbuhan bisnis usaha rumah makan di Kota Bandar Lampung mempunyai prospek yang potensial untuk dikembangkan, karena diiringi dengan peningkatan jumlah penduduk. Pada tahun 2020, jumlah penduduk Kota Bandar Lampung mencapai 1.166.066 jiwa dan hingga tahun 2021 meningkat menjadi 1.184.949 jiwa (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2022). Peningkatan jumlah penduduk tersebut akan meningkatkan jumlah permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa. Hal tersebut dapat

dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha, khususnya pengusaha rumah makan untuk mengembangkan bisnisnya.

Berbagai macam jenis usaha terus bermunculan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap barang dan jasa. Setiap masyarakat memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dan kebutuhan yang paling mendasar dalam kehidupan manusia adalah pangan. Pangan merupakan bahan-bahan yang dapat dimakan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan tubuh, yang terdapat dalam bentuk padat maupun cair (Indriani, 2018). Rumah makan dapat menjadi salah satu jenis usaha yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi pangan. Usaha rumah makan merupakan tempat usaha yang kegiatan utamanya adalah menyediakan makanan dan minuman bagi tamu yang datang dan tamu tersebut harus membayar sesuai dengan apa yang dipesan (Marsum, 2005).

Jumlah rumah makan yang semakin banyak di Kota Bandar Lampung mengharuskan para pelaku usaha untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya, khususnya dengan kompetitor yang menjual produk olahan sejenis. Pihak rumah makan sebaiknya membuat strategi yang tepat, agar mampu menarik minat konsumen untuk berkunjung ke tempat usahanya. Pada era sekarang ini, hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen saat mengunjungi rumah makan tidak hanya pada cita rasa makanannya saja. Hal lain yang dianggap penting oleh konsumen adalah pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan. Pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan dapat memberikan dampak yang positif bagi usaha rumah makan.

Pelaku usaha rumah makan sebaiknya menjadikan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama. Terpenuhinya kepuasan konsumen akan membuat konsumen merasa puas dan bersedia untuk datang kembali ke rumah makan tersebut bahkan dapat menjadi pelanggan tetap. Selain itu, kepuasan konsumen yang terpenuhi dapat mendorong konsumen untuk

merekomendasikan rumah makan tersebut ke kerabat terdekat maupun orang lain. Kepuasan konsumen harus dipertahankan ataupun ditingkatkan, agar konsumen tidak berpaling ke rumah makan lainnya yang menjual produk olahan sejenis.

Persaingan bukan menjadi hal yang asing dalam dunia bisnis, terutama pada bisnis usaha rumah makan. Banyaknya rumah makan yang ada di Kota Bandar Lampung menjadi tantangan bagi para pelaku usaha rumah makan untuk mempertimbangkan jenis makanan yang tepat untuk dipasarkan. Untuk itu, produsen dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap hal-hal yang diminati oleh konsumen.

Rumah makan yang tersebar di Kota Bandar Lampung menyajikan berbagai macam jenis hidangan. Salah satu hidangan yang dapat dengan mudah ditemui di setiap rumah makan adalah ayam. Ayam menjadi salah satu makanan yang banyak disukai oleh semua orang dari segala kalangan dan usia. Terdapat berbagai macam hidangan ayam yang disajikan di rumah makan yang ada di Kota Bandar Lampung, seperti ayam goreng, ayam geprek, ayam panggang dan ayam bakar. Salah satu rumah makan yang memiliki hidangan ayam sebagai menu andalannya dan masih eksis hingga saat ini adalah Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum. Rumah makan tersebut telah memiliki tujuh cabang yang tersebar di berbagai wilayah di Provinsi Lampung. Salah satu cabang terbarunya dan ramai dikunjungi oleh konsumen adalah Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.

B. Rumusan Masalah

Rumah makan yang menyajikan hidangan ayam dapat dengan mudah ditemui di berbagai wilayah yang ada di Kota Bandar Lampung. Salah satu wilayah yang cukup banyak memiliki usaha rumah makan dengan menyajikan hidangan ayam sebagai menu andalannya adalah Kecamatan Kedaton. Jumlah rumah makan di Kecamatan Kedaton menempati urutan keenam

dengan jumlah rumah makan terbanyak yaitu berjumlah 59 (Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung, 2022).

Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim harus dapat bersaing dengan rumah makan lainnya untuk dapat mempertahankan keberadaannya. Berbagai macam cara dapat dilakukan oleh pihak rumah makan. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Setiap konsumen yang mendatangi ataupun melakukan pembelian di suatu rumah makan tidak hanya memperhatikan makanannya saja, ada hal-hal lain yang diperhatikan seperti pelayanan, harga, kebersihan dan lainnya. Hal-hal tersebut dinamakan sebagai atribut. Terdapat berbagai macam atribut yang ada di rumah makan seperti cita rasa, variasi makanan, kemudahan pembayaran, keindahan tempat, fasilitas dan lainnya. Setiap atribut tersebut tentunya mengeluarkan biaya, jika semua atribut diperhatikan, maka pihak rumah makan akan mengeluarkan biaya yang banyak. Pihak rumah makan harus mengetahui atribut-atribut apa saja yang harus diprioritaskan. Atribut yang menjadi prioritas tersebut harus disesuaikan dengan apa yang dianggap penting oleh konsumen. Oleh karena itu, perlu untuk dilakukan penelitian ini untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan apa saja atribut yang harus dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apa saja atribut-atribut yang dinilai penting oleh konsumen Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim?
2. Bagaimana kinerja atribut-atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim?

3. Apa saja atribut-atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya di Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis atribut-atribut yang dinilai penting oleh konsumen Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.
2. Menganalisis kinerja atribut-atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.
3. Menganalisis atribut-atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya di Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha, sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada tempat usahanya.
2. Pengusaha rumah makan yang akan memulai bisnisnya, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pelayanan pada tempat usahanya.
3. Peneliti lain, sebagai bahan rujukan atau perbandingan untuk melakukan penelitian yang serupa.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Rumah Makan

Menurut Ninemeier dan Heys (2011), restoran atau rumah makan merupakan suatu tempat yang menyediakan pelayanan di bidang makanan dan minuman bagi setiap pelanggan baik individu maupun kelompok yang akan datang ketempat tersebut, adanya pelanggan yang datang akan memberikan keuntungan bagi pihak restoran atau rumah makan tersebut.

Marsum (2005) mengatakan bahwa rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial dan memberikan pelayanan yang baik kepada semua tamunya, baik berupa makanan maupun minuman. Bangunan rumah makan ada yang berada dalam suatu kantor, pabrik, hotel dan banyak juga yang berdiri sendiri. Tujuan operasi rumah makan adalah untuk bisnis atau mencari keuntungan dan memberikan kepuasan bagi para pelanggan rumah makan.

Usaha rumah makan adalah tempat usaha yang komersial yang ruang lingkup kegiatannya yaitu menyediakan pelayanan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya. Usaha rumah makan merupakan suatu tempat dimana seseorang yang datang menjadi tamu akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan dan harus membayar makanan yang dipesan sesuai dengan harga yang ditentukan dan tertera dalam daftar menu yang disediakan oleh rumah makan tersebut (Suarthana, 2006).

