

**PERBEDAAN PENILAIAN ATRIBUT RUMAH MAKAN PADANG
PUTI MINANG SUMUR BATU BANDAR LAMPUNG
ANTARA PEMBELI MAKAN SIANG DAN PEMBELI MAKAN MALAM**

(Skripsi)

Oleh

Viola Ika Tinori
1914131041



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

DIFFERENCES IN ASSESSMENT OF ATTRIBUTES OF PADANG PUTI MINANG RESTAURANT SUMUR BATU BANDAR LAMPUNG BETWEEN LUNCH BUYERS AND DINNER BUYERS

By

Viola Ika Tinori

This study aimed to analyze differences in assessing between lunch buyers and dinner buyers on the attributes of a Padang restaurant, as well as to analyze what attributes need to be improved and maintained. This study used a survey method by interviewing 35 samples of lunch buyers and 35 samples of dinner buyers on 16 attributes. Sampling was determined by probability sampling technique. The data collection used a questionnaire which before the research had been tested for validity and reliability. Both the level of importance and the level of attribute performance were measured using a Likert scale of 1-5. Research data were analyzed using the Mann Whitney test and Importance Performance Analysis (IPA). The results of the Mann Whitney test showed that there was a significant difference between the ratings of lunch buyers and dinner buyers on the importance level for the completeness of cutlery and prayer room attributes; and on the level of performance attributes for taste, waitress friendliness, waitress appearance, and comfort. The IPA results for lunch buyers and IPA for dinner buyers showed that there were quadrant differences for the four attributes. The results of combining the IPA for the two types of buyers showed that there were three attributes that need to be improved and five attributes that need to be maintained.

Keywords: Attributes, IPA, importance, performance, buyer's assessment of lunch and dinner, assessment, Mann-Whitney

ABSTRAK

PERBEDAAN PENILAIAN ATRIBUT RUMAH MAKAN PADANG PUTI MINANG SUMUR BATU BANDAR LAMPUNG ANTARA PEMBELI MAKAN SIANG DAN PEMBELI MAKAN MALAM

Oleh

Viola Ika Tinori

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan penilaian antara pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap atribut rumah makan Padang, serta menganalisis atribut-atribut apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan kinerjanya. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mewawancarai 35 sampel pembeli makan siang dan 35 sampel pembeli makan malam pada 16 atribut. Pengambilan sampel ditentukan dengan teknik *probability sampling*. Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yang sebelum penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Baik tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja atribut diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan uji *Mann Whitney* dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil uji *Mann Whitney* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap tingkat kepentingan atribut kelengkapan peralatan makan dan mushola; dan terhadap tingkat kinerja atribut cita rasa, keramahan pramusaji, penampilan pramusaji, dan kenyamanan. Hasil IPA untuk pembeli makan siang dan IPA untuk pembeli makan malam menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kuadran untuk empat atribut. Hasil penggabungan IPA untuk kedua jenis pembeli menunjukkan bahwa terdapat tiga atribut yang perlu ditingkatkan dan lima atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya.

Kata Kunci : Atribut, IPA, kepentingan, kinerja, penilaian pembeli makan siang dan makan malam, *Mann-Whitney*.

**PERBEDAAN PENILAIAN ATRIBUT RUMAH MAKAN PADANG
PUTI MINANG SUMUR BATU BANDAR LAMPUNG
ANTARA PEMBELI MAKAN SIANG DAN PEMBELI MAKAN MALAM**

Oleh

Viola Ika Tinori

Skripsi

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

Pada

**Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PERBEDAAN PENILAIAN ATRIBUT
RUMAH MAKAN PADANG PUTI MINANG
SUMUR BATU BANDAR LAMPUNG
ANTARA PEMBELI MAKAN SIANG DAN
PEMBELI MAKAN MALAM**

Nama Mahasiswa : **Viola Ika Tinori**

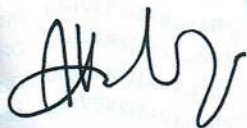
Nomor Pokok Mahasiswa : **1914131041**

Program Studi : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

MENYETUJUI,

1. **Komisi Pembimbing**




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



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

2. **Ketua Jurusan Agribisnis**



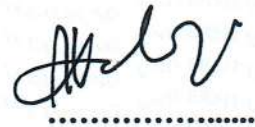
Dr. Teguh Endaryanto., S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

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



.....

Sekretaris

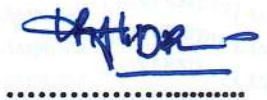
: **Yuliana Saleh, S.P., M.Si.**



.....

Penguji
Bukan Pembimbing

: **Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.**



.....

2. Dekan Fakultas Pertanian



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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **24 Mei 2023**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Viola Ika Tinori

NPM : 1914131041

Menyatakan dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

“PERBEDAAN PENILAIAN ATRIBUT RUMAH MAKAN PADANG PUTI MINANG SUMUR BATU BANDAR LAMPUNG ANTARA PEMBELI MAKAN SIANG DAN PEMBELI MAKAN MALAM”

Adalah benar karya saya yang disusun dengan mengikuti norma dan etika akademik yang berlaku. Selanjutnya, saya juga tidak keberatan apabila sebagian atau seluruh data pada skripsi ini digunakan oleh dosen atau program studi untuk kepentingan publikasi. Jika dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana maupun tuntutan hukum.

Bandar Lampung, 24 Mei 2023



Viola Ika Tinori

NPM 1914131041

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, 09 Juni 2001 dari pasangan Bapak Toni Ramli dan Ibu Meri Rahmawati, merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Pendidikan penulis berawal dari Taman Kanak-kanak (TK) Pertama Bunda Bandar Jaya pada tahun 2006 dan lulus pada tahun 2007, Sekolah Dasar di SD Negeri 02 Kota Alam Kotabumi dan lulus pada tahun 2013, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 03 Kotabumi dan lulus pada tahun 2016, kemudian Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 01 Kotabumi dan lulus pada tahun 2019. Penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Program Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP).

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*homestay*) di Desa Lugusari, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu selama 7 hari pada tahun 2020. Penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2022 selama 40 hari di Desa Hujan Mas, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara. Pada tahun 2022, penulis juga melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT Sarhif Brothers, Kabupaten Lampung Utara selama 40 hari.

Selama menjalani masa perkuliahan penulis mendapat kepercayaan menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Statistika Dasar (Statdas) semester genap tahun ajaran 2021/2022, Asisten Dosen pada mata kuliah Dasar-dasar Akutansi (Daskun) semester ganjil tahun ajaran 2022/2023, Asisten Dosen pada mata kuliah Evaluasi Proyek Agribisnis (Evapro) semester ganjil tahun ajaran

2022/2023. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis memiliki pengalaman berorganisasi di UKM Universitas Lampung, Koperasi Mahasiswa pada tahun 2021-2022 sebagai anggota bidang koperasi, dan penulis aktif sebagai anggota bidang I yaitu akademik dan pengembangan profesi di Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung pada periode tahun 2019 hingga tahun 2023.

SANWACANA

Assalamualaikum Wr Wb

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkah, hidayah, nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Perbedaan Penilaian Atribut Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu Bandar Lampung Antara Pembeli Makan Siang dan Pembeli Makan Malam”**. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan dan suri tauladan Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan kepada umatnya, sehingga kita semua juga menerima ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi semua umat manusia. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga penulis sangat mengharapkan saran dan kritik untuk skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Universitas Lampung.
3. Dr. Agus Hudoyo, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Pertama skripsi yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan arahan, bimbingan, semangat, dan nasihatnya selama proses penyelesaian skripsi.

4. Yuliana Saleh, S.P, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua skripsi yang bersedia memberikan waktu dan tenaganya untuk memberikan arahan, bimbingan, semangat, dan nasihatnya selama proses penyelesaian skripsi.
5. Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M,Sc., selaku Dosen Pembahas atau Penguji yang telah memberikan masukan, ilmu, saran, dan nasihatnya dalam penyempurnaan skripsi.
6. Ir. Adia Nugraha, M.S., selaku dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan dukungan, bimbingan, dan saran dari awal perkuliahan hingga akhir penyelesaian skripsi.
7. Keluarga tercinta, Bapak Toni Ramli, Ibu Meri Rahmawati, dan Adikku Viona Nazwa Tinori yang senantiasa merawat, membimbing, memberikan doa terbaik, dukungan, nasihat, bantuan, semangat, perhatian, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya yang luar biasa dan tak akan tergantikan oleh apapun, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dari awal hingga penyelesaian skripsi.
8. Keluarga Besar Raden Arsyad tercinta, seluruh keluarga besar Raden Arsyad yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih karena selalu memberikan dukungan, doa, dan selalu menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi.
9. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung, atas semua ilmu, nasihat, dan motivasi yang diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Seluruh Karyawan Jurusan Agribisnis, Mba Iin, Mba Lucky, Mas Boim, Mas Bukhari atas segala bantuan dan kerjasama yang telah diberikan.
11. Irfan Maulana yang merupakan *support system* terbaik yang selalu memberikan dukungan penuh dan menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi. Terima kasih selalu menjadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis, selalu memberikan dukungan positif, motivasi, kebahagiaan dan keceriaan, serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
12. Sahabat tersayang penulis Indah Aprilia Dirgantari, yang selalu menemani, memberikan bantuan dengan ikhlas direpotkan dalam segala hal, yang selalu memotivasi, dan tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan semangat.

Terima kasih sudah mau direpotkan, kehadiran Indah sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi ini.

13. Sahabat tersayang penulis, Alifah Nada Syifa, Salsa Bila Sari, Mulya Trianisa, Rika Ayunda Mega, Fitri Cayani, dan Frisca Lusiana Putri, yang senantiasa memberikan saran, bantuan, semangat, dan dukungan terbaik kepada penulis.
14. Sahabat kampus hijau residen, Iva Mutiara Indah, Najah Hanifah Putri, dan Denti Fitri Yanti atas kebersamaan yang senantiasa memberikan saran, bantuan, semangat, dukungan, dan mewarnai kehidupan penulis sehari-hari. Kehadiran kalian sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Sahabat seperbimbingan penulis, Rafika Dila Putri, Nurul Denisa, dan Agung Adi Romanza atas segala kebersamaan dalam menyusun skripsi, masukan, saran, bantuan, dan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi. Kehadiran kalian sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
16. Teman seperjuangan kelas AGB B 2019 dan teman-teman Agribisnis angkatan 2019 atas segala kebersamaannya selama perkuliahan, dukungan, saran, dan masukan serta bantuannya kepada penulis selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
17. Abang dan Mbak Kakak Tingkat Jurusan Agribisnis serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala saran, masukan, dan bantuannya kepada penulis selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
18. Pihak Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu, Abang Nedi selaku manajer Puti Minang Sumur Batu serta para staff dan karyawan yang telah memberikan izin penelitian, segala informasi dan bantuannya kepada penulis selama penyusunan skripsi.
19. Almamater tercinta dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
20. Diri sendiri sebagai penulis, terima kasih kepada diri saya sendiri atas segala kerja keras, upaya, jerih payah, usaha, dan semangatnya dalam proses penyusunan skripsi hingga tahap akhir. Terima kasih sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang, hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang.

Penulis sangat mengapresiasi dan bersyukur terhadap semua pihak yang turut memberikan bantuan dalam berbagai hal. Semoga Allah SWT selalu memberikan segala nikmat dan karunia-Nya serta memberikan balasan terbaik atas segala dukungan yang telah diberikan. Penulis sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan, dengan begitu penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Akhir kata Wassalamualaikum Wr Wb.

Bandar Lampung, 24 Mei 2023
Penulis

Viola Ika Tinori

DAFTAR ISI

SANWACANA	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
II.TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Perilaku Pembeli	7
2.1.2 Atribut Pembelian	9
2.1.3 Kepuasan Pembeli.....	14
2.1.4 Rumah Makan.....	15
2.1.5 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	22
III.METODE PENELITIAN	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Konsep Dasar dan Batasan Operasional.....	26
3.3 Lokasi, Sampel, Teknik Sampling, dan Waktu Pengumpulan Data	31
Penelitian	31
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.5.1 Uji Validitas	33
3.5.2 Uji Reliabilitas	35
3.6 Metode Analisis Data	36
3.6.1 Uji Perbedaan (Uji <i>Mann-Whitney</i>)	37
3.6.2 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	39