2. Atribut Rumah Makan

Menurut Simamora (2001), atribut produk adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli produk seperti harga, kualitas, kelengkapan fungsi (fitur), desain, dan lain sebagainya. Tjiptono (2001) menyatakan bahwa atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Atribut rumah makan merupakan kepribadian dari rumah makan, yaitu menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap rumah makan itu sendiri (Sopiah, 2008). Menurut Leha dan Subagio (2014), atribut rumah makan dan restoran didefinisikan sebagai evaluasi kriteria konsumen yang terkait dengan semua nilai yang ditawarkan sebuah rumah makan. Nilai-nilai yang dimaksud tersebut meliputi lokasi, fasilitas, layanan dan barang dagangan.

3. Kinerja

Menurut Suyadi (2008), *performance* atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral ataupun etika. Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2009).

Moenir (2006) menyatakan bahwa definisi dari konsep pelayanan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, baik melalui aktivitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Pelayanan pada dasarnya merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta

tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian kinerja pelayanan merupakan hasil kerja yang telah dicapai dari suatu tindakan, kebijakan, manfaat atau pelaksanaan kerja untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan orang lain.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan terhadap inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006), yaitu:

- a. *Tangibles* (bukti fisik), merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak lain. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dan merupakan suatu pelayanan yang dapat dirasakan.
- b. *Reliability* (kehandalan), merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan), merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pelanggan serta menyampaikan informasi secara jelas.
- d. *Assurance* (jaminan dan kepastian), merupakan pengetahuan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan yang terdiri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. *Empathy* (empati), merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

4. Kepuasan Konsumen

Menurut Rangkuti (2011), kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan

kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian. Pada dasarnya, kepuasan dan ketidakpuasan dari konsumen ditentukan dari persepsi dan harapan konsumen saat mencoba produk atau menerima suatu pelayanan. Konsumen akan memberikan tanggapan emosional dan respon yang mencerminkan harapannya dapat terpenuhi atau tidak. Hal ini didasari dari pengalaman konsumsi suatu produk dalam suatu waktu tertentu (Irawan, 2008).

Kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen (Nasution, 2005). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman.

Manfaat yang didapat dengan adanya kepuasan konsumen (Tjiptono, 2014) adalah:

- a. Hubungan antara perusahaan dan para konsumen menjadi lebih harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik pada konsumen, sehingga terciptanya loyalitas konsumen.
- c. Terciptanya reduksi sensitivitas harga.
- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*mouth of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen.
- f. Laba yang diperoleh perusahaan meningkat.

5. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas dari suatu produk atau jasa (Latu dan Everett, 2000). Menurut Lupiyoadi dan Bramulya (2015), dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* suatu perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen, sehingga dapat menjadi dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Analisis IPA dipergunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dan kualitas layanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*).

Metode IPA menggabungkan antara ukuran kinerja dan kepentingan yang dirasakan pengguna ke dalam plot dua dimensi untuk memfasilitasi interpretasi data (Martilla dan James, 1977). Plot tersebut akan mengelompokkan atribut-atribut ke dalam empat kategori atau disebut dengan empat kuadran. Empat kuadran tersebut akan diidentifikasi sebagai prioritas utama (kuadran I), pertahankan prestasi (kuadran II), prioritas rendah (kuadran III), dan berlebihan (kuadran IV). Metode IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian, karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Lupiyoadi dan Bramulya, 2015).

6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dicantumkan merupakan penelitian yang dijadikan acuan dan referensi dalam penelitian ini. Beberapa hasil penelitian terdahulu secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 16 (lampiran).

Penelitian yang dilakukan oleh Mahendraswari dan Nurmalina (2013) tentang tingkat kepentingan serta kinerja atribut di Rumah Makan Bebek Gendut Kota Bogor menggunakan metode analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *convenience sampling* dan jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 100 orang. Atribut yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 19 atribut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut yang harus diperhatikan dan ditingkatkan kinerjanya yaitu atribut keramahan dan kesopanan pramusaji.

Penelitian mengenai tingkat kepentingan dan kinerja atribut-atribut daging sapi di Kota Kupang yang dilakukan oleh Tafuli, Hartono, dan Nugroho (2013) dilakukan dengan menggunakan metode analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 18 atribut dan digunakan metode *accidental sampling* dalam penarikan sampelnya dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 150 orang. Pada hasil penelitian, diperoleh bahwa secara umum keseluruhan atribut memiliki kepentingan dan kinerja yang tinggi. Namun, ada satu atribut yaitu promosi yang harus ditingkatkan kinerjanya.

Penelitian pengukuran kepuasan konsumen pada kantin Institut Teknologi Sumatera telah dilakukan oleh Pangastuti dan Permana pada tahun 2019. Atribut yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 18 atribut. Metode analisis yang digunakan yaitu metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Sampel pada penelitian ini berjumlah 110 orang dan metode yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu *simple random sampling*. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu, atribut yang dianggap terpenting adalah keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan. Atribut kinerja terbaik yaitu variasi menu dan beberapa atribut, seperti harga produk, kesesuaian harga dengan kualitas makanan, area makan yang nyaman dan menarik secara visual, dan kecepatan penyajian perlu ditingkatkan lagi kinerjanya.

Meiliani, Indriani dan Abidin (2019), telah melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen rumah makan bakso di Universitas Lampung dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis yang digunakan yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Penarikan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut jaminan produk, kesigapan pelayanan, keadilan pelayanan dan kesabaran karyawan menjadi atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Aryanti, Hudoyo dan Kasymir (2013) tentang tingkat pelayanan restoran terhadap kepuasan pelanggan di kompleks pertokoan Way Halim dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 22 atribut. Metode analisis yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya agar dapat memenuhi kepuasan konsumen yaitu atribut kesesuaian rasa, kebersihan dan kerapihan, ketersediaan toilet dan ketersediaan tempat cuci tangan.

Bangun, Indriani dan Soelaiman (2017) melakukan penelitian mengenai sikap dan kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Hang Dahi Bandar Lampung. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, multiatribut fishbein, *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 60 orang yang dipilih secara *accidental sampling*. Hasil penelitian diperoleh bahwa atribut *higienitas*, variasi menu dan kebersihan tempat menjadi atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya, sedangkan atribut rasa dan kenyamanan tempat harus dipertahankan kinerjanya.

Nurainy, Rangga dan Prayoga (2019) telah melakukan penelitian tentang perilaku dan kepuasan mahasiswa Universitas Lampung terhadap makanan

menu utama ayam bakar. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 8 atribut. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 77 orang dengan metode *accidental sampling*. Hasil penelitian yang didapat yaitu pada kuadran I berisi atribut kecepatan penyajian, kuadran II berisi atribut bumbu, tekstur, higienitas produk, keramahan dalam pelayanan, dan kenyamanan tempat. Pada kuadran III berisi atribut penampilan produk, potongan harga, media iklan, wadah penyajian, dan ukuran per saji. Atribut yang berada pada kuadran IV yaitu harga, aroma dan kemudahan menjangkau lokasi.

Penelitian mengenai identifikasi atribut di rumah makan olahan ayam Bandar Lampung yang dilakukan oleh Prasetyowati, Hudoyo dan Rangga (2016), dilakukan terhadap 24 atribut. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan sebagai metode analisis. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang diambil sebanyak 70 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa atribut yang menjadi prioritas konsumen di rumah makan olahan ayam di Kota Bandar Lampung, yaitu atribut cita rasa, harga, jaminan nutrisi, kebersihan, kecepatan pelayanan, keramahan kesopanan, jaminan kenyamanan, ketelitian kasir, ketersediaan tempat parkir, dan konsistensi waktu.

Azaria, Widjaya dan Riantini (2020), melakukan penelitian tentang sikap dan kepuasan konsumen rumah makan “xxx” lamongan. Terdapat 10 atribut yang digunakan pada penelitian ini. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, multiatribut fishbein, *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tidak ada atribut yang masuk dalam

kuadran I dan dari 10 atribut hanya lima atribut yang masuk dalam kuadran II (pertahankan prestasi) yaitu atribut cita rasa, harga, tingkat higienitas, kebersihan toilet, dan tempat cuci tangan.

Penelitian Anggraini, Deoranto dan Ikasari (2015) tentang persepsi konsumen di Ria Djenaka *Cofee*, dilakukan dengan metode analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 353 responden yang diambil dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Terdapat 17 atribut yang diteliti pada penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, dari 17 atribut yang diteliti, sebanyak enam atribut merupakan atribut yang dianggap penting oleh konsumen, namun kinerjanya belum memuaskan atau masuk ke dalam kuadran I (prioritas utama).

Atribut-atribut yang diteliti pada penelitian “Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim Kota Bandar Lampung” diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi dalam pemilihan atribut. Atribut yang diteliti telah disesuaikan dengan keadaan Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada tempat penelitian, jumlah sampel dan atribut-atribut yang digunakan. Perbedaan tersebut disebabkan oleh adanya ketidaksamaan kondisi tempat penelitian dan produk yang diteliti. Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim Bandar Lampung belum pernah dijadikan sebagai lokasi penelitian dengan judul yang sejenis.

B. Kerangka Pemikiran

Perkembangan usaha kuliner yang begitu pesat di Kota Bandar Lampung mengharuskan para pengusaha kuliner untuk bersaing dengan usaha sejenis

lainnya. Hal tersebut bertujuan agar para pelaku usaha dapat mempertahankan keberadaan usahanya, baik di masa kini hingga di masa yang akan datang. Usaha kuliner seperti rumah makan dewasa ini semakin banyak bermunculan, sehingga menuntut para pelaku usaha untuk berlomba-lomba menarik perhatian para konsumen, agar berkunjung ke tempat usahanya.

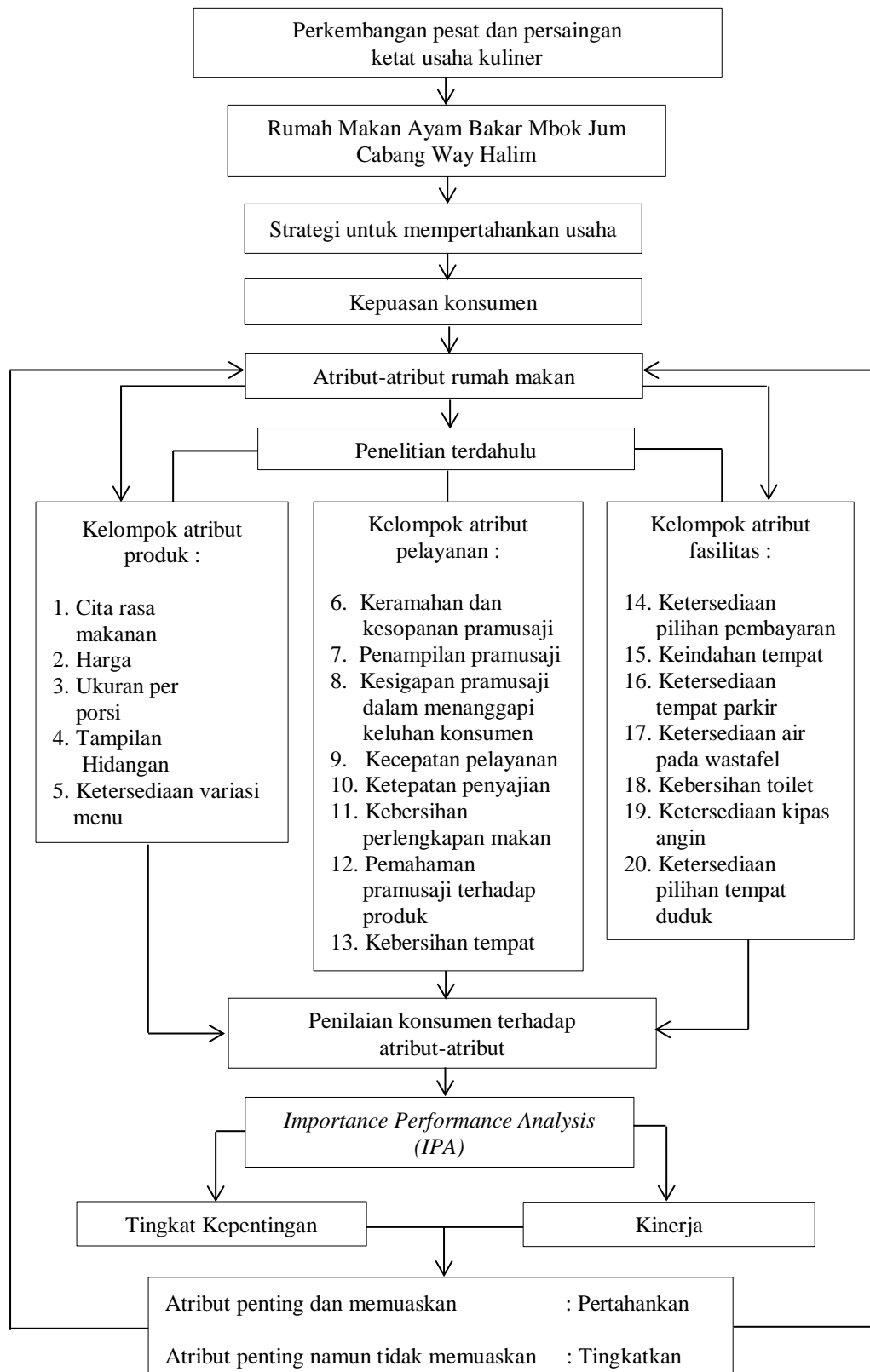
Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum merupakan usaha kuliner yang telah berdiri sejak tahun 2014 dan telah memiliki tujuh cabang yang tersebar di berbagai wilayah di Provinsi Lampung. Salah satu cabangnya yang memiliki pengunjung yang cukup ramai yaitu cabang Way Halim yang beralamat di Jl. Sultan Agung No. 83, Kelurahan Sepang Jaya, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Cita rasa yang lezat dari makanan yang disajikan serta lokasi tempat yang strategis dan mudah diakses oleh para konsumen membuat Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim ini banyak digemari oleh konsumen.