IV.GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	42
4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian	42
4.2 Sejarah Rumah Makan Puti Minang.....	43
4.3 Struktur Organisasi Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	44
4.4 Karyawan Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	45
4.5 Visi dan Misi Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	47
4.6 Kepemimpinan Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu.....	47
4.7 Profil Usaha Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	51
V.HASIL DAN PEMBAHASAN	55
5.1 Karakteristik Pembeli Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	55
5.1.1 Usia dan Jenis Kelamin Pembeli Puti Minang Sumur Batu	55
5.1.2 Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir Pembeli Puti Sumur Batu	56
5.1.3 Suku Pembeli Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	57
5.2 Sebaran Pembeli Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	58
5.2.1 Posisi Awal Pembeli Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	58
5.2.2 Jarak Tempuh dan Alat Transportasi Pembeli Puti Minang	59
5.2.3 Jumlah Kunjungan Pembeli Puti Minang Sumur Batu.....	61
5.2.4 Pengeluaran Membeli Pembeli Puti Minang Sumur Batu	62
5.3 Perbedaan Penilaian Kepentingan dan Kinerja Atribut.....	63
5.3.1 Penilaian Kepentingan Atribut.....	63
5.3.2 Penilaian Kinerja Atribut	66
5.4 Analisis IPA (<i>Important Performance Analysis</i>)	69
5.4.1 Prioritas Utama (Kuadran I)	71
5.4.2 Pertahankan Prestasi (Kuadran II)	74
5.4.3 Prioritas Rendah (Kuadran III)	77
5.4.4 Berlebihan (Kuadran IV)	80
VI.KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
6.1 Kesimpulan.....	83
6.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penentuan hari dan waktu wawancara sampel	32
2. Hasil uji validitas kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan	33
3. Nilai bobot tingkat kepentingan dan kinerja pada Rumah Makan.....	36
4. Atribut-atribut yang diidentifikasi pada Rumah Makan	37
5. Karakteristik pembeli berdasarkan usia dan jenis kelamin	56
6. Karakteristik pembeli berdasarkan pekerjaan dan pendidikan terakhir	57
7. Karakteristik pembeli berdasarkan suku	58
8. Sebaran pembeli berdasarkan posisi awal dan waktu tempuh	59
9. Sebaran pembeli berdasarkan jarak tempuh dan alat transportasi	60
10. Sebaran pembeli berdasarkan jumlah kunjungan.....	61
11. Sebaran pembeli berdasarkan pengeluaran membeli	61
12. Skala interval tingkat kepentingan dan kinerja	62
13. Penilaian kepentingan atribut.....	63
14. Penilaian kinerja atribut	66
15. Hasil IPA siang dan IPA malam	70
16. Atribut yang berada di kuadran I	71
17. Atribut-atribut yang berada di kuadran II	73
18. Atribut-atribut yang berada di kuadran III.....	77
19. Atribut-atribut yang berada di kuadran IV	81
20. Identitas pembeli Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	91
21. Penelitian terdahulu.....	99
22. Hasil uji validitas kuesioner kepentingan atribut Puti Minang Sumur Batu .	108
23. Hasil uji validitas kuesioner kinerja atribut Puti Minang Sumur Batu	109
24. Hasil uji reliabilitas kuesioner kepentingan atribut.....	110

25. Hasil uji reliabilitas kuesioner kinerja atribut	110
26. Hasil uji <i>Mann Whitney</i> tingkat kepentingan dengan SPSS.....	111
27. Hasil uji <i>Mann Whitney</i> tingkat kinerja dengan SPSS.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran perbedaan penilaian pembeli terhadap atribut.....	25
2. Diagram kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	40
3. Struktur organisasi Puti Minang Sumur Batu	44
4. Peta lokasi Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu	52
5. Diagram kartesius uji IPA waktu makan siang	69
6. Diagram kartesius uji IPA waktu makan malam.....	69

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis yang sangat banyak di Indonesia adalah bidang kuliner atau penyajian makanan. Kontribusi bidang kuliner memiliki peran penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Kuliner secara umum adalah kegiatan yang berhubungan dengan masakan atau aktivitas memasak. Kuliner juga dapat dimaknai sebagai hasil olahan berupa masakan berupa lauk-pauk, makanan maupun minuman. Salah satu kebutuhan pokok manusia yang berfungsi sebagai sumber energi untuk melakukan segala aktivitas. Kelangsungan hidup manusia pada dasarnya adalah makanan. Saat ini sudah banyak keanekaragaman makanan dengan seiring perkembangan zaman yang ada. Keanekaragaman makanan untuk dikonsumsi masyarakat yaitu terdapat makanan yang dibuat sendiri maupun makanan siap saji yang disediakan oleh para pengusaha yang bergerak di bidang kuliner.

Kuliner menjadi suatu kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat *modern*, karena gaya hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari telah berubah yang disebabkan padatnya aktivitas yang dilakukan, sehingga membuat masyarakat ingin hidup serba praktis. Prospek bisnis di bidang kuliner khususnya dalam bentuk rumah makan di Bandar Lampung cukup menjanjikan, dikarenakan Kota Bandar Lampung merupakan lokasi yang potensial bagi pemilik usaha kuliner untuk mengembangkan usahanya. Hal tersebut, dapat dilihat dari banyaknya jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung yang diiringi oleh permintaan masyarakat akan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung pada tahun 2022 adalah sebanyak 1.184.949 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022).

Permintaan masyarakat terhadap jasa penyedia kuliner semakin meningkat, karena perubahan gaya hidup masyarakat yang kini memilih untuk makan di luar rumah. Pengusaha di bidang kuliner semakin banyak, karena termotivasi untuk memenuhi permintaan masyarakat yang semakin tinggi terhadap makanan. Bisnis di bidang kuliner terus menunjukkan daya tariknya. Pertumbuhan bisnis ini terus mengalami perkembangan yang positif. Pasarnya yang luas mulai merambah pada masyarakat kelas bawah, menengah hingga ke atas dan sudah banyak pelaku usaha yang meraup keuntungan dari bisnis kuliner. Jumlah rumah makan yang berdiri di Kota Bandar Lampung pada tahun 2022 menurut Badan Pusat Statistik (2022) berjumlah 827 rumah makan. Meningkatnya jumlah rumah makan yang ada di Kota Bandar Lampung harus diiringi dengan kinerja yang memuaskan bagi pelanggan, agar usaha yang didirikan dapat terus berkembang dan bertahan. Kinerja tersebut dapat dilihat dari atribut-atribut yang dinilai penting dan perlu dipertahankan dan ditingkatkan menurut persepsi pembeli.

Pihak perusahaan ditantang untuk menciptakan diferensiasi yang unik dan selalu berusaha memberikan yang lebih baik dari para pesaingnya. Era globalisasi saat ini sangat mempengaruhi persaingan dalam dunia bisnis. Pelaku usaha kuliner perlu mempertahankan usaha rumah makan yang ada dan dapat memaksimalkan keuntungan serta mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Pelaku usaha perlu memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk atau jasa yang berkualitas untuk menarik perhatian pembeli. Terdapat beberapa tempat makan ramai dikunjungi saat awal pembukaan saja lalu seiring berjalannya waktu pengunjung semakin berkurang, karena pembeli kurang puas terhadap atribut-atribut yang ada pada rumah makan tersebut.

Rumah makan yang berkembang dengan baik di Kota Bandar Lampung adalah Rumah Makan Padang. Hal ini dikarenakan bahwa masyarakat sangat menikmati makanan yang berasal dari Sumatra Barat tersebut. Bahkan masyarakat Indonesia pun menyukai masakan Padang, salah satunya adalah rendang. Masakan Padang termasuk jenis masakan yang dapat dihidangkan kapan pun, yang menawarkan jenis makanan seperti rendang, gulai tunjang, dendeng balado, ayam balado, dan menu khas lainnya. Rumah Makan Puti Minang merupakan salah satu rumah

makan padang yang berada di Kota Bandar Lampung yang melakukan operasi penjualan selama 24 jam, sehingga pembeli dibedakan berdasarkan waktu makan siang dan makan malam. Perbedaan ini dilakukan untuk membandingkan penilaian pembeli terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu untuk dibahas alasan perbedaannya. Penelitian terdahulu dengan topik yang serupa belum melakukan perbedaan terhadap penilaian pembeli.

Persepsi pembeli terhadap atribut-atribut yang ada dapat mempengaruhi preferensi dan sikap akan keputusan pembelian pembeli pada saat waktu makan siang dan makan malam. Pembeli yang melakukan pembelian suatu produk pada saat waktu makan siang dan makan malam mampu mempengaruhi kepuasan pembeli terhadap atribut-atribut yang ada, sehingga atribut-atribut yang dinilai penting dan memuaskan pada saat waktu makan siang dan makan malam perlu ditingkatkan dan dipertahankan, agar pembeli puas dan mau untuk kembali berkunjung ke rumah makan tersebut, karena baik dan buruknya penyampaian kualitas produk dan pelayanan akan berpengaruh terhadap kondisi perusahaan.

Bisnis kuliner seperti rumah makan tidak hanya menyediakan makanan dan minuman, namun harus diiringi dengan terciptanya pengalaman dan kesan yang memuaskan bagi pembeli melalui atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pembeli. Kualitas dari atribut-atribut rumah makan akan memperoleh penilaian dari pembeli, yaitu mutu atribut telah sesuai dengan ekspektasi pembeli atau tidak baik pada jam makan siang maupun makan malam. Salah satu yang melatarbelakangi penelitian di Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu yaitu untuk melihat apakah Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu mampu bertahan dan berkembang dengan atribut yang ada. Kepuasan pembeli menjadi penilaian yang sangat penting bagi pelaku usaha, sehingga Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu perlu memiliki atribut-atribut pada saat waktu makan siang dan makan malam yang dinilai penting dan dapat memuaskan pembeli. Hal tersebut, akan memperoleh pelanggan yang setia dan pelanggan baru lainnya.

1.2 Perumusan Masalah

Rumah makan adalah salah satu bisnis dalam memenuhi kebutuhan pembeli dan cukup banyak yang membuka rumah makan di Bandar Lampung dibandingkan dengan jenis bisnis lainnya. Perkembangan bidang kuliner yang tinggi menandakan persaingan rumah makan yang meningkat. Setiap rumah makan harus melakukan inovasi baru, agar bisa bertahan untuk mendorong intensitas pengunjung yang datang dengan memberikan kinerja atribut yang lebih baik.

Salah satu rumah makan yang menyediakan masakan khas tradisional masyarakat Sumatera Barat adalah Rumah Makan Padang yang mana makanan khas padang sudah dikenal dengan kelezatan dan jenis masakan siap saji yang beraneka ragam dan memiliki aroma serta rasa dengan perpaduan manis, gurih, dan pedas. Selain itu, masakan padang juga sudah tersebar di berbagai penjuru Indonesia, sehingga peluang tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat Sumatera yang berada di perantauan untuk membuka bisnis di bidang tersebut. Salah satu bisnis yang sudah cukup berjalan lama adalah “Rumah Makan Puti Minang” yang mana salah satu rumah makannya berada di Sumur Batu Jl. Diponegoro. Selain dari segi produk yang ditawarkan, aspek kenyamanan dan pelayanan rumah makan juga menjadi penilaian tersendiri bagi pengusaha rumah makan untuk dapat menarik pelanggan.

Perusahaan menghasilkan suatu produk, tetapi jika produk itu tidak dapat menarik minat pembeli dan tidak sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pasar, maka produk tersebut tidak akan laku terjual di pasaran. Begitupula sebaliknya, produk memiliki daya tarik atau difrensiasi yang khas, berkualitas, sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pembeli, maka pembeli dengan sendirinya akan muncul ketertarikan, penasaran serta keinginan untuk mencoba dan mengonsumsi produk tersebut. Pembeli memiliki sejumlah harapan terhadap pelayanan seperti rasa, harga, kecepatan layanan, lokasi, kualitas makanan dan kebersihan utama bagi pembeli. Demikian pula dengan aspek keakurasian tagihan, kebersihan toilet, staf yang bersih juga menjadi harapan pembeli pada sebuah tempat makan. Hal tersebut, yang dinamakan atribut pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu. Mengidentifikasi atribut kepentingan dan tingkat

kepuasan pembeli merupakan suatu penilaian penting untuk diketahui agar rumah makan mengetahui cara yang harus dilakukan oleh pihak rumah makan agar pelayanan yang diberikan kepada pembeli dapat memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya. Atribut kepentingan dan kinerja yang dipilih hendaknya sejalan dengan kenyataan yang ada di lapangan, agar penilaian yang dilakukan sesuai dengan apa yang diharapkan pembeli

Tingkat kepuasan pembeli merupakan perbandingan antara harapan dan kinerja atribut-atribut pada rumah makan. Pelaku usaha perlu melihat kepentingan dan kinerja dari dua sisi waktu pada makan siang dan makan malam yang dimana memiliki peluang adanya perbedaan. Pelaku usaha rumah makan perlu mengetahui bagaimana tingkat kepuasan atau persepsi pembeli makan siang dan pembeli makan malam melalui penilaian tingkat kepentingan dan kinerja dari macam-macam atribut yang ada. Penilaian tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dilakukan agar pelaku usaha mengetahui sejauh mana para pembeli merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pemilik usaha untuk dapat bertahan dari banyaknya usaha rumah makan lainnya maka perlu diketahui juga terkait apa saja atribut-atribut yang memang potensial dan perlu untuk dipertahankan serta atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan atau ditingkatkan kinerjanya pada saat waktu makan siang dan makan malam.

Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu sebagai berikut :

1. Apakah terdapat perbedaan penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap tingkat kepentingan atribut rumah makan ?
2. Apakah terdapat perbedaan penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap tingkat kinerja atribut rumah makan ?
3. Apakah terdapat perbedaan hasil pemetaan penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap atribut kepentingan dan kinerja ?
4. Apakah terdapat atribut-atribut yang kinerjanya perlu ditingkatkan dan dipertahankan dengan mempertimbangkan penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Menganalisis perbedaan penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap tingkat kepentingan atribut rumah makan.
2. Menganalisis perbedaan penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap tingkat kinerja atribut rumah makan.
3. Menganalisis perbedaan hasil pemetaan penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap atribut kepentingan dan kinerja.
4. Menganalisis atribut-atribut yang kinerjanya perlu ditingkatkan dan dipertahankan dengan mempertimbangkan penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu sebagai berikut.

1. Bagi pemilik bisnis rumah makan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta mengembangkan strategi pemasaran di waktu yang akan datang.
2. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian atau perbandingan untuk melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Perilaku Pembeli

Perilaku pembeli merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya proses pembelian, yang dimana pembeli melakukan beberapa aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and services*). Hal yang mendasari pembeli untuk membuat keputusan dalam pembelian atau sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa merupakan pengertian perilaku pembeli. Pembeli selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli mulai dari harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya ketika pembeli tersebut akan memutuskan membeli suatu barang atau produk dan jasa. Perilaku pembeli selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk, promosinya juga mengenai tempat dimana barang tersebut didistribusi atau dijual. Aktivitas memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli merupakan atau termasuk ke dalam perilaku pembeli (Firmansyah, 2018).

Perilaku pembeli merupakan suatu proses pengambilan keputusan oleh pembeli dalam memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan produk, jasa, serta gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat pembeli.