Pihak rumah makan sebaiknya membuat suatu strategi, agar dapat mempertahankan keeksistensiannya dimata pelanggan dan dapat menarik konsumen baru. Untuk itu, produsen harus dapat memenuhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Hal tersebut dapat dinilai oleh para konsumen dari atribut-atribut dan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan.

Atribut-atribut pelayanan Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim yang akan diteliti dibagi ke dalam tiga kelompok atribut yaitu kelompok atribut produk, pelayanan dan fasilitas. Kelompok atribut yang digunakan mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki topik penelitian yang sejenis dan telah disesuaikan dengan keadaan Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.

Atribut cita rasa makanan, harga, ketersediaan variasi menu, ukuran per porsi dan tampilan hidangan digunakan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mahendraswari dan Nurmalina (2013). Atribut keramahan dan kesopanan pramusaji, penampilan pramusaji, kesigapan pramusaji dalam menanggapi keluhan konsumen, kecepatan pelayanan, ketepatan penyajian, ketersediaan pilihan pembayaran, pemahaman pramusaji terhadap produk, kebersihan tempat, dan kebersihan perlengkapan makan digunakan berdasarkan penelitian dari Mahendraswari dan Nurmalina (2013), Prasetyowati, dkk., (2016) dan Anggraini, dkk., (2015). Atribut keindahan tempat, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan air pada wastafel, kebersihan toilet, ketersediaan kipas angin, dan ketersediaan pilihan tempat duduk digunakan berdasarkan penelitian Aryanti dkk., (2013) dan Bangun dkk., (2017).

Konsumen menilai tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut-atribut tersebut melalui kuesioner yang telah diberikan kepada konsumen. Kemudian data yang diperoleh dari penilaian para konsumen dianalisis dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk diketahui tingkat kepentingan dan kinerja atributnya. Kerangka pemikiran Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut-atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim Kota Bandar Lampung

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sukardi (2007), metode survei adalah metode yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik populasi yang digambarkan oleh sampel. Metode survei memperoleh sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sugiarto, 2003).

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup semua pengertian yang digunakan untuk memperoleh data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.

Rumah makan adalah sebuah tempat usaha yang menyajikan hidangan baik makanan maupun minuman kepada para pengunjung yang datang dan pengunjung wajib membayar atas apa yang dipesan atau dibeli.

Konsumen adalah setiap orang yang membeli atau mengonsumsi suatu produk. Konsumen pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan mengonsumsi hidangan di Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.

Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan pihak lain tersebut.

Tingkat kepentingan suatu atribut merupakan penilaian terhadap penting atau tidaknya suatu atribut menurut para konsumen. Pada penelitian ini, kepentingan atribut diukur dengan menggunakan skala *likert semantic differential*, dimana pilihan jawaban tersusun dalam satu baris dengan jawaban yang “sangat penting sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kinerja suatu atribut merupakan penilaian konsumen terhadap hasil kerja dari atribut atau pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Penilaian tersebut dinilai dengan skala *likert semantic differential*, pilihan jawaban tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja yang dirasakan oleh konsumen.

Atribut pelayanan adalah unsur-unsur produk yang ditawarkan oleh pihak lain yang bisa dinikmati dan dirasakan oleh konsumen dan dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Kelompok atribut produk, adalah kelompok atribut-atribut pelayanan tentang produk yang ditawarkan oleh pihak rumah makan kepada konsumen. Atribut-atribut dalam kelompok ini yaitu, cita rasa makanan, harga, ukuran per porsi, tampilan hidangan dan ketersediaan variasi menu.

Cita rasa makanan adalah suatu atribut makanan seperti bau dan rasa yang dapat dipilih, dinilai dan dirasakan oleh konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut cita rasa makanan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Harga adalah suatu nilai atau jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen terhadap suatu produk. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut harga yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ukuran per porsi adalah jumlah standar satu bagian dari suatu produk makanan atau minuman yang dijual. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ukuran per porsi yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Tampilan hidangan adalah visual dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut tampilan hidangan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ketersediaan variasi menu adalah ketersediaan bermacam-macam pilihan makanan dan minuman yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut keberagaman menu yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kelompok atribut pelayanan, merupakan atribut-atribut pelayanan yang diberikan kepada konsumen mengenai perhatian, kepedulian ataupun tindakan yang dapat memberikan kenyamanan bagi para konsumen. Atribut-atribut dalam kelompok ini adalah keramahan dan kesopanan pramusaji,

penampilan pramusaji, kesigapan dalam menanggapi keluhan konsumen, kecepatan pelayanan, ketepatan penyajian, kebersihan perlengkapan makan, pemahaman pramusaji terhadap produk, dan kebersihan tempat.

Keramahan dan kesopanan pramusaji adalah sikap atau tindakan yang dilakukan oleh pramusaji dengan memberikan senyuman, menyapa dan tidak berkata ataupun bersikap kasar kepada konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut keramahan dan kesopanan pramusaji yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Penampilan pramusaji merupakan tampilan dari kerapian dan kesopanan cara berpakaian pramusaji. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut penampilan pramusaji yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kesigapan dalam menanggapi keluhan konsumen merupakan kecepatan respon dari pramusaji terhadap keluhan yang disampaikan oleh konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kesigapan dalam menanggapi keluhan konsumen yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kecepatan pelayanan adalah kemampuan pelayan untuk memberikan hidangan yang dipesan oleh konsumen dalam waktu yang semestinya. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kecepatan pelayanan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di

bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ketepatan penyajian merupakan kemampuan dari pelayan dalam memberikan pesanan yang sesuai dengan apa yang dipesan oleh konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ketepatan penyajian yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kebersihan perlengkapan makan merupakan keadaan dari perlengkapan makan seperti sendok, garpu dan gelas yang tidak memiliki noda dan bau yang tidak sedap. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kebersihan perlengkapan makan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri

Pemahaman pramusaji terhadap produk adalah kemampuan pramusaji untuk memberikan informasi terhadap produk-produk yang ditanyakan oleh konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut pemahaman pramusaji terhadap produk yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kebersihan tempat adalah keadaan dari rumah makan yang memiliki lingkungan yang bersih. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kebersihan tempat yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali”

memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kelompok atribut fasilitas, merupakan kelompok atribut-atribut pelayanan yang dapat dimanfaatkan atau digunakan untuk kenyamanan konsumen saat berada di rumah makan. Atribut-atribut pada kelompok ini adalah ketersediaan pilihan pembayaran, keindahan tempat, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan air pada wastafel, kebersihan toilet, ketersediaan kipas angin, dan ketersediaan pilihan tempat duduk.