Menurut Firmansyah (2018), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai perilaku pembeli dalam membeli suatu barang, yaitu:

1. Memperhatikan Pembeli

Merupakan kemampuan penuh dalam menyaring semua upaya untuk mempengaruhi, dengan hasil bahwa semua yang dilakukan oleh pemasar harus disesuaikan dengan motivasi dan perilaku pembeli.

2. Motivasi dan Perilaku Pembeli

Sesuatu yang berkaitan dengan motivasi dan perilaku dapat diketahui melalui penelitian. Penelitian ini dipakai sebagai acuan dalam membuat program dan strategi pemasaran, perencanaan periklanan, perencanaan promosi, sehingga hal-hal yang terjadi pada masa yang akan datang dapat diprediksi untuk menjual produk.

Setiadi (2003) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembeli, sebagai berikut.

1. Faktor-faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.

2. Faktor-faktor Sosial

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya adalah kelompok-kelompok primer dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Kelompok-kelompok sekunder yang cenderung lebih resmi dan interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

3. Faktor-faktor Pribadi

Memberikan kontribusi terhadap perilaku pembeli yang terdiri dari umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4. Faktor-faktor psikologis

Pembeli dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis yaitu motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap

2.1.2 Atribut Pembelian

1. Kepentingan

Setiap perusahaan berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli melalui produk yang ditawarkan, sedangkan pembeli mencari manfaat-manfaat tertentu yang ada pada suatu produk. Pembeli melihat setiap atribut produk sebagai kumpulan dari sifat-sifat dan ciri-ciri tertentu dengan kemampuan yang berbeda dalam memberikan manfaat yang dicari dan dapat memuaskan. Pembeli membedakan ciri-ciri produk mana yang dilihat relevan atau menonjol. Pembeli akan memberikan perhatian yang lebih pada produk yang dapat memberikan manfaat yang dicari. Pertimbangan dari beberapa atribut seperti mutu, harga, bentuk, dan manfaat merupakan faktor-faktor yang akan mempengaruhi pertimbangan pembeli dalam membeli produk. Inilah yang mendorong pertempuran antara produsen untuk memperebutkan persepsi pelanggan agar dapat memenangkan mereknya di mata pembeli (Firmansyah, 2018).

Pemenuhan terhadap kepuasan pembeli sangat penting, karena akan mempengaruhi kelangsungan usaha. Pembeli akan merasa puas, jika apa yang diharapkan pada suatu produk dapat dipenuhi atau sesuai dengan kenyataannya. Namun jika ternyata produk tersebut tidak sesuai yang diharapkan, pembeli akan merasa kecewa dan akan meninggalkan produk tersebut. Setiap pelaku usaha perlu memiliki kebutuhan dan penilaian yang beragam dari pembeli, agar dapat menyesuaikan dengan harapan pembeli dan menghadirkan produk dengan karakteristik yang dibutuhkan pembeli (Firmansyah, 2018).

Menurut Firmansyah (2018) Perusahaan perlu memenuhi harapan pembeli dan perusahaan harus memperhatikan beberapa kepentingan sebagai dasar penilaian pembeli dalam memilih produk, sebagai berikut.

- a. Memahami kebutuhan pembeli dan menyediakan apa yang menjadi kebutuhannya adalah dasar terpenting bagi pembeli dalam memilih produk.
- b. Ketahanan produk atau umur ekonomis dari suatu produk. Sebuah produk dengan harga premium tentunya diharapkan memiliki kelengkapan fitur yang memadai dan daya tahan yang tinggi, sehingga dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang.
- c. Produk yang digunakan memiliki konsistensi dalam hal mutu dan performa. Mutu dan kinerja yang ditunjukkan oleh sebuah produk tidak mengalami penurunan atau perubahan. Pembeli dapat terus menggunakannya tanpa khawatir adanya penurunan mutu.
- d. Tersedianya dukungan dari produsen terhadap produk yang dihasilkan. Misalnya dalam hal layanan pelanggan yang selalu *update* produk terbaru, layanan keluhan pelanggan, atau untuk layanan *maintenance*.
- e. Kesesuaian dengan spesifikasi. Produk yang dihasilkan sesuai dengan iklan atau informasi yang diberikan, baik dalam hal spesifikasi produk serta sudah teruji.

Produsen harus memahami atribut apa saja yang menjadi dasar bagi pembeli dalam memilih produk, sehingga produsen dapat menentukan target pasar dan membuat produk yang tepat. Dengan demikian, perusahaan diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi pembeli. Pembeli yang puas akan lebih mudah memutuskan produk mana yang akan dibeli.

Menurut Kotler (2007), keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan untuk membeli tersebut mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen, yang meliputi:

- a. Keputusan tentang jenis produk
Dalam hal ini, pembeli dapat mengambil keputusan tentang produk apa yang akan dibelinya untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan.

- b. Keputusan tentang bentuk produk
Pembeli dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu produk dengan bentuk tertentu sesuai dengan seleranya.
- c. Keputusan tentang merek
Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli, karena setiap merek mempunyai perbedaan-perbedaan tersendiri.
- d. Keputusan tentang penjualnya
Pembeli dapat mengambil keputusan dimana produk yang dibutuhkan tersebut akan dibeli.
- e. Keputusan tentang jumlah produk
Pembeli dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli.
- f. Keputusan tentang waktu pembelian
Pembeli dapat mengambil keputusan tentang kapan dia harus melakukan pembelian.
- g. Keputusan tentang cara pembayaran
Pembeli dapat mengambil keputusan tentang metode atau cara pembelian produk yang akan dibeli, apakah secara tunai atau kredit.

Keputusan tersebut akan mempengaruhi keputusan tentang penjualan dan jumlah pembeliannya. Untuk dapat mengetahui sejauh mana proses pembelian pembeli, kiranya perlu adanya upaya seperti apakah pembeli membutuhkan informasi tentang produk yang akan dibeli, atau mungkin perlu didorong untuk melakukan pembelian. Melalui dukungan informasi yang tersedia, dapat pula mendorong seseorang untuk melakukan suatu keputusan, termasuk dalam hal pembelian.

2. Kinerja

Dalam pengukuran kepuasan pelanggan perlu diketahui mengenai konsep dasar atau pengertian dari pelayanan. Kualitas menurut ISO 9000 adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi kebutuhan persyaratan. Persyaratan dalam hal ini adalah kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib. Jadi kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan

ISO 9000 merupakan perpaduan sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan (Lapiyoadi, 2001). Pelayanan adalah suatu proses jasa yang dihasilkan dari empat proses *input*, yaitu: *people processing (consumer)*, *possession processing*, *mental stimulus processing*, and *information processing*. Sebagai suatu profesi, bisnis jasa merupakan kombinasi antara *service operating system*, *service delivery system*, dan *service marketing system*. Yang mana pemasaran jasa lebih menekankan pada *service delivery system*, yaitu bagaimana suatu perusahaan menyampaikan jasa kepada pembeli (Adam, 2015).

Kualitas pelayanan sebagai suatu persepsi tentang kinerja perusahaan (*perception of performance based*) yang dialami pembeli, berasal dari perbandingan antara perasaan yang seharusnya diharapkan diterima pembeli dari pelayanan perusahaan (*expectation*) dengan persepsi pembeli tentang kinerja dari pelayanan yang diperolehnya (*perception*). Hal ini berarti kualitas layanan dipandang sebagai derajat serta arah perbedaan antara persepsi pembeli dengan harapannya. Kualitas layanan juga digambarkan sebagai suatu bentuk sikap (*attitude*), tidak persis sama dengan kepuasan (*satisfaction*) tetapi berhubungan yang diperoleh dengan membandingkan harapan (*expectation*) dengan *performance*. Sikap adalah ekspresi dari perasaan terdalam yang menunjukkan kecenderungan apakah seseorang simpatik atau tidak simpatik terhadap suatu objek, misalnya terhadap merek pelayanan (Kadir, 2013).

Menurut Rangkuti (2003) kualitas pelayanan merupakan kualitas cara penyampaian jasa. Menurut Tjiptono (2004), kualitas jasa merupakan tingkat persepsi terhadap pelaksanaan suatu jasa. Selanjutnya, Rangkuti (2003) menjelaskan bahwa terdapat 10 kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu: (a) *reliability* (keandalan), (b) *responsiveness* (ketanggapan), (c) *competence* (kemampuan), (d) *access* (mudah diperoleh), (e) *courtesy* (keramahan), (f) *communication* (komunikasi), (g) *credibility* (dapat dipercaya), (h) *security* (keamanan), (i) *understanding/knowing the customer* (memahami pelanggan), (j) *tangibles* (bukti nyata).

Menurut Rangkuti (2003) kesepuluh dimensi tersebut dapat disederhanakan menjadi lima dimensi, yaitu:

- a. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat tanggap, meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.
- c. *Assurance* (jaminan), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari *competence* (kompetensi) artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan dan *courtesy* (kesopanan) yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.
- d. *Empathy* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Dimensi ini merupakan penggabungan dari *access* (akses) meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan. *Communication* (komunikasi) merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan serta *understanding/knowing the customer* (memahami pelanggan) meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan.
- e. *Tangibles* (bukti nyata), meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi serta penampilan karyawan.

2.1.3 Kepuasan Pembeli

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira (Kotler, 1999).

Menurut Laksana (2008), apabila kepuasan pembeli boleh dinyatakan sebagai suatu rasio atau perbandingan, maka kita dapat merumuskan persamaan kepuasan pelanggan sebagai berikut: $Z = X/Y$, dimana Z adalah kepuasan pelanggan, X adalah kualitas yang dirasakan pelanggan, dan Y adalah kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Jika $Z > 1$, maka kepuasan pembeli akan menjadi tinggi, hal ini karena pembeli merasakan bahwa kualitas dari produk melebihi harapan pembeli. Jika $Z < 1$, berarti kepuasan pembeli menjadi rendah, karena pelanggan merasakan kualitas produk lebih kecil dari kebutuhan, keinginan dan harapan pembeli. Kepuasan pembeli didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan pembeli atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Dari perspektif manajerial, mempertahankan dan atau meningkatkan kepuasan pembeli adalah hal yang sangat kritis.

Menurut Mowen (2002), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pembeli, sebagai berikut:

1. Diskonfirmasi ekspektansi atau pengharapan
 - a. Faktor yang mempengaruhi harapan adalah karakteristik produk, faktor promosi, faktor lainnya, karakteristik pembeli.
 - b. Faktor yang mempengaruhi persepsi kinerja aktual.
2. Persepsi kelayakan.
3. Atribusi sebab akibat.
4. Kinerja produk aktual.
5. Keadaan afeksi pembeli.

Menurut Lupiyoadi (2001), ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pembeli, yaitu :

1. Kualitas Produk

Pembeli akan merasa puas, bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Pembeli akan merasa puas, bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya.

3. Emosional

Pembeli akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya, bila dia memakai produk dengan merek tertentu.

4. Harga

Produk dengan kualitas sama, tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang unggul kepada pembelinya.

5. Biaya dan kemudahan

Pembeli yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung puas terhadap produk.

2.1.4 Rumah Makan

Rumah makan yaitu usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya dan bentuk usahanya ada yang berupa depot, kantin, dan kafetaria. Rumah makan merupakan suatu tempat bagi seseorang yang berkunjung menjadi tamu yang mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun malam sesuai dengan jam buka rumah makan tersebut. Jenis makanannya terdiri dari masakan Jawa, Cina, dan Padang. Produk rumah makan antara lain salah satu jenis produk utama rumah makan yaitu makanan yang dijual disesuaikan dengan tipe rumah makan bersangkutan dan ditawarkan kepada tamu dengan menggunakan daftar makanan (menu). Jenis makanan secara umum dapat dibagi berdasarkan negara asal, antara lain makanan Indonesia yaitu jenis makanan yang ada di Negara Indonesia, termasuk makanan khas daerah (Mukono, 2004).

Menurut Saidi (2007), ada delapan jenis restoran yang berkembang saat ini, antara lain :

1. *Gourmet* (Restoran Ala Ruang Makan di Rumah Mewah)

Restoran jenis ini menawarkan suasana yang tenang, kebanyakan terdapat di hotel-hotel bercita rasa tinggi. Biasanya restoran semacam ini berbiaya operasional tinggi, karena membutuhkan dekorasi yang berkelas dan butuh banyak pelayan terlatih. Restoran jenis ini rata-rata memiliki pembeli orang tertentu saja.

2. *Fast Food* (Restoran Layanan Cepat)

Restoran jenis ini hanya dapat menyajikan makanan tertentu saja. Jenis restoran ini sangatlah populer di kota-kota besar. Agar makanan dapat disajikan dengan cepat, biasanya bahan mentah telah dibumbui terlebih dahulu. Sebagian besar restoran *fast food* juga menyediakan *delivery order* (layanan pesan antar) atau *take out* (dibungkus untuk makan di luar restoran).

3. *Bistro/Grill* (Restoran Keluarga)

Jenis restoran ini umumnya memiliki banyak menu makanan dan minuman dengan harga terjangkau. Pelayanan yang ramah dan kekeluargaan untuk memuaskan pelanggan menjadi ciri khas restoran ini. Namun dari sisi dekorasi tidak semewah restoran jenis *Gourmet*.

4. *Buffet* (Prasmanan)

Restoran jenis ini memiliki ciri utama *buffet* adalah berlakunya satu harga untuk makan sepuasnya apa yang disajikan pada *buffet*. Pelanggan dengan leluasa memilih menu-menunya. Sentuhan pelayanan dari *waiters* relatif minim di jenis restoran ini.

5. Restoran Padang

Restoran yang menyediakan makanan-makanan khas padang. Restoran jenis ini biasanya dimiliki oleh sebagian besar orang padang. Saat ini, restoran padang sudah meluas sampai keberbagai belahan dunia, seperti Eropa dan Amerika.

6. Restoran Sederhana

Restoran jenis ini menyajikan menu yang tidak istimewa. Yang terpenting menu makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki rasa yang enak, higienis, dan relatif lebih murah bila dibandingkan dengan jenis restoran lainnya.

7. Restoran Istimewa

Restoran jenis ini biasanya terdapat jauh dari keramaian dan memberikan kesan khusus, seperti di daerah pegunungan yang indah dan mudah dijangkau banyak orang.

8. Restoran Etnik

Restoran jenis ini menyajikan masakan daerah tertentu yang spesifik. Dekorasi disesuaikan dengan etnik yang bersangkutan ditambah dengan alunan musik etnik, bahkan pakaian seragam para pekerja juga biasanya bernuansa etnik.

Menurut Bartono dan Novianto (2005), restoran masa kini memiliki ciri sebagai berikut :

1. Bentuk usaha dapat independen atau terkait dengan hotel atau institusi yang lain.
2. Tipe restoran lebih beragam dengan menu dan harga yang beragam.
3. Strata sosial memberi pengaruh jelas pada tipe pembelinya.
4. Menu terpengaruh menu hotel dan menu etnis yang beragam.
5. Perpindahan lintas kerja atau *job turn over* relatif tinggi, karena pegawai bebas pindah dari restoran yang satu ke restoran yang lainnya.
6. Persaingan bisnis ketat, sehingga membutuhkan pemasaran yang ditangani secara serius.
7. Timbul perusahaan waralaba atau *franchise* dengan investor asing dan adanya lisensi untuk restoran anggota *franchise*.
8. Keahlian memasak dihargai tinggi dan *chief* memiliki peranan sebagai *the man behind the resto* dan untuk sebagian restoran memiliki otoritas kreasi.
9. Restoran dapat menjadi pengikat interaksi-interaksi antar bangsa dan dapat menjadi duta nasional untuk bangsa kita.
10. Pengoperasiannya didukung manajemen modern dan teknologi informasi yang canggih serta alat produksi yang mutakhir.

2.1.5 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Penilaian tingkat kinerja yang dapat mempengaruhi kepuasan pembeli akan diwakili oleh huruf X, sedangkan untuk penilaian tingkat kepentingan diwakili oleh huruf Y. Metode *Important Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 (Simamora, 2001).

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi pembeli dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai quadrant. IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian, karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja analisis.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang terkait atau berhubungan dengan atribut pada rumah makan. Telah banyak penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti dalam menentukan metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data serta sebagai pembanding dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain. Penelitian terdahulu yang diambil sebagai bahan kajian merupakan penelitian mengenai perilaku pembeli, tahapan pengambilan keputusan, dimensi, dan atribut-atribut yang dianggap penting oleh pembeli untuk menentukan kepuasannya. Kajian penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan dan persamaan, perbedaannya terletak pada objek, lokasi penelitian, dan beberapa variabel atribut, sedangkan untuk persamaannya terletak pada metode analisis data yaitu menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Selain itu, terdapat pula beberapa variabel atribut yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Atikah dan Setiawan (2014) tentang kinerja penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan pembeli restoran khas Padang di Bogor. Pada penelitian ini, berjumlah 18 atribut yang dipilih dengan menggunakan metode analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 99 orang. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu, atribut-atribut unggulan mutu produk dari restoran khas Padang di Kota Bogor adalah cita rasa makanan dan minuman yang disajikan, keamanan dan kebersihan minuman yang disajikan, kesesuaian menu dengan selera, dan variasi menu yang ditawarkan. Sementara atribut yang perlu ditingkatkan adalah kebersihan ruangan dan tempat makan serta kesabaran pramusaji dalam melayani pelanggan.

Penelitian mengenai tingkat kepuasan pembeli terhadap pembelian makanan produk ayam bakar ABMJ melalui *e-commerce* gojek di Kota Bandar Lampung telah dilakukan oleh Rahmasanti dkk (2021). Atribut yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 19 atribut dengan metode analisis yang digunakan yaitu metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 65 orang dan metode yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu *non-probability sampling*. Hasil pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan adalah tingkat kematangan, rasa, kemudahan pemesanan, kemudahan pembayaran, ketepatan produk yang dipesan, serta keamanan dalam bertransaksi, sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan adalah kejelasan informasi produk, kejelasan foto produk, ketepatan waktu pengiriman, dan keamanan dalam menjaga kerahasiaan identitas.

Mahendraswari dan Nurmalina (2013) melakukan penelitian mengenai tingkat kepentingan serta kinerja atribut produk dan pelayanan di Rumah Makan Bebek Gendut, Bubulak, Kota Bogor. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sampel yang digunakan pada penelitian berjumlah 100 orang dan metode yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu *convenience sampling* dengan adanya *screening* terlebih dahulu. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan adalah citarasa, tekstur, harga, pelayanan, lokasi,

kebersihan dan perlengkapan, sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan adalah keramahan dan kesopanan pramusaji.

Penelitian mengenai tingkat kepuasan pembeli Restoran Waroeng Hotplate Odon Cibanteng, Bogor, Jawa Barat dilakukan oleh Amanda dan Nurmalina (2018), menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sampel yang digunakan berjumlah 143 orang dan metode yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu metode *convenience sampling*. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan adalah citarasa, keramahan karyawan, kesigapan karyawan, kebersihan penampilan pramusaji, dan kecepatan pelayanan. Atribut yang perlu ditingkatkan adalah harga, ketersediaan lahan parkir, dan ketersediaan fasilitas pendukung (toilet, wastafel, mushola).

Meiliani dkk (2019) telah melakukan penelitian mengenai identifikasi atribut pelayanan dan tingkat kepuasan pembeli rumah makan bakso di lingkungan Universitas Lampung, dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sampel yang digunakan berjumlah 99 orang dan metode yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu metode *accidental sampling*. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan pada RM A adalah cita rasa, keadilan pelayanan, kemudahan akses lokasi, kebersihan, dan kesabaran karyawan, RM B adalah cita rasa, jaminan produk, dan kebersihan, dan RM C adalah cita rasa, harga, jaminan produk, kesigapan pelayanan, keadilan pelayanan, kebersihan dan kesabaran karyawan. Atribut yang perlu ditingkatkan pada RM A adalah jaminan produk dan kesigapan pelayanan, RM B adalah harga, keadilan pelayanan, kesigapan pelayanan, dan kesabaran karyawan, dan RM C tidak terdapat. Beberapa hasil kajian penelitian terdahulu secara lengkap mengenai tingkat kepuasan dan kinerja atribut rumah makan dapat dilihat pada Tabel 21.

Penelitian mengenai sikap dan kepuasan pembeli Rumah Makan “Xxx” Lamongan di Bandar Lampung telah dilakukan oleh Azaria dkk (2020). Atribut yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 10 atribut dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Sampel pada penelitian ini berjumlah 60 orang dan metode yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu *accidental sampling*. Hasil pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan adalah rasa, harga, higienitas, kebersihan toilet, dan cuci tangan, dan tidak terdapat atribut yang perlu ditingkatkan.

Tafuli dkk (2017) telah melakukan penelitian mengenai analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut-atribut daging sapi Bali yang beredar di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur, dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Sampel yang digunakan berjumlah 150 orang dengan metode yaitu *accidental sampling*. Atribut yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 15 atribut. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan adalah tingkat layanan, dan atribut yang perlu ditingkatkan adalah produk.

Iswari dkk (2015) telah melakukan penelitian mengenai analisis kepuasan pembeli terhadap kualitas pelayanan dan jasa dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (studi kasus di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar), dengan jumlah atribut yang diteliti pada penelitian ini adalah 18 atribut dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Sampel yang digunakan berjumlah 92 orang dengan metode *purposive sampling*. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan adalah fasilitas *meeting room*, *wifi*, parkir, toilet, peralatan makan yang digunakan, makanan dan minuman disajikan diatas meja yang bersih, memiliki karyawan yang berpakaian rapih dan bersih, menjamin kenyamanan pembeli, menyediakan makanan dan minuman yang terjamin kebersihannya, pengolahan makanan dan minuman menggunakan bahan yang mutunya baik. Atribut yang perlu ditingkatkan adalah letak yang strategis, melayani pembeli dalam waktu yang cepat dan segera, dan proses pengolahan makanan dan minuman.

Penelitian mengenai usulan peningkatan kualitas pelayanan di Rumah Makan Bu Cucu menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *tree diagram* yang dilakukan oleh Khairi dkk pada tahun 2022. Atribut yang diteliti dalam penelitian ini adalah 13 atribut dengan metode metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Sampel yang digunakan yaitu berjumlah 100 orang dengan metode survey. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan adalah toilet yang bersih, alat makan yang bersih, kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan sesuai dengan harga, sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan adalah jarak antrian, tata letak meja, karyawan sigap, dan *maintenance* kipas angin.

Penelitian mengenai penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan pembeli di Kantin Zea Mays Institut Pertanian Bogor yang dilakukan oleh Wulansari dkk (2014). Atribut yang diteliti dalam penelitian ini adalah 13 atribut dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Sampel yang digunakan yaitu berjumlah 95 orang dengan metode survey. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu atribut yang perlu dipertahankan adalah tersedianya makanan dan minuman pada daftar menu, fasilitas, suasana, dan kebersihan ruangan dan tempat makan, sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan adalah cita rasa, kesesuaian harga, variasi menu, dan keramahan pelayanan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan usaha kuliner semakin pesat dengan kemudahan teknologi komunikasi dan teknologi informasi muncul kompetisi yang sangat luas yang berakibat pada pembeli. Para pelaku bisnis yang bergerak di bidang industri maupun jasa pelayanan harus mempunyai strategi untuk dapat bertahan dan berperan aktif dalam persaingan tersebut terutama dalam bidang rumah makan. Pelaku bisnis tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan pembeli, tetapi dalam persaingan rumah makan yang semakin tinggi saat ini, mewujudkan kepuasan pembeli adalah hal yang penting. Strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan usahanya untuk menarik pembeli baru dan juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan menjaga kepuasan yang

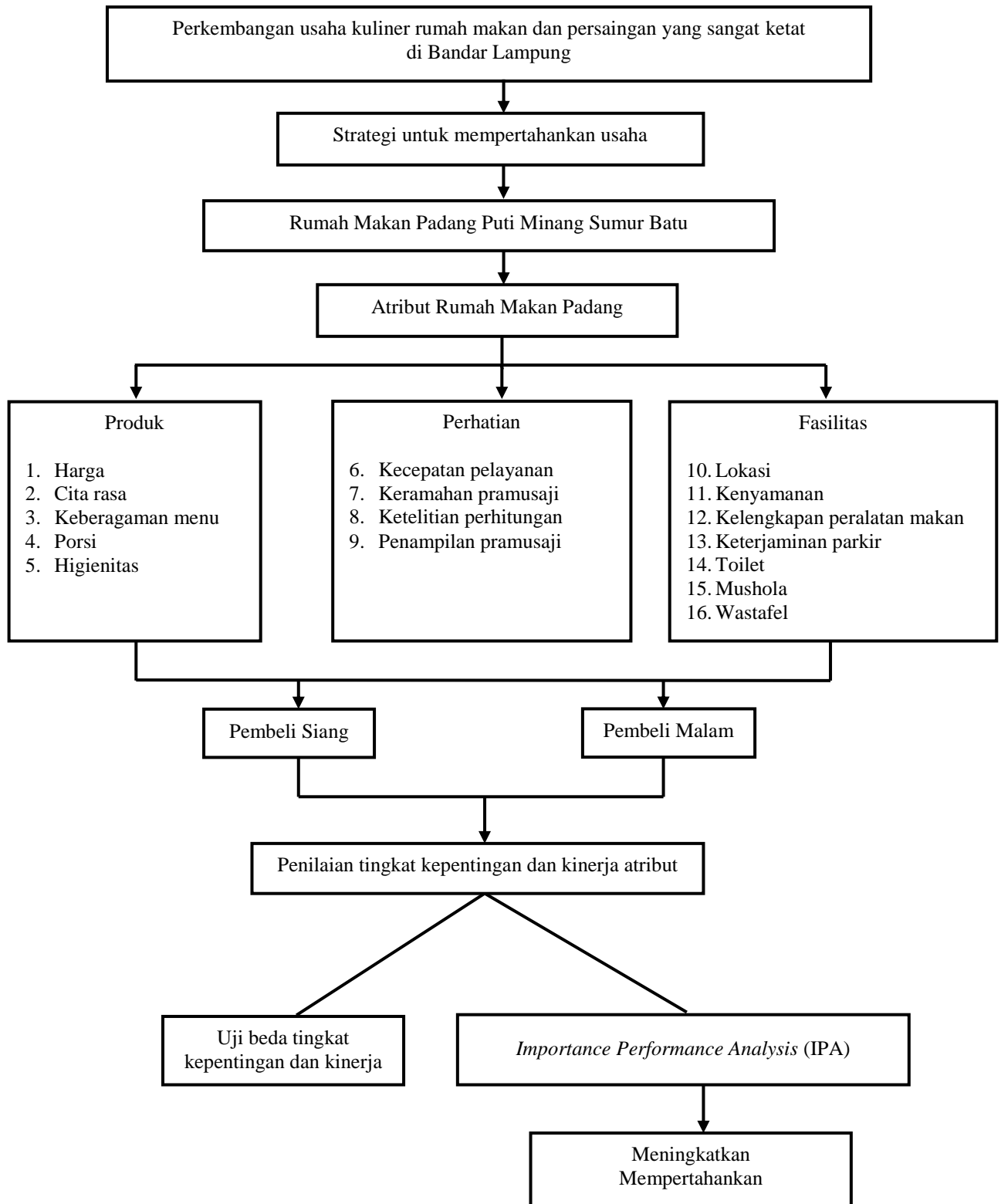
dirasakan oleh pembeli dengan memberikan kinerja atribut yang optimal pada rumah makan.