Ketersediaan pilihan pembayaran merupakan pemberian kemudahan kepada konsumen dalam menyediakan berbagai alternatif pilihan untuk membayar pesanan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kemudahan pembayaran yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Keindahan tempat merupakan suatu keadaan yang sedap dipandang, bagus dan memberikan perasaan senang bagi yang melihatnya. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut keindahan tempat yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ketersediaan tempat parkir merupakan suatu areal yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen untuk memarkirkan kendaraan yang dibawanya. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ketersediaan tempat parkir yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ketersediaan air pada wastafel merupakan fasilitas untuk mencuci tangan yang dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ketersediaan wastafel yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kebersihan toilet merupakan fasilitas yang diberikan pihak rumah makan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ketersediaan toilet yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ketersediaan kipas angin merupakan suatu alat atau benda yang disediakan oleh pihak rumah makan untuk menyejukan ruangan di rumah makan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ketersediaan penyejuk ruangan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ketersediaan pilihan tempat duduk merupakan tersedianya pilihan tempat duduk seperti lesehan atau tidak yang dapat dipilih konsumen. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ketersediaan pilihan tempat duduk yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat penting sekali/sangat puas sekali” memiliki nilai 7 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting sekali/sangat tidak puas sekali” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Penilaian konsumen terhadap atribut merupakan proses pengukuran terhadap hasil kerja dari atribut-atribut yang dirasakan oleh konsumen.

Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode analisis untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dan kualitas layanan (*Importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*Performance*).

C. Lokasi, Responden, Teknik *Sampling* dan Waktu Pengumpulan Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim yang beralamat di Jl. Sultan Agung No. 83, Kelurahan Sepang Jaya, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa rumah makan tersebut merupakan rumah makan yang ramai dikunjungi oleh konsumen, terletak pada lokasi yang strategis, menghadapi persaingan dengan usaha sejenis lainnya, masih tetap eksis hingga saat ini dan merupakan cabang terbaru.

Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang sedang berkunjung ke Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim dan sudah berusia minimal 17 tahun. Sampel yang diambil diperoleh dari populasi yang ada. Menurut Arikunto (2010), populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *probability sampling*. Penentuan responden dilakukan dengan cara memberi nomor pada setiap meja dan mengundi nomor meja dengan menggunakan *Microsoft Excel*. Jumlah sampel yang diambil hanya satu orang responden jika dalam satu meja terdapat dua orang konsumen. Jika terdapat lebih dari dua orang konsumen, maka akan diambil dua orang saja

untuk dijadikan sebagai responden dan jika terdapat satu rombongan keluarga, maka hanya mengambil satu orang saja dari rombongan tersebut. Jika nomor meja yang terpilih saat pengundian tidak ada yang menempati, maka akan dilakukan pengundian ulang dan jika nomor meja yang sama telah keluar saat dilakukan pengundian dan konsumen yang berada di nomor meja tersebut bersedia untuk dijadikan sebagai responden, maka nomor meja tersebut dapat digunakan kembali untuk pengundian di hari yang sama.

Pada penelitian ini, metode pengambilan sampel dilakukan secara bertahap. Tahap pertama, yaitu menentukan hari dan jam wawancara yang ditetapkan secara sengaja. Hari yang ditetapkan adalah dua hari kerja (Selasa dan Rabu) dan dua hari akhir pekan (Sabtu dan Minggu). Pengumpulan data dilakukan pada jam yang berbeda yaitu pada pukul 12.00-16.00 WIB dan pukul 17.00-21.00 WIB. Perbedaan waktu tersebut dilakukan dengan pertimbangan bahwa terdapat kemungkinan perbedaan tingkah laku konsumen dan pendapat konsumen terhadap atribut-atribut yang digunakan.

Penelitian ini dilakukan selama empat minggu, dengan jumlah sampel untuk setiap minggunya sebanyak 16 responden. Hal tersebut dilakukan agar informasi yang dikumpulkan didapatkan dengan sejelas-jelasnya dari para responden dan wawancara tidak dilakukan dengan terburu-buru. Pada satu minggu terakhir hanya diambil 12 responden saja, karena menyesuaikan dengan jumlah sampel yang telah ditentukan. Pada setiap kali wawancara, jumlah sampel yang diwawancarai sebanyak empat orang responden. Pembagian waktu dan jam wawancara responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pembagian waktu dan jam wawancara responden

Waktu (WIB)	Sabtu (orang)	Minggu (orang)	Selasa (orang)	Rabu (orang)	Jumlah (orang)
Minggu Ke-1					
12.00 - 16.00	-	4	-	4	8
17.00 - 21.00	4	-	4	-	8
Minggu Ke-2					
12.00 - 16.00	-	4	-	4	8
17.00 - 21.00	4	-	4	-	8
Minggu Ke-3					
12.00 - 16.00	-	4	-	4	8
17.00 - 21.00	4	-	4	-	8
Minggu Ke-4					
12.00 - 16.00	-	4	-	-	4
17.00 - 21.00	4	-	4	-	8
Total					60

Menurut Cohen *et al.* (2018), jumlah minimal sampel pada suatu penelitian yaitu sebanyak 30 responden. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 60 orang responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan pada Bulan Maret hingga Bulan April 2022.

Kuesioner merupakan pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2006). Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 2 bagian utama. Bagian pertama berisikan identitas responden, bagian kedua berisikan pengalaman dan motivasi responden dan bagian ketiga berisikan butir-butir pertanyaan berjumlah 20 butir yang akan dijawab oleh responden. Para konsumen yang dijadikan sampel dan bersedia untuk dijadikan responden akan diwawancarai secara langsung dengan menggunakan bantuan kuesioner atau mengisi kuesioner sendiri.

Skala yang digunakan untuk memperoleh data-data subjek pada penelitian ini adalah skala *likert semantic differential*, yaitu skala untuk mengukur sikap tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun *checklist*, melainkan tersusun dalam satu garis kontinu dimana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis dan jawaban yang sangat negatif terletak dibagian kiri garis atau sebaliknya (Sumanto, 2014). Dalam kuesioner penelitian ini,

pilihan jawaban yang paling positif yaitu “Sangat Penting Sekali” dan “Sangat Puas Sekali” berada pada bagian kanan dengan nilai 7, sedangkan pilihan jawaban yang paling negatif yaitu “Sangat Tidak Penting Sekali” dan “Sangat Tidak Puas Sekali” berada pada bagian kiri dengan nilai 1.

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan para responden yang sedang berkunjung ke lokasi penelitian dan digunakan kuesioner yang telah dibuat sebelumnya sebagai alat bantu pengumpulan data. Data sekunder diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu, studi literatur, laporan-laporan, jurnal penelitian dan lembaga atau instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Metode tersebut digunakan untuk menjawab tujuan pertama hingga ketiga. Pada penelitian ini, penilaian terhadap tingkat kepentingan atribut dan kinerja pelayanan diukur dengan menggunakan skala *likert* tujuh tingkatan yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai bobot tingkat kepentingan dan kinerja

Kepentingan	Bobot	Kinerja	Bobot
Sangat tidak penting sekali	1	Sangat tidak puas sekali	1
Sangat tidak penting	2	Sangat tidak puas	2
Tidak penting	3	Tidak puas	3
Netral	4	Netral	4
Penting	5	Puas	5
Sangat penting	6	Sangat puas	6
Sangat penting sekali	7	Sangat puas sekali	7

Atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian dan yang dimasukkan ke dalam kuesioner berjumlah 20 atribut dan dikelompokkan ke dalam tiga bagian kelompok. Kelompok atribut-atribut penelitian tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Kelompok atribut-atribut penelitian

Kelompok atribut	Atribut	Sumber
Produk	Cita rasa makanan	(Mahendraswari dan Nurmalina, 2013).
	Harga	
	Ukuran per porsi	
	Tampilan hidangan	
	Ketersediaan variasi menu	
Pelayanan	Keramahan dan kesopanan pramusaji	(Prasetyowati dkk, 2016); (Mahendraswari dkk, 2013) dan (Anggraini dkk, 2015).
	Penampilan pramusaji	
	Kesigapan pramusaji dalam menanggapi keluhan konsumen	
	Kecepatan pelayanan	
	Ketepatan penyajian	
	Kebersihan perlengkapan makan	
	Pemahaman pramusaji terhadap produk	
	Kebersihan tempat	
Fasilitas	Ketersediaan pilihan pembayaran	(Aryanti dkk, 2013) dan (Bangun dkk, 2017).
	Keindahan tempat	
	Ketersediaan tempat parkir	
	Ketersediaan air pada wastafel	
	Kebersihan toilet	
	Ketersediaan kipas angin	
	Ketersediaan pilihan tempat duduk	

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengukuran (uji) terhadap variabel-variabel yang akan diukur. Teknik pengujian ini menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics* 22. Uji ini akan menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur sesuatu yang ingin diukur. Validitas akan tercapai apabila pertanyaan yang diajukan mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan. Cara pengujian validitas yaitu dengan

mengorelasikan tiap-tiap atribut terhadap total seluruh atribut yang ada. Apabila secara statistik signifikan, maka atribut tersebut valid dan sebaliknya jika tidak signifikan, maka atribut tersebut tidak valid dan tidak dapat digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2009).

Perhitungan uji validitas pada penelitian ini menggunakan analisis koefisien korelasi *Product Moment Pearson*. Perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor atribut pelayanan dengan skor total atribut. Dari hasil perhitungan korelasi tersebut diperoleh suatu koefisien korelasi untuk menentukan apakah suatu atribut tersebut layak digunakan atau tidak. Menurut Sufren dan Natanael (2013), nilai validitas dapat diketahui dengan mencari r hitung yang dibandingkan dengan r tabel (*critical value*). Pertanyaan kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung > r tabel (*critical value*). Penentuan r hitung dapat menggunakan rumus *pearson* sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n (\sum X_1 Y_1) - (\sum X_1) \times (\sum Y_1)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \times \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

r hitung : Koefisien korelasi
 X_1 : Jumlah skor item
 X : Skor item
 $\sum XY_1$: Jumlah skor total
 Y : Skor total
 n : Jumlah responden

Penentuan layak atau tidaknya suatu item dilakukan dengan uji signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Dari hasil analisis akan didapatkan nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan *critical r* (r tabel) yang diperoleh dari $df = N-2$. Pada penelitian ini, jumlah sampel (N) yang digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner adalah sebanyak 30 responden dan didapatkan nilai r tabel sebesar 0,361.

Kriteria pengujian menurut (Azwar, 2007), sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq \text{critical value}$ (r tabel) (uji 2 sisi dengan sig. 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r \text{ hitung} < \text{critical value}$ (r tabel) (uji 2 sisi dengan sig. 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Hasil uji validitas terhadap atribut-atribut kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji validitas kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim

No	Atribut	Nilai Korelasi Atribut dengan Total Skor	
		Keperluan	Kinerja
1.	Cita rasa makanan	0,406	0,740
2.	Harga	0,393	0,412
3.	Ukuran per porsi	0,421	0,643
4.	Tampilan hidangan	0,473	0,703
5.	Ketersediaan variasi menu	0,625	0,431
6.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	0,633	0,594
7.	Penampilan pramusaji	0,511	0,550
8.	Kesigapan pramusaji dalam menanggapi keluhan konsumen	0,547	0,419
9.	Kecepatan pelayanan	0,722	0,737
10.	Ketepatan penyajian	0,547	0,616
11.	Kebersihan perlengkapan makan	0,656	0,646
12.	Pemahaman pramusaji terhadap produk	0,664	0,599
13.	Kebersihan tempat	0,663	0,744
14.	Ketersediaan pilihan pembayaran	0,555	0,681
15.	Keindahan tempat	0,504	0,536
16.	Ketersediaan tempat parkir	0,647	0,787
17.	Ketersediaan air pada wastafel	0,366	0,569
18.	Kebersihan toilet	0,538	0,657
19.	Ketersediaan kipas angin	0,434	0,507
20.	Ketersediaan pilihan tempat duduk	0,419	0,733

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil nilai r hitung keseluruhan atribut memiliki nilai yang lebih besar dari r tabel yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,361. Dapat disimpulkan bahwa 20 atribut untuk tingkat kepentingan dan kinerja yang digunakan dalam penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Alat bantu yang digunakan pada pengujian ini juga menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics* 22. Uji ini digunakan untuk mengetahui kereliabelan atribut-atribut yang dipakai dalam kuesioner. Kuesioner yang telah diuji reliabilitas akan memperoleh hasil yang sama, meskipun digunakan pada tempat dan waktu yang berbeda. Hasil uji reliabilitas dihitung dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics* 22 dan pengujian reliabilitas menggunakan *statistic Cronbach Alpha*. Menurut Sujarweni (2014), hasil uji reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dapat dikatakan reliabel jika diperoleh nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ dan jika hasil yang diperoleh $< 0,60$ maka, dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap atribut-atribut kepentingan dan kinerja yang digunakan pada penelitian ini diperoleh nilai *Cronbach Alpha* kepentingan sebesar 0,839 dan kinerja sebesar 0,906 yang berarti memiliki nilai lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa 20 atribut yang digunakan dalam penelitian ini telah reliabel. Hasil uji reliabilitas terhadap atribut-atribut dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji reliabilitas kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim

Jumlah Atribut	Nilai Koefisien Reliabilitas Alpha	
	Kepentingan	Kinerja
20	0,839	0,906

3. *Importance and Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja suatu atribut. Menurut Algifari (2016), tujuan utama IPA adalah sebagai alat diagnosis untuk memudahkan mengidentifikasi atribut-atribut yang didasarkan pada kepentingan masing-masing, apakah produk atau jasa tersebut berkinerja buruk atau berkinerja berlebih. Analisis IPA ini akan digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan atribut-atribut yang telah ditentukan (*importance*) dengan tingkat kinerja dari kualitas pelayanan atribut yang dihasilkan (*performance*).