Rumah Makan (RM) Puti Minang Sumur Batu merupakan usaha di bidang kuliner yang berkembang dengan baik di Kota Bandar Lampung yang tersebar pada beberapa daerah di Lampung dengan jumlah 15 RM Puti Minang. Salah satu RM Puti Minang yang memiliki pengunjung yang cukup ramai yaitu beralamat di Jl. Diponegoro No. 106, Gulak Galik, Kecamatan Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung. Rumah makan ini banyak digemari oleh pembeli karena masyarakat sangat menikmati makanan yang berasal dari padang dan termasuk jenis masakan yang dapat dihidangkan kapan pun, yang menawarkan jenis makanan seperti rendang, gulai tunjang, dendeng balado, ayam balado, dan menu khas lainnya.

Penelitian mengenai perbedaan penilaian pembeli waktu makan siang dan makan malam dengan menggunakan berbagai atribut kepuasan telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, namun rumah makan yang berbeda, maka berbeda pula perlakuan yang diberikan. Atribut yang disesuaikan dengan kondisi yang ada pada RM Puti Minang Sumur Batu dibagi ke dalam tiga kelompok atribut yaitu kelompok atribut produk, perhatian, dan fasilitas. Atribut produk yaitu terdiri dari harga, cita rasa, keberagaman menu, porsi, dan higienitas produk. Atribut perhatian terdiri dari kecepatan pelayanan, keramahan pramusaji, ketelitian perhitungan, dan penampilan pramusaji. Kemudian atribut fasilitas terdiri dari lokasi, kenyamanan, kelengkapan peralatan makan, keterjaminan parkir toilet, mushola, dan wastafel digunakan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyowati dkk (2016), Triani dkk (2016), Meiliani dkk (2019), Bangun dkk (2017), dan Elisa dkk (2017).

Penilaian atribut dilakukan dengan bantuan kuesioner yang berisikan butir-butir pertanyaan tentang atribut yang dianggap pembeli dapat memberikan kepuasan maksimal, yang nantinya akan diuji apakah atribut tersebut valid dan reliabel untuk menilai kepuasan pembeli terhadap kinerja yang diberikan oleh RM Puti Minang Sumur Batu dengan uji validitas dan reliabilitas. Jika uji tersebut

dinyatakan telah valid dan reliabel, maka setiap atribut dapat diaplikasikan sebagai alat ukur dalam penilaian kepentingan dan kinerja di RM Puti Minang Sumur Batu. Atribut kepentingan dan kinerja tersebut dibagi menjadi dua waktu yaitu makan siang dan makan malam untuk melihat apakah terdapat perbedaan terhadap kepentingan dan kinerja atribut pada saat waktu makan siang dan makan malam menggunakan uji perbedaan (Uji *Mann-Whitney*), serta digunakan metode *Importance Performance Analysis* untuk menganalisis tingkat kepuasan pembeli untuk mengetahui atribut apa saja yang harus ditingkatkan dan dipertahankan pada saat waktu makan siang dan makan malam. Kerangka pemikiran perbedaan penilaian atribut antara pembeli makan siang dan pembeli makan malam pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran perbedaan penilaian atribut Rumah Makan Puti Minang sumur batu di Kota Bandar Lampung antara pembeli makan siang dan pembeli makan malam.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angka sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2013). Metode ini mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

3.2 Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data dan melaksanakan analisis sehubungan dengan tujuan untuk penelitian. Konsep dasar dan definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut.

Pembeli merupakan setiap orang termasuk pelanggan yang membeli produk yang ditawarkan, pembeli dalam penelitian ini adalah pembeli Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu.

Rumah makan merupakan usaha yang menyajikan hidangan makanan dan minuman kepada pembeli.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi secara langsung antara pihak rumah makan kepada pembeli yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

Keentingan atribut merupakan penting atau tidaknya suatu atribut dalam menentukan pembelian yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk atau jasa tersebut yang mana akan menjadi prioritas untuk diperbaiki dan ditingkatkan. Pada penelitian ini, kepentingan atribut diukur dengan menggunakan skala *likert semantic differential*, dimana pilihan jawaban tersusun dalam satu baris dengan jawaban yang “sangat penting” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak penting” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kinerja merupakan penilaian pembeli terhadap kinerja rumah makan Padang pada atribut-atribut yang ada, apakah kinerja tersebut sesuai dengan harapan pembeli, melampaui, atau bahkan tidak memenuhi harap pembeli yang mana akan menjadi prioritas untuk diperbaiki dan ditingkatkan. Pada penelitian ini, kinerja atribut diukur dengan menggunakan skala *likert semantic differential*, dimana pilihan jawaban tersusun dalam satu baris dengan jawaban yang “sangat puas” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak puas” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kepuasan pembeli merupakan respon positif yang timbul pada pembeli saat pelayanan yang diberikan lebih dari atau sama dengan harapannya.

Atribut produk merupakan memberikan nilai tambah, manfaat serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian yang terdapat unsur-unsur yang menjadi pengembangan atau pembeda pada suatu produk.

Harga merupakan harga relatif berupa biaya yang dibayarkan pembeli untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan rumah makan dari skala sangat murah hingga sangat mahal. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut harga yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “relatif sangat murah” memiliki nilai 5 terletak di

bagian kanan dan jawaban “relatif sangat mahal” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Cita rasa merupakan suatu cara penilaian pembeli yang dirasakan oleh mulut yang dilakukan untuk membedakan rasa yang ada seperti aroma, tekstur, dan tingkat kepedasan dari suatu produk makanan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut cita rasa yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat lezat” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak lezat” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Keberagaman menu merupakan banyaknya pilihan dalam produk makanan yang disajikan pada rumah makan yang tercipta dari ketersediaan produk dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif seperti berbagai olahan padang. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut keberagaman menu yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat beragam” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak beragam” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Porsi merupakan bentuk, model, dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur dengan ukuran besar kecilnya produk yang dihidangkan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut porsi yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat banyak dan sangat besar” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak banyak dan sangat tidak besar” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Higienitas produk merupakan kebersihan produk yang disajikan rumah makan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut higienitas yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat bersih” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak bersih” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kecepatan pelayanan merupakan waktu tanggap yang diberikan oleh pramusaji untuk melayani pembeli seperti respon pelayanan yang cepat dan adil. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kecepatan pelayanan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat cepat” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak cepat” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Keramahan pramusaji merupakan sikap yang ditunjukkan pramusaji rumah makan dalam melayani pembeli yang datang dengan memberikan senyuman, sapaan, dan tutur kata yang baik. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut keramahan pramusaji yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat ramah” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak ramah” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ketelitian perhitungan merupakan kecermatan pramusaji dalam menghitung produk yang dimakan oleh pembeli yang datang pada rumah makan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ketelitian perhitungan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat teliti” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak teliti” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Penampilan pramusaji merupakan cara karyawan dalam berpakaian yang rapi atau tampilan yang bagus untuk dilihat pembeli yang datang. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut penampilan pramusaji yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat menarik” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak menarik” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Lokasi merupakan tempat rumah makan yang strategis atau mudah ditemukan dan terjangkau oleh pembeli. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut lokasi yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat strategis” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak strategis” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kenyamanan tempat merupakan suatu kondisi yang berkaitan dengan pembeli dan pihak rumah makan yang memberikan rasa nyaman dan aman saat sedang makan seperti suasana rumah makan, kenyamanan tempat duduk, tidak berisik, dan tersedianya kipas angin. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kenyamanan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat nyaman” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak nyaman” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kelengkapan peralatan makan merupakan bagian dari fasilitas rumah makan seperti sendok, garpu, tissue, dan tusuk gigi yang diperlukan pembeli saat makan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kelengkapan peralatan makan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat lengkap” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak lengkap” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Keterjaminan parkir merupakan tersedianya area yang cukup luas untuk pembeli memarkirkan kendaraannya dengan mudah, agar pembeli merasa aman ketika sedang makan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut keterjaminan parkir yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat aman dan sangat luas” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak aman dan sangat tidak luas” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Toilet merupakan fasilitas yang tersedia pada rumah makan untuk memberikan kenyamanan bagi pembeli yang datang. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut toilet yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat baik” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak baik” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Mushola merupakan fasilitas yang tersedia pada rumah makan untuk memberikan kenyamanan bagi pembeli yang ingin beribadah ketika sedang makan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut mushola yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat baik”

memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak baik” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Wastafel merupakan fasilitas yang tersedia pada rumah makan untuk memberikan kenyamanan bagi pembeli yang ingin membersihkan tangannya setelah makan yang berminyak. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut wastafel yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris dimana jawaban yang “sangat baik” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak baik” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

3.3 Lokasi, Sampel, Teknik Sampling, dan Waktu Pengumpulan Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan (RM) Puti Minang Sumur Batu yang beralamat di Jl. Diponegoro No. 106, Gulak Galik, Kecamatan Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung. Pemilihan RM Puti Minang Sumur Batu dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa RM Puti Minang Sumur Batu merupakan salah satu rumah makan padang yang sudah lama berdiri, sudah terkenal yang memiliki daya tarik tersendiri, dan ramai dikunjungi oleh pembeli, dan RM Puti Minang Sumur Batu terletak pada lokasi yang strategis.

Pembeli yang sedang berkunjung pada RM Puti Minang Sumur Batu merupakan sampel pada penelitian ini, pembeli yang dijadikan sampel minimal sudah berusia 17 tahun ke atas, dikarenakan pembeli dengan usia tersebut sudah mampu memberikan pendapat yang dapat dipertanggungjawabkan, dan pembeli yang dijadikan sampel minimal sudah melakukan satu kali pembelian pada RM Puti Minang Sumur Batu, untuk pembeli yang membeli *online* atau yang membawa pulang tidak dapat dijadikan sampel penelitian ini. Jumlah minimum responden yang dijadikan sampel digunakan untuk suatu penelitian yaitu 30 responden, namun semakin besar sampel yang digunakan tidak lebih dari 500 responden, maka hasil penelitian akan semakin baik dan akurat (Supranto, 2006). Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 70 sampel.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *probability sampling*. Metode tersebut merupakan metode pengambilan sampel yang menggunakan beberapa bentuk pemilihan acak yang memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan undian terhadap nomor meja yang ada pada RM Puti Minang Sumur Batu, kemudian undian tersebut dipilih secara acak dengan menggunakan *microsoft excel*. Jumlah meja pada RM Puti Minang Sumur Batu yaitu 20 meja, apabila nomor meja yang dipilih terdapat dua atau lebih pembeli, maka pembeli yang dapat dijadikan sampel hanya satu orang mewakili dari meja tersebut.

Pengambilan sampel dilakukan pada bulan Januari sampai Februari 2022 secara bertahap, dengan memilih hari dan waktu wawancara secara sengaja. Pemilihan hari yaitu pada setiap hari yaitu hari kerja (*weekday*) dan hari libur (*weekend*) dengan waktu penelitian dipilih pada makan siang pukul 08.00-15.00 WIB dan makan malam 17.00-21.00 WIB. Penelitian dilakukan selama empat minggu, dengan jumlah sampel pada setiap kali wawancara yaitu berjumlah empat orang, sehingga jumlah sampel tiap minggu yaitu sebanyak 18 orang dan terdapat dua minggu yang dimana sampel hanya berjumlah 17 orang untuk menyesuaikan jumlah sampel keseluruhan yang berjumlah 70 sampel. Penentuan hari dan waktu wawancara sampel dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penentuan hari dan waktu wawancara sampel

Waktu	<i>Weekday</i>	<i>Weekend</i>	Jumlah
Minggu Pertama			
Siang 08.00-15.00 WIB	5	4	9
Malam 17.00-21.00 WIB	5	3	8
Minggu Kedua			
Siang 08.00-15.00 WIB	5	4	9
Malam 17.00-21.00 WIB	5	4	9
Minggu Ketiga			
Siang 08.00-15.00 WIB	5	3	8
Malam 17.00-21.00 WIB	5	4	9
Minggu Keempat			
Siang 08.00-15.00 WIB	5	4	9
Malam 17.00-21.00 WIB	5	4	9
Total	40	30	70

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data mentah yang diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan pembeli yang sedang berkunjung pada RM Puti Minang Sumur Batu menggunakan kuesioner yang telah dibuat sebelumnya sebagai alat bantu pengumpulan data. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari penelitian terdahulu, studi literatur, laporan-laporan, jurnal penelitian, dan lembaga atau instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, dan lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum digunakan untuk penelitian, atribut-atribut yang tertuang dalam kuesioner akan diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keabsahan atau ketepatan atribut-atribut penelitian sebagai alat ukur kepentingan dan kinerja, dan uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konsistensi atribut-atribut penelitian sebagai alat ukur kepentingan dan kinerja.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur dengan kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap valid (Ghozali, 2016).

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *product momen*

X = Skor tiap pertanyaan/item

Y = Skor total

n = Jumlah sampel

Uji validitas digunakan untuk menghitung nilai korelasi (r) antara data tiap soal dengan skor total. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$. Hasilnya sebagai berikut :

Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji menggunakan *Statistical Product and Service Science* (SPSS) terhadap kuesioner dengan 16 jenis atribut kepentingan dan kinerja, nilai r tabel diperoleh sebesar 0,361 dari 30 sampel dan hasil hitung keseluruhan atribut lebih besar dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa 16 atribut untuk tingkat kepentingan dan kinerja yang digunakan dalam penelitian ini telah valid. Hasil uji validitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut RM Puti Minang Sumur Batu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji validitas kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu

P	Keterangan	Nilai Korelasi Atribut dengan Total Skor	
		Kepentingan	Kinerja
P1	Harga	0,397	0,470
P2	Cita rasa	0,417	0,381
P3	Porsi	0,489	0,392
P4	Keberagaman menu	0,479	0,442
P5	Higienitas (kebersihan)	0,475	0,409
P6	Kecepatan pelayanan	0,458	0,689
P7	Keramahan pramusaji	0,504	0,434
P8	Ketelitian perhitungan	0,441	0,363
P9	Penampilan pramusaji	0,414	0,418
P10	Lokasi	0,386	0,410
P11	Kenyamanan	0,371	0,404
P12	Kelengkapan peralatan makan	0,541	0,380
P13	Keterjaminan parkir	0,379	0,438
P14	Toilet	0,399	0,391
P15	Mushola	0,371	0,466
P16	Wastafel	0,485	0,724

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas digunakan untuk mengukur variabel melalui kuesioner yang dapat diandalkan. Sekalipun jawaban pertanyaan diuji cobakan beberapa kali, jika jawaban pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner tersebut dianggap reliabel (Ghozali, 2016). Untuk menghitung reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen (total tes)

k = Jumlah butir pertanyaan yang sah

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian skor total

Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel, jika memenuhi batasan reliabilitas yang sudah ditentukan, yaitu sebagai berikut. Jika $r_{\alpha} > 0,70$, maka pertanyaan reliabel.

Jika $r_{\alpha} < 0,70$, maka pertanyaan tidak reliabel.

Berdasarkan uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk 16 atribut kepentingan sebesar 0,731 dan atribut kinerja sebesar 0,739 dari 30 sampel. Hasil nilai tersebut lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* yang telah ditentukan yaitu 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa 16 atribut kepentingan dan kinerja yang digunakan dalam kuesioner penelitian telah reliabel. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut pada RM Puti Minang Sumur Batu dapat dilihat pada Tabel 24 dan Tabel 25.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif kuantitatif. Untuk menjawab ketiga tujuan dari rumusan masalah digunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan metode analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Mann-Whitney (U-test)*. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan penilaian terhadap atribut-atribut dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Nilai bobot skala *likert* tingkat kepentingan dan kinerja pada RM Puti Minang Sumur Batu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai bobot tingkat kepentingan dan kinerja pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu

Skala <i>Likert</i>	Kepentingan	Kinerja
1	Sangat tidak penting	Sangat tidak puas
2	Tidak penting	Tidak puas
3	Netral	Netral
4	Penting	Puas
5	Sangat penting	Sangat puas

Atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga kelompok atribut yang terdiri dari produk, perhatian, dan fasilitas. Kelompok atribut tersebut berjumlah 16 jenis atribut yang telah disesuaikan dengan keadaan yang ada pada RM Puti Minang Sumur Batu. Atribut-atribut yang diidentifikasi pada RM Puti Minang Sumur Batu dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Atribut-atribut yang diidentifikasi pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu

Kelompok Atribut	Atribut
Produk	1. Harga
	2. Cita rasa
	3. Keberagaman menu
	4. Porsi
	5. Higienitas produk
Perhatian	6. Kecepatan pelayanan
	7. Keramahan pramusaji
	8. Ketelitian perhitungan
	9. Penampilan pramusaji
Fasilitas	10. Lokasi
	11. Kenyamanan
	12. Kelengkapan peralatan makan
	13. Keterjaminan parkir
	14. Toilet
	15. Mushola
	16. Wastafel

Sumber : (Prasetyowati dkk, 2016), (Bangun dkk, 2017), (Triani dkk, 2016), (Elisa dkk, 2017), dan (Meiliani dkk, 2019)

3.6.1 Uji Perbedaan (Uji *Mann-Whitney*)

Mann-Whitney (U-test) adalah tes yang digunakan untuk menguji apakah dua kelompok independen telah ditarik dari populasi yang sama. *U-test* ini digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya ordinal. Bila dalam suatu pengamatan data berbentuk interval, maka perlu dirubah ke dalam data ordinal (Sugiyono, 2013).

Apabila data yang diuji memiliki hasil sig $P > 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Jika data memiliki distribusi normal maka dilanjutkan dengan menggunakan uji parametrik dengan menggunakan Uji Beda *Independent Sample T Test* dan sebaliknya jika data dari hasil uji menunjukkan data tidak berdistribusi normal maka menggunakan Uji Non Parametrik dengan menggunakan Uji *Kruskal Wallis* dan Uji *Post Hoc* dengan Uji *Mann Whitney*. Untuk melihat adanya perbedaan data pada tiap kondisi yang terjadi maka dilakukan uji perbedaan dengan menggunakan Uji *Kruskal Wallis* dengan Uji *Post Hoc* menggunakan Uji *Mann Whitney* untuk mendapatkan hasil yang lebih jelas

dengan membandingkan antar kondisi. Uji *Kruskal Wallis* merupakan uji non parametrik yang digunakan untuk mengetahui adanya apakah ada perbedaan signifikan antara kelompok variabel independen.

Menurut Juan dkk (2022), statistik *Kruskal Wallis* adalah salah satu peralatan statistika non-parametrik dalam kelompok prosedur untuk sampel independen. Prosedur ini digunakan ketika kita ingin membandingkan dua variabel yang diukur dari sampel yang tidak sama (bebas), dimana kelompok yang diperbandingkan lebih dari dua.

Apabila terdapat perbedaan signifikan pada Uji *Kruskal Wallis*, maka dapat dilakukan uji lanjut dengan menggunakan Uji *Mann Whitney* untuk mencari perbedaan antar kondisi. Menurut Cania dan Setyaningrum (2013), bila pada uji *One Way Anova* atau uji *Kruskal-Wallis* diperoleh hasil yang bermakna, maka setelah itu dilakukan analisis *post-hoc* untuk mengetahui kelompok mana yang bermakna. Analisis *post-hoc* untuk mengetahui *One Way Anova* adalah *Bonferroni* sedangkan untuk uji *Kruskal-Wallis* adalah *Mann-Whitney*.

Kriteria keputusan pada Uji *Kruskal Wallis*:

1. Jika probabilitas (*Asymp. Sig*) ≥ 0.05 , maka tidak terdapat perbedaan signifikan pada data yang diuji dengan kondisi.
2. Jika probabilitas (*Asymp. Sig*) < 0.05 , maka terdapat perbedaan signifikan pada data yang diuji dengan kondisi.

Kriteria keputusan pada Uji *Mann Whitney*:

1. Jika probabilitas (*Exact. Sig*) ≥ 0.05 , maka tidak terdapat perbedaan signifikan pada data yang diuji ditiap kondisi yang dibandingkan.
2. Jika probabilitas (*Exact. Sig*) < 0.05 , maka terdapat perbedaan signifikan pada data yang diuji ditiap kondisi yang dibandingkan.

3.6.2 Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan dalam menentukan faktor yang memengaruhi kepuasan pembeli dalam penelitian ini. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur faktor atau indikator yang memengaruhi kepuasan pembeli dari tingkat kepentingan yang diharapkan pembeli dengan tingkat kinerja yang diberikan produsen kepada pembeli. Tingkat kepentingan menunjukkan indikator seberapa penting indikator tersebut bagi pembeli, dan tingkat kinerja menunjukkan indikator yang dirasakan pembeli. Jika bobot kinerja lebih kecil dari bobot kepentingan berarti kinerja masih di bawah kepentingan, namun jika bobot tingkat kinerja lebih besar atau sama dengan bobot tingkat kepentingan berarti kinerja suatu layanan telah memenuhi kepentingan pembeli (Supranto, 1997).

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pembeli terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Pelayanan akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pembeli dan kinerjanya bagi RM Puti Minang Sumur Batu. Artinya RM Puti Minang Sumur Batu seharusnya dapat mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh pembeli. Untuk tingkat kepentingan digunakan 5 tingkat (*likert*) yang terdiri dari sangat penting, penting, netral, tidak penting, sangat tidak penting. Untuk tingkat kinerja digunakan 5 tingkat (*likert*) yang terdiri dari sangat puas, puas, netral, tidak puas, sangat tidak puas. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X adalah tingkat kinerja dan Y adalah tingkat kepentingan. Menurut Supranto (1997) Tahapan pertama yaitu untuk faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli, dengan rumus :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

\bar{X}_i = Skor rata-rata tingkat kinerja

X_i = Total skor setiap variabel tingkat kinerja dari seluruh sampel

\bar{Y}_i = Skor rata-rata tingkat kepentingan

Y_i = Total skor setiap variabel tingkat kepentingan dari seluruh sampel

n = Total sampel

Tahap kedua yaitu menentukan peningkatan kepuasan pembeli yang disusun dengan menggunakan diagram kartesius, dengan rumus :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum \bar{x}_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum \bar{y}_i}{n} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

\bar{X}_i = Nilai rata-rata kinerja seluruh atribut

\bar{x}_i = Rata-rata dari skor rata-rata bobot tingkat kinerja

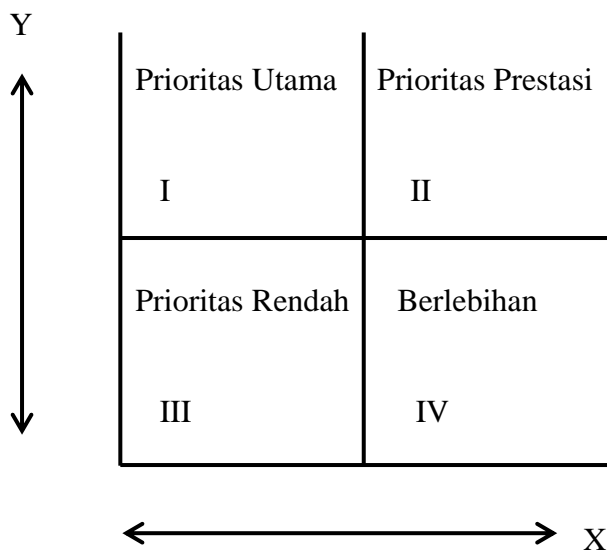
\bar{Y}_i = Nilai rata-rata kepentingan seluruh atribut

\bar{y}_i = Rata-rata dari skor rata-rata bobot tingkat kepentingan

k = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pembeli

Selanjutnya, tahap terakhir adalah konversi setiap atribut dalam diagram kartesius.

Setiap area memiliki kondisi khusus untuk setiap atribut, sehingga dapat dimasukkan ke dalam kategori di salah satu dari empat kuadran pada diagram kartesius yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*

Keterangan :

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pembeli, namun pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pembeli harapkan. Dengan kata lain, tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah dan yang masuk pada kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus-menerus, sehingga *performance* yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

2. Kuadran II (pertahankan prestasi)

Kuadran II merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pembeli dan faktor-faktor dianggap penting sudah sesuai dengan yang dirasakan oleh pembeli, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Faktor-faktor yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan, karena ini menjadikan produk atau jasa tersebut unggul di mata pembeli.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pembeli dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa dengan tingkat kepuasan yang relatif rendah. Peningkatan yang masuk dalam kuadran ini dipertimbangkan kembali, karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pembeli sangat kecil.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pembeli dan dijalankan oleh perusahaan dengan baik yang dianggap berlebihan. Faktor-faktor yang masuk dalam kuadran ini dapat dikurangi kinerjanya, agar perusahaan dapat menghemat biaya.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Teluk Betung Utara adalah sebuah kecamatan di pusat Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia. Kecamatan ini merupakan kecamatan terpadat kedua setelah Kecamatan Tanjung Karang Pusat. Kecamatan ini dilewati jalan protokol ibu kota, yaitu Jalan Robert Wolter Monginsidi yang merupakan jalan utama di Kota Bandar Lampung. Di jalan raya ini, terdapat Gedung Kantor Gubernur dan DPRD Provinsi Lampung yang berada di antara kompleks perkantoran pemerintah daerah. Selain itu, terdapat kantor cabang utama PT. Jasa Rahardja, Pengadilan Negeri Tanjung Karang, Pengadilan Tinggi Provinsi Lampung, beberapa kantor dinas kota maupun provinsi dan pusat pertokoan, ruko, panglong kayu, jasa fotokopi serta beberapa restoran.

Kecamatan ini juga dilintasi oleh Jalan Pangeran Emir M Noer yang merupakan jalur distribusi barang dan jalur alternatif menuju berbagai tempat wisata di wilayah barat Kota Bandar Lampung dan beberapa pantai di Kabupaten Pesawaran. Selain kompleks kantor pemerintahan daerah provinsi, kecamatan ini merupakan lokasi Kantor Wali Kota Bandar Lampung beserta Masjid Al Furqon yang merupakan masjid terbesar di Kota Bandar Lampung. Sebagai kecamatan transit antara wilayah Tanjung Karang dan Teluk Betung, di kecamatan ini juga mulai bertumbuh kawasan perhotelan dan pusat pertokoan di Jalan Robert Wolter Monginsidi maupun Jalan Pangeran Diponegoro. Maka tidak heran, bila kecamatan ini berkembang pesat seiring dengan pesatnya kegiatan perekonomian di pusat kota yang sangat dekat dan berbatasan langsung dengan kecamatan ini.

Secara administratif, batas-batas wilayah Kecamatan Teluk Betung Utara adalah (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2022):

- a. Sebelah utara : Kecamatan Tanjung Karang Pusat dan Kecamatan Enggal.
- b. Sebelah timur : Kecamatan Bumi Waras.
- c. Sebelah selatan : Kecamatan Teluk Betung Selatan.
- d. Sebelah barat : Kecamatan Teluk Betung Selatan.

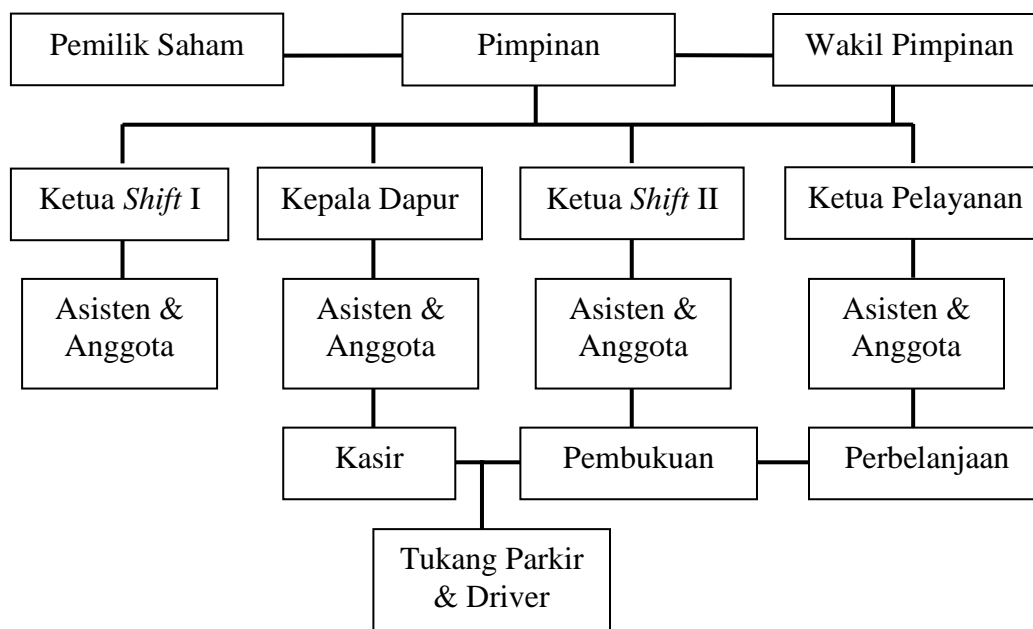
4.2 Sejarah Rumah Makan Puti Minang

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan (RM) Puti Minang Sumur Batu yang berlokasi di Jl. Diponegoro No. 106, Gulak Galik, Kecamatan Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung. Luas bangunan yang digunakan pada RM Puti Minang Sumur Batu yaitu 408,5 m², dengan luas lahan yaitu 571 m². RM Puti Minang Sumur Batu berada di pusat Kota Bandar Lampung, sehingga masih menjadi salah satu rumah makan yang berada di Kota Bandar Lampung. Lokasi RM Puti Minang Sumur Batu sangat strategis, karena berada dalam pusat kota dan pusat perkantoran. Aksesnya juga sangat mudah dijangkau, karena berada tepat di lalu lintas Kota Bandar Lampung.

Puti Minang didirikan oleh bapak Ir. H. Andi Kusnadi, M.M, M.T., sebagai pemilik tunggal pada awalnya. Akan tetapi, sekarang Puti Minang menjadi sebuah bisnis waralaba, terhitung semenjak dibukanya cabang Puti Minang Pesawaran dan Bandarjaya. Puti Minang merupakan salah satu anak cabang dari Taruko Group yang berada di Kotabumi, disusul dengan rumah makan Ragindo dan Gajeboh. Taruko Group merupakan sebuah bisnis keluarga, dimana setiap pemilik adalah anggota keluarga dari bapak Andi Kusnadi. Taruko merupakan milik dari ayah bapak Andi Kusnadi, sedangkan Gajebo dan Bagindo adalah adik kandung bapak Andi Kusnadi. Bapak Andi Kusnadi ini selain memiliki RM Puti Minang, terdapat merek rumah makan dalam satu group yaitu Nasi Kapau Uni Puti, yang berada di Jalan Antasari dengan kelas yang berbeda. Untuk RM Puti Minang kelas warteg, tetapi model bangunannya resto, sedangkan untuk Uni Puti kelas Nusantara atau premium untuk semua jenis makanan Nusantara.

RM Puti Minang tidak memiliki pusat utama, jika terdapat keperluan mengenai RM Puti Minang dapat langsung menghubungi atau bertemu dengan pemilik. RM Puti Minang Sumur Batu sudah beroperasi mulai tahun 2009, tepatnya pada bulan November dengan bangunan lama yang memanjang dari depan ke belakang. Kemudian bangunan baru berubah seperti bangunan yang sekarang yaitu dibuat melebar ke samping. RM Puti Minang hingga saat ini tersebar pada beberapa daerah di Provinsi Lampung dengan jumlah 15 RM Puti Minang. RM Puti Minang waralaba yang di luar Kota Bandar Lampung berjumlah 6 RM yaitu tersebar di Hajimena, Candimas, Bandar Jaya, Pringsewu, Metro, dan Pesawaran. RM Puti Minang di Kota Bandar Lampung berjumlah 9 RM. Puti Minang waralaba berjumlah 6 RM yang berada di Sumur Batu, Pahoman, Darussalam, Palapa, Sukamaju, dan Tanjung Senang. Puti Minang cabang berjumlah 3 RM yang berada di Pengajaran (cabang Pahoman), Bumi Waras (cabang Sukamaju), dan Labuhan Ratu (cabang Darussalam).

4.3 Struktur Organisasi Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu



Gambar 3. Struktur organisasi Puti Minang Sumur Batu

Keterangan :

Ketua shift I : ketika pergantian shift siang

Ketua shift II : ketika pergantian shift malam

4.4 Karyawan Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu

Karyawan pada RM Puti Minang Sumur Batu terdiri dari 22 orang, yang terdiri dari 18 karyawan laki-laki dan 4 karyawan perempuan. Rentang usia karyawan RM Puti Minang Sumur Batu yaitu dari usia 18-50 tahun, dengan persentase pendidikan paling tinggi yaitu SMA/SMK sebanyak 20 orang, D3 dan S1 masing masing berjumlah 1 orang. Pendapatan karyawan tergantung banyaknya penjualan. Sebagian besar karyawan RM Puti Minang Sumur Batu berasal dari Kota Bandar Lampung, sebanyak 16 orang terdapat pula dari daerah Pringsewu sebanyak 2 orang dan Pesawaran sebanyak 4 orang. Terbagi menjadi beberapa divisi atau bagian, *joodiscription* pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu adalah sebagai berikut :

Nama : Ir. H. Andi Kusnadi, M.M., M.T.

Job description : Pemilik saham terbesar, sebagai dewan pengawasan dan evaluasi seluruh Rumah Makan Puti Minang serta menjadi atasan para pimpinan RM Puti Minang setiap cabang yang bertugas merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, mengkoordinasikan dan mengendalikan tugas-tugas di bidang pengendalian dan evaluasi sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

Nama : M. Nedi Septora

Job description : Pimpinan cabang Puti Minang Sumur Batu sekaligus kepala dapur, bertugas mengawasi kerja karyawan, memberikan instruksi, dan memberikan arahan terhadap seluruh karyawan Puti Minang Sumur Batu.

- Nama : Rizkyani
Job description : Wakil pimpinan merangkap pembukuan, bertugas melakukan pencatatan keuangan mulai dari omzet masuk sampai uang perbelanjaan dan menggantikan pimpinan ketika pimpinan berada di luar tempat kerja.
- Nama : Asrul
Job description : Bagian keuangan, bertugas membantu kerja wakil pimpinan dan menyiapkan semua kebutuhan administrasi.
- Nama : Nedy Ciyek
Job description : Perbelanjaan. bertugas melakukan pembelian kebutuhan Rumah Makan Puti Minang.
- Nama : Dody Junaidi
Job description : Ketua shift 1, bertugas melayani konsumen dibagian etalase makanan dan mengarahkan anggota shift 1
- Nama : Andi Tohari
Job description : Ketua shift II, bertugas melayani konsumen dibagian etalase makanan dan mengarahkan anggota shift II
- Nama : Pujiono
Job description : Ketua tengah, bertugas melayani konsumen di bagian tengah.
- Nama : Yosef
Job description : Asisten dapur, bertugas memasak semua makanan yang akan akan dijual dibantu dengan anggota asiten dapur.
- Nama : Dody
Job description : Kasir, bertugas sebagai kasir poros I atau kasir utama.

Semua ketua bagian mengkoordinir anggotanya masing-masing untuk melakukan tugas dan kewajibannya pada RM Puti Minang Sumur Batu sesuai dengan *Job description*.

4.5 Visi dan Misi Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu

a. Visi

Pada Tahun 2023, menjadi jaringan rumah makan terbesar di Indonesia, yang menyajikan makanan padang berkualitas dengan layanan yang cepat dan bersahabat dalam rangka memenuhi selera dan kepuasan pelanggan.

b. Misi

1. Membangun organisasi dan sistem manajemen yang bertaraf dunia serta sumber daya manusia yang berdedikasi dan profesional.
2. Mengembangkan usaha ke seluruh pelosok Indonesia termasuk ke pasar internasional.
3. Memberikan kepuasan terhadap pelanggan, pemilik, pemegang saham, karyawan/pegawai.
4. Menjadi perusahaan publik berbasis syariah.
5. Mengembangkan inovasi demi kelangsungan dan ketahanan perusahaan.
6. Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan dengan mitra usaha dan para pemasok.
7. Menyelenggarakan program-program dakwah dalam bentuk majelis, baik untuk karyawan maupun masyarakat sekitar.

4.6 Kepemimpinan Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu

Gaya kepemimpinan merupakan suatu pola yang disukai pemimpin dalam proses mengarahkan dan mempengaruhi pekerja atau karyawan. Setiap pemimpin mempunyai gaya kepemimpinannya sendiri. Pemimpin dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik, apabila pemimpin tersebut dapat menyesuaikan dengan situasi kerja yang dihadapinya. Dalam pengelolaan dan pekerjaan pada Rumah Makan Puti Minang telah tersusun dan tidak terlepas dari hubungan antara

pimpinan dan para karyawannya. Dalam sebuah perencanaan, untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan, pimpinan menyatukan visi misi untuk bergerak bersama dalam bekerja untuk mencapai satu titik yang akan dituju. Suatu struktur organisasi yang tersusun bagus atau wewenang yang diberikan pimpinan kepada para pegawainya sesuai dengan *job descriptionnya* masing-masing.

Setelah wewenang diberikan kepada para pegawai, maka pimpinan mengajak para pegawai untuk bergerak bekerja dengan baik serta penuh dengan tanggung jawab dalam bekerja. Pada Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu ini, dewan pengawas yang selalu mengawasi dalam pelaksanaan pekerjaan adalah pimpinan dan pemilik Puti Minang itu sendiri. Dengan adanya pengawasan, jika adanya suatu masalah dalam pelaksanaan pekerjaan, maka dapat langsung diketahui dan diselesaikan dengan baik. Selain itu, pimpinan Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu yang selalu menjadikan orang-orang yang dipimpinya sebagai *partner* atau relasi. Hal ini dapat dilihat dari adanya komunikasi yang baik. Pimpinan tidak selalu melibatkan para karyawannya tentang kebijakan serta pengambilan keputusan yang berkaitan dengan Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu.

Pimpinan tidak pernah mengkonsultasikan dan memusyawarahkan dengan para pegawainya, pimpinan hanya akan memberikan informasi bahwa akan diadakan sebuah agenda. Pimpinan akan memberikan instruksi kepada karyawan untuk mengikuti agenda atau program tersebut. Begitu pula dengan adanya rapat-rapat penting, pimpinan tidak selalu melibatkan para karyawan. Rapat akan dilakukan oleh pemilik saham dan pimpinan saja. Akan tetapi, pimpinan membolehkan para bawahannya untuk memberikan ide-ide pemikiran mereka atau gagasan-gagasan dan saran serta tanggapan-tanggapan mereka. Namun, semua gagasan tersebut kembali akan disampaikan kepada pemilik saham terbesar yaitu bapak Andi Kusnadi yang memegang kendali penuh atas seluruh peraturan yang berlaku dalam RM Puti Minang. Hal ini bertujuan agar visi misi dapat tercapai sesuai yang diharapkan tanpa memandang kepentingan yang dirasa tidak perlu. Oleh

karena itu, pemilik saham dan pimpinan memberikan instruksi tanpa bermusyawarah dengan karyawan.

Hal pertama yang harus diketahui oleh para karyawan ketika telah bergabung dan bekerja di RM Puti Minang adalah setiap karyawan bersedia dipindahkan di Rumah Makan Puti Minang cabang mana saja dan karyawan wajib melakukan semua perintah pimpinan tersebut tanpa terkecuali. Jika ada ketidaktaatan karyawan dalam melakukan pekerjaannya maupun dalam mengikuti program yang telah dibuat oleh pimpinan dan pemilik saham terbesar, maka karyawan tersebut akan menerima sanksi berupa SP I (surat peringatan), pemotongan gaji, atau pemecatan. Selain sanksi-sanksi tersebut, ada pula peraturan yang memberatkan karyawan terutama karyawan yang memiliki saham di RM Puti Minang. Apabila karyawan tersebut mengundurkan diri dari RM Puti Minang, maka saham atau modal yang dimilikinya dalam RM Puti Minang tersebut akan dianggap hangus. Seperti halnya ketika melaksanakan program majelis ta'lim ataupun kegiatan Jaulah, setiap karyawan yang ditunjuk harus mengikuti kegiatan tersebut dan akan dikenakan sanksi bila menolak. Pimpinan beranggapan bahwa RM Puti Minang tidak hanya sebuah ikatan pekerjaan, tetapi juga sebuah ikatan kekeluargaan, dimana setiap anggotanya dapat mengingatkan untuk taat beribadah.

Pimpinan Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu dalam pembagian tugas atau wewenang memberikan kedudukan terhadap pegawai sesuai dengan kemampuan (*job descriptionnya*) masing-masing dan ini merupakan sebuah tanggung jawab yang besar untuk pegawai. Agar tujuan Rumah Makan Puti Minang yang sudah ditentukan dapat tercapai, maka pimpinan ini memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada para pegawai dalam melakukan suatu pekerjaan yang sudah diberikan berdasarkan *job description* mereka masing-masing. Kebijakan ini dilakukan, agar nantinya para karyawan tidak merasa terbebani terhadap pekerjaan yang mereka emban, karena tugas yang diberikan di luar kemampuan mereka. Dengan kebijakan ini, sehingga mampu bersaing dengan rumah makan lainnya, bahkan saat ini RM Puti Minang berkembang dengan pesat, karena di setiap bulan ada peningkatan dari omset penjualan.