Penggunaan metode IPA ini dapat memperoleh hasil mengenai atribut apa yang dianggap penting oleh konsumen dan atribut apa yang dianggap tidak penting oleh konsumen. Selain itu, didapatkan juga hasil mengenai kinerja dari atribut-atribut tersebut apakah memberikan kinerja yang buruk, baik atau berlebih. Dari hasil analisis IPA tersebut, pihak rumah makan dapat mengambil tindakan untuk memenuhi kepuasan konsumen berdasarkan hasil yang akan diperoleh.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis dengan menggunakan metode IPA menurut Supranto (2006) adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung rata-rata penilaian kinerja (kepuasan) dan kepentingan untuk setiap atribut dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots (2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

\bar{X} : Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i

\bar{Y} : Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i

X_i : Skor penilaian kinerja atribut ke-i

Y_i : Skor penilaian kepentingan atribut ke-i

n : Jumlah responden

- b. Menghitung rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) dan kepentingan untuk keseluruhan atribut dengan rumus :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \dots\dots\dots (4)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

$\bar{\bar{X}}$: Nilai rata-rata kinerja seluruh atribut

$\bar{\bar{Y}}$: Nilai rata-rata kepentingan seluruh atribut

\bar{X}_i : Skor rata-rata penilaian kinerja atribut ke-i

\bar{Y}_i : Skor rata-rata penilaian kepentingan atribut ke-i

K : Jumlah atribut yang mempengaruhi penilaian

- c. Menghitung tingkat kesesuaian (Tki)

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor kepentingan untuk masing-masing atribut. Perhitungan tingkat kesesuaian memiliki tujuan untuk mengetahui apakah kinerja dari suatu atribut telah sesuai atau belum dengan kepentingan atribut itu sendiri. Perhitungan tingkat kesesuaian dirumuskan sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{\bar{X}}}{\bar{\bar{Y}}} \times 100\% \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

Tki : Tingkat kesesuaian responden

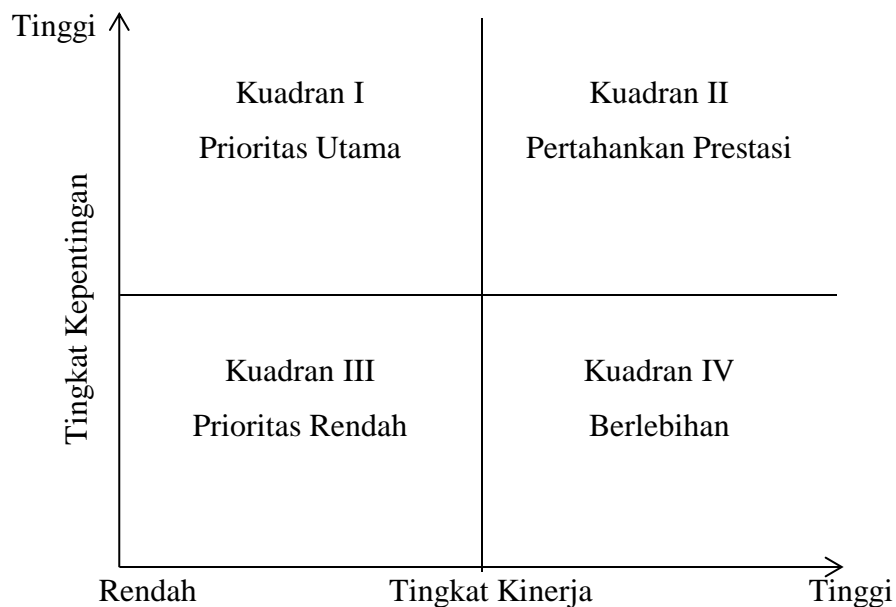
$\bar{\bar{X}}$: Skor penilaian kinerja seluruh atribut

$\bar{\bar{Y}}$: Skor penilaian kepentingan seluruh atribut

Terdapat kriteria penilaian tingkat kesesuaian responden menurut Supranto (2006) sebagai berikut :

- a. Apabila tingkat kesesuaian responden lebih dari 100 persen, maka kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh responden dan kinerja pelayanannya sangat memuaskan.
- b. Apabila tingkat kesesuaian responden sama dengan 100 persen, maka kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh responden dan kinerja pelayanannya telah memuaskan.
- c. Apabila tingkat kesesuaian responden kurang dari 100 persen, maka kualitas layanan yang diberikan kurang atau tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh responden dan kinerja pelayanannya belum memuaskan.

Metode IPA menggunakan diagram kartesius yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus. Diagram kartesius pada analisis IPA dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram kartesius IPA

Penjelasan mengenai keempat kuadran di atas adalah sebagai berikut :

a. Kuadran I (Prioritas Utama) :

Kuadran ini diisi dengan atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum memenuhi harapan pelanggan. Tingkat kinerja atribut tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut dalam kuadran I ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya, agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi) :

Pada kuadran ini, berisi atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan memiliki kinerja yang tinggi, karena telah memenuhi harapan pelanggan terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut ini perlu dipertahankan kedepannya, agar pelanggan tetap puas.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah) :

Atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali, karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

d. Kuadran IV (Berlebihan) :

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Peningkatan kinerja atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumber daya (Rangkuti, 2006).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim merupakan atribut yang berada pada Kuadran I dan II yang berjumlah 13 atribut. Atribut-atribut tersebut terdiri dari atribut harga, kesigapan pramusaji dalam menanggapi keluhan konsumen, kecepatan pelayanan, kebersihan tempat, ketersediaan air pada wastafel, kebersihan toilet, cita rasa makanan, ukuran per porsi, keramahan dan kesopanan pramusaji, ketepatan penyajian, kebersihan perlengkapan makan, ketersediaan tempat parkir dan ketersediaan pilihan tempat duduk.
2. Atribut-atribut yang kinerjanya telah memenuhi harapan/keinginan konsumen berjumlah 7 atribut yaitu atribut cita rasa makanan, ukuran per porsi, keramahan dan kesopanan pramusaji, ketepatan penyajian, kebersihan perlengkapan makan, ketersediaan tempat parkir dan ketersediaan pilihan tempat duduk.
3. Atribut-atribut yang perlu dipertahankan kualitas kinerjanya yaitu atribut cita rasa makanan, ukuran per porsi, keramahan dan kesopanan pramusaji, ketepatan penyajian, kebersihan perlengkapan makan, ketersediaan tempat parkir dan ketersediaan pilihan tempat duduk. Atribut-atribut yang harus ditingkatkan kualitas kinerjanya yaitu harga, kesigapan pramusaji dalam