Meskipun demikian, karyawan sangat menghormati pimpinan, sikap ini juga dapat dilihat dari adanya tanggung jawab terhadap tugas, mampu bekerja dengan baik tanpa harus diawasi, serta mampu memberikan saran dan nasihat kepada sesama karyawan. Sikap pimpinan yang selalu memberikan instruksi, berdampak pada sikap disiplin kerja, serta kemauan untuk meningkatkan interval mato, yang selalu memacu diri mereka masing-masing untuk lebih baik dalam menjalankan tugas. Karyawan yang mempunyai prestasi yang baik, maka pimpinan akan memberikan sebuah penghargaan khusus kepada pegawai tersebut untuk menambah semangat para pegawai lainnya agar dapat bekerja dengan semaksimal mungkin. Sebuah penghargaan tersebut berupa naiknya jabatan dan ditambahkan kompensasi. Hal ini akan mengacu semangat para karyawan dalam bekerja dengan penuh tanggung jawab demi tercapainya suatu tujuan tertentu. Pimpinan selalu memberikan yang terbaik untuk para karyawannya, pimpinan selalu memberi dukungan kepada para karyawannya dan tidak adanya saling beda membedakan dengan yang lainnya. Pimpinan pun harus mampu dalam memberikan yang terbaik untuk para pegawainya dan menjadi tauladan bagi para pegawainya.

Pimpinan RM Puti Minang Sumur Batu dikenal orang yang selalu teguh akan pendiriannya. Begitu pula saat adanya suatu masalah terhadap karyawan atau ada kesalahan karyawan dalam pekerjaannya, maka pimpinan akan memberikan sebuah peringatan atau teguran kepada para karyawan tersebut secara baik-baik. Jika pegawai tetap melakukannya, maka pimpinan akan memberikan sanksi berupa pemotongan gaji dan penurunan jabatan. Jika karyawan tersebut masih tetap melakukannya, maka karyawan tersebut dikeluarkan. Jika ingin menjadi seorang karyawan di RM Puti Minang tersebut, maka karyawan harus mau untuk dikoreksi, diperintah dan diarahkan. Dalam hal lainnya, jika di RM Puti Minang tersebut mempunyai suatu masalah, maka pimpinan menyelesaikannya dengan baik, serta dapat memberikan solusi-solusi yang baik. Dalam hal ini pun pimpinan melibatkan pemilik saham dalam menyelesaikannya. Pemegang kekuasaan dan yang berhak memberikan keputusan adalah mutlak pemilik saham sekaligus pimpinan RM Puti Minang Sumur Batu, untuk di jadikan satu titik dalam penyelesaian permasalahan yang ada dalam lembaga tersebut.

4.7 Profil Usaha Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu

Sistem usaha yang dijalankan pada RM Puti Minang merupakan sistem bagi hasil yang telah ditetapkan oleh pemiliknya yaitu Bapak Ir. Hi. Andi Kusnadi, MM., MT. Pembagian hasilnya yaitu 40% pemilik dan 60% karyawan dari laba bersih, sebelum pembagian hasil dilakukan penyusutan untuk zakat sebesar 2,5%, jika ada investor sistem bagi hasilnya yaitu dengan menggunakan bagian 40% milik pemilik. Kemudian setelah dipotong untuk zakat, manajer membagi hasil untuk karyawan dari 60% tersebut yang akan dibagi dengan jumlah mato (*grade*) karyawan, hasil tersebut disebut gaji pokok dan kemudian gaji pokok tersebut dikali dengan jumlah mato (*grade*) masing-masing karyawan. Untuk membahas manajemen dilakukan rapat setiap bulan saat tutup buku, dan untuk semua rumah makan memiliki manajemen yang berbeda dan pelaksanaan manajemennya pun berbeda sesuai yang ditetapkan oleh manajer masing-masing. Namun, dalam melaksanakan hal perhitungan omset, berbelanja, harga semua menu, pembukuan, pemecatan karyawan, pergantian karyawan sampai gaji karyawan pada semua rumah makan ditetapkan oleh pemilik.

Manajer di setiap rumah makan melakukan manajemen sendiri dengan cara mengatur omset dengan sebaik mungkin untuk semua kebutuhan pada rumah makan. Setiap hari nya, masing-masing rumah makan mendapatkan omset dari pemilik sebesar Rp20.000.000. Manajemen yang dilakukan oleh manajer yaitu berupa pengatur angka mato karyawan, tabungan untuk keperluan rumah makan, ide menu baru, dan untuk harga menu baru ditetapkan oleh manajer. Kemudian, dalam setiap rumah makan yang waralaba memiliki *chef* masing-masing, untuk rumah makan yang cabang hanya satu dapur, yaitu makanannya diambil dari rumah makan pusat.



Gambar 4. Peta lokasi Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu

RM Puti Minang Sumur Batu menawarkan beragam jenis menu yang tidak jauh berbeda dengan RM Puti Minang di tempat lainnya, namun RM Puti Minang Sumur Batu memiliki satu menu yang berbeda yaitu ikan kuah santan. Menu utama RM Puti Minang Sumur Batu tentu yaitu ayam goreng pana. Selain ayam goreng panas RM Puti Minang Sumur Batu juga menawarkan menu makanan lainnya seperti ayam sayur, ayam bakar, opor, rendang, ampela sayur, sambel kentang hati, dendeng paru, tunjang, kikil, otak, hati sapi, limpa, babat, usus, ikan asam padeh, ikan lele goreng, ikan mas goreng, ikan tongkol, ikan lele bakar, ikan mas bakar, telur dadar, perkedel, telur bulat, cincang, sop buntut, sop daging, sop ayam, sop telur puyuh, dendeng daging, udang sambal, cumi, belut, garang asam, gulai kepala simba, dan gulai ikan gurame. RM Puti Minang Sumur Batu juga menawarkan beragam jenis menu minuman, yang paling banyak dipesan oleh pembeli yaitu jus alpukat. Selain jus alpukat juga terdapat jenis minuman lainnya yang tersedia seperti jus naga, es campur, es soda susu, es jeruk, es susu, es teh manis, es teh susu, kopi, kopi susu, teh manis, jeruk hangat, susu hangat, freshtea, teh botol, sprite, coca-cola, fanta, es jeruk dungan, es buah, es pelangi, es hujan rintik-rintik, jus pinang, teh telur pinang, dan teh telur.

Bahan baku untuk penjualan seluruh RM Puti Minang berasal dari gudang Puti Minang yang telah ditetapkan oleh pemilik, yang berada di Jl. Mayor Sukardi Hamdani, Labuhan Ratu, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung, tidak hanya yang di Bandar Lampung saja yang berbelanja di gudang tersebut, namun yang di luar Bandar Lampung pun harus berbelanja di gudang Puti Minang. RM Puti Minang Sumur Batu memiliki fasilitas yang tergolong cukup lengkap dan tidak jauh berbeda dengan RM Puti Minang lainnya, seperti fasilitas meja dan kursi, pendingin ruangan, lampu penerangan, wastafel, toilet, mushola, area parkir, wifi hingga tv untuk ketersediaan musik. Untuk fasilitas meja dan kursi yang ada pada RM Puti Minang Sumur Batu tersedia cukup banyak, yaitu sejumlah 20 meja dengan ukuran lebar dan panjang dan 40 kursi dengan ukuran panjang. Pihak RM Puti Minang Sumur Batu juga menyediakan kursi khusus untuk balita, sehingga memudahkan bagi pembeli yang membawa balita. Kondisi meja dan kursi yang disediakan cukup nyaman dan rapi, dimana pada setiap meja terbentuk dari 2 meja panjang dijadikan satu, sehingga menjadi lebar dan terdapat 2 kursi dengan ukuran panjang yang cukup untuk 4 sampai 5 orang, dan terdapat pula beberapa meja terbentuk dari 4 meja panjang dijadikan satu, dan terdapat 4 kursi dengan ukuran panjang yang cukup untuk 6-10 orang, meja dan kursi terbagi ke dalam area *indoor* dan *outdoor*.

Pendingin ruangan pada RM Puti Minang Sumur Batu menggunakan alat pendingin sejenis kipas pada atap ruangan, yang terdiri dari 4 kipas yang tersebar di beberapa titik ruangan. Selanjutnya untuk fasilitas wastafel, RM Puti Minang Sumur Batu memiliki 3 tempat wastafel. Selanjutnya fasilitas lampu penerangan pada RM Puti Minang Sumur Batu tersedia cukup banyak pada setiap sudut ruangan, sehingga keadaan ruangan dirasa nyaman karena memiliki penerangan yang cukup. Kemudian fasilitas *wifi* pada RM Puti Minang sudah tersedia, akan tetapi tidak begitu banyak pembeli yang menggunakan fasilitas *wifi*, karena tidak mengetahui password dari *wifi* tersebut. Selain itu, kecepatan dari *wifi* juga tergolong standar, dikarenakan hanya karyawan RM Puti Minang yang menggunakan *wifi*. Selanjutnya untuk fasilitas musik yang ada pada RM Puti Minang merupakan pemutaran beberapa lagu-lagu yang diputar dan disiarkan kepada pembeli dengan menggunakan televisi. Fasilitas selanjutnya yaitu toilet,

mushola, dan area parkir. Untuk fasilitas toilet dan mushola berada di dalam rumah makan, yang letaknya dapat terlihat dari sudut mana pun, dan dekat dengan meja dan kursi. Kondisi kebersihan dari toilet dan mushola sendiri tergolong cukup baik, dan kelengkapan mukena dan sajadah yang ada pada mushola sudah cukup baik.

RM Puti Minang Sumur Batu selain melakukan pembelian secara langsung di *outlet*, RM Puti Minang Sumur Batu juga menyediakan variasi pemasaran dengan menggunakan Gojek, Grab, dan juga pesanan melalui *Shopee*. Untuk variasi pembayaran dapat dilakukan secara tunai secara langsung, maupun COD, dan juga virtual dengan menggunakan aplikasi *Qris*. Jam operasional RM Puti Minang Sumur Batu yaitu buka selama 24 jam, yang terbagi menjadi 2 *shift*, untuk *shift* pertama dimulai pada pukul 08.00-20.00 WIB, kemudian untuk *shift* kedua dimulai pada pukul 20.00-08.00 WIB. Walaupun buka selama 24 jam makanannya selalu yang baru, dikarenakan *chef* utama dan *chef* pendamping nya berada di rumah makan dari pukul 05.00 WIB, untuk *chef* pendamping sampai pukul 13.00 WIB, kemudian untuk *chef* utama sampai pukul 17.00 WIB, dan dilanjutkan dengan *chef* pendamping sampai pukul 22.00 WIB.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

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

1. Terdapat perbedaan penilaian yang signifikan antara pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap tingkat kepentingan yaitu kelengkapan peralatan makan dan mushola.
2. Terdapat perbedaan penilaian yang signifikan antara pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap tingkat kinerja yaitu cita rasa, keramahan pramusaji, penampilan pramusaji, dan kenyamanan.
3. Berdasarkan hasil analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut lokasi, kenyamanan, higienitas, dan wastafel terletak pada kuadran yang berbeda antara pembeli makan siang dan pembeli makan malam.
4. Atribut Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu berdasarkan pembeli makan siang dan pembeli makan malam yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu atribut higienitas, kenyamanan, dan wastafel. Atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya yaitu atribut harga, cita rasa, porsi, keberagaman menu, dan lokasi.

6.2 Saran

Saran-saran berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Rumah Makan Puti Minang Sumur Batu disarankan tetap mempertahankan kinerja atribut-atribut harga, cita rasa, porsi, keberagaman menu, dan lokasi, serta disarankan untuk meningkatkan kinerja atribut wastafel, higienitas, dan kenyamanan.
2. Peneliti lain dapat melakukan penelitian yang sejenis pada rumah makan lain dengan membedakan jenis pembelinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Amanda, Tasya., dan Nurmalina, R. 2018. Analisis Tingkat Kepuasan Pembeli Restoran Waroeng Hotplate Odon Cibanteng, Bogor, Jawa Barat. *Forum Agribisnis*, 8(1):81–96.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/fagb/article/view/22203>. Diakses pada 18 Oktober 2022.
- Anriany, Dini., dan Drajat Martianto. 2013. Estimasi Sisa Nasi Pembeli di Beberapa Jenis Rumah Makan di Kota Bogor. *Jurnal Gizi dan Pangan*. 8(1):33-38.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jgizipangan/article/view/7250>. Diakses pada 22 Oktober 2022.
- 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*, 1(2):118–125.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/238>. Diakses pada 19 Oktober 2022.
- Atikah, N. S., dan Setiawan, B. 2014. Analisis Kinerja Penyelenggaraan Makanan Dan Tingkat Kepuasan Pembeli Restoran Khas Padang Di Bogor. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 9(1):59–64.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jgizipangan/article/view/8264>. Diakses pada 20 Oktober 2022.
- Azaria, R., Widjaya,S., dan Riantini, M. 2020. Sikap dan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan "XXX" Lamongan di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 8(4):712–717.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4718>. Diakses pada 20 Oktober 2022.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2022. *Statistik Daerah Provinsi Lampung 2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.

- Bangun, Y. F. B., Indriani, Y., dan Soelaiman, A. 2017. Sikap dan kepuasan pembeli Rumah Makan Ayam Penyet Hang Dihi Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(1):101–108. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1680>. Diakses pada 19 Oktober 2022.
- Bartono dan Novianto. 2005. *How To Win Costumers In Competitive Market*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Budianto, Duwi. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Pekanbaru.
- Cania, E., dan Setyaningrum, E. 2013. Uji Efektivitas *Larvasida