menanggapi keluhan konsumen, kecepatan pelayanan, kebersihan tempat, ketersediaan air pada wastafel, dan kebersihan toilet.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak rumah makan, peneliti menyarankan untuk meningkatkan kualitas kinerja dari setiap atribut yang masih dinilai rendah oleh konsumen seperti :
 - a. Atribut harga
Pihak rumah makan dapat meningkatkan kinerja dari atribut ini dengan melakukan promosi terhadap produk yang dijual.
 - b. Atribut kesigapan pramusaji dalam menanggapi keluhan konsumen
Atribut ini dapat ditingkatkan kinerjanya dengan cara melakukan manajemen waktu yang baik, agar karyawan dapat dengan sigap membantu konsumen atau pihak rumah makan dapat menambahkan jumlah karyawan.
 - c. Atribut kecepatan pelayanan
Atribut ini dapat ditingkatkan kinerjanya dengan melakukan manajemen waktu yang lebih baik, agar karyawan dapat melayani konsumen dengan cepat.
 - d. Atribut kebersihan tempat
Atribut ini dapat ditingkatkan kinerjanya dengan selalu memperhatikan kebersihan tempat dan langsung membersihkan meja dan lantai saat konsumen telah pergi dari rumah makan.
 - e. Atribut ketersediaan air pada wastafel
Atribut ini dapat ditingkatkan kinerjanya dengan memperbaiki saluran air, agar air yang mengalir dari keran tidak kecil.
 - f. Atribut kebersihan toilet
Atribut ini dapat ditingkatkan kinerjanya dengan membersihkan toilet

dan memberikan pengharum ruangan, agar toilet tidak memiliki bau yang tidak sedap.

2. Bagi peneliti lain, disarankan untuk melakukan penelitian dengan objek yang sama, namun dengan topik penelitian yang berbeda. Adapun saran topik yang bisa diberikan yaitu mengenai pemasaran dan strategi pengembangan Rumah Makan Ayam Bakar Mbok Jum Cabang Way Halim Kota Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan. Cetakan ke 1*. BPFE. Yogyakarta.
- Anggraini, L. D., Deoranto, P., dan Ikasari, D. M. 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. *Jurnal Industri*. Vol 4(2): 74 – 81. <https://industria.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/179/184>. Diakses 24 November 2021.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara. Jakarta.
- _____. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryanti, D., Hudoyo, A., dan Kasymir, E. 2013. Analisis Tingkat Pelayanan Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Pada Dua Restoran di Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 1(2): 118-125. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/238>. Diakses 23 November 2021.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Azaria, R., Widjaya, S., dan Riantini, M. 2020. Sikap dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan “Xxx” Lamongan di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 8(4): 712-717. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4718>. Diakses 23 November 2021.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2022. *Kota Bandar Lampung Dalam Angka*. BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung. <https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2021/02/26/89c1b3d0038567aff884ca04/kota-bandar-lampung-dalam-angka-2021.html>. Diakses 4 April 2022.
- Bangun, Y. F., Indriani, Y., dan Soelaiman, A. 2017. Sikap dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Hang Dihi Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 5(1): 101-108. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1680>. Diakses 23 November 2021.

- Cohen, L., Manion, L., dan Morrison, K. 2018. *Research Methods in Education*. (8th edition). Routledge Publishers. UK.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung. 2022. *Statistik Sektoral Kota Bandar Lampung Tahun 2022*. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung. <https://bandarlampungkota.go.id/new/dokumen/712statistik%20sektoral%20kota%20bandar%20lampung%20TAHUN%202021.pdf>. Diakses 28 Februari 2022.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Edisi ke-4*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indriani, Yaktiworo. 2018. *Gizi dan Pangan*. CV. Anugerah Utama Raharja. Bandar Lampung.
- Irawan, Handi. 2008. *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama*. Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Iswari, I. A. I. M., Wiranatha, A. A. P. A. S., dan Satriawan, I. K. 2015. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*. Vol 3 (3): 1-11. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jtip/article/view/16925/11176>. Diakses 13 April 2022.
- Latu, T.M. dan Everett, A.M. 2000. *Review Of Satisfaction Research and Measurement Approaches*. NZ Department of Conservation. Wellington.
- Leha, J. M. dan Subagio, H. 2014. Pengaruh Atribut Cafe Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di The Square Apartment Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol 3 (1): 1-12. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1390>. Diakses 6 Agustus 2022.
- Lupiyoadi dan Bramulya. 2015. *Model Importance Performance Analysis. Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mahendraswari, R. dan Nurmalina, R. 2013. Tingkat Kepentingan serta Kinerja Atribut Produk dan Pelayanan di Rumah Makan Bebek Gendut, Bubulak, Kota Bogor. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol 11 (3): 347-353. <https://jurnal.jam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/580>. Diakses 19 November 2021.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Marsum, A. W. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi Empat*. Andi. Yogyakarta.
- Martilla, J. A. and James, J.C. 1977. Importance-Performance Analysis. *The Journal of Marketing*. 41(1): 77-79. https://umnaw.ac.id/wpcontent/uploads/2019/02/Importance-performance-analysis_Martilla-James-1977.pdf. Diakses 4 November 2022.
- Meiliani, M., Indriani, Y., dan Abidin, Z. 2019. Identifikasi Atribut Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Makan Bakso di Lingkungan Universitas Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 7 (2): 172-178. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3378>. Diakses 23 November 2021.
- Nasution, M. 2005. *Total Quality Management*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ninemeier, J. D. dan Hayes, D. K. 2011. *Restaurant Operations Management*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Nurainy, F., Rangga, A., dan Prayoga, M., R. 2019. Perilaku dan Kepuasan Konsumen Mahasiswa Universitas Lampung Terhadap Makanan Cepat Saji Menu Utama Ayam Bakar. *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*. Vol 24(2) : 77-88. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JTHP/article/view/2133>. Diakses 23 November 2021.
- Pangastuti, H., A. dan Permana, L. 2019. Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kantin Institut Teknologi Sumatera Menggunakan *Importance-Performance Analysis*. *J. Teknol. Pangan Kes*. Vol 1(1) : 8-15. http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/teknologi_pangan/article/view/165. Diakses 23 November 2021.
- Prasetyowati, A., Hudoyo, A., dan Rangga, K., K. 2016. Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 4(4) : 384-390. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1520>. Diakses 23 November 2021.
- Rangkuti, F. 2006. *Measuring Customer Satisfaction. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____. 2011. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Prentice Hall. Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Suarthana. 2006. *Manajemen Perhotelan Edisi Kantor Depan*. Mapindo. Kuta Utara.
- Sufren dan Natanael. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. PT Elex Media Komputindi. Jakarta.
- Sugiarto. 2003. *Teknik Sampling*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Sukardi. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bumi Aksara. Yogyakarta.
- Sumanto. 2014. *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. CAPS. Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan Ketiga. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suyadi, Prawirosentono. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia Kebijakan Kinerja Karyawan*. BPFE. Yogyakarta.
- Tafuli, C. R. V., Hartono, B., dan Nugroho, B. A. 2013. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut-atribut Daging Sapi Bali yang Beredar di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Sains Peternakan*. Vol 11(1): 19-25. <https://jurnal.uns.ac.id/Sains-Peternakan/article/view/4830>. Diakses 19 November 2021.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Warisan, J., dan Harianto, A. 2018. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Restoran “All You Can Eat” di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Vol 6(1): 40-54. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/6402>. Diakses pada 12 Mei 2022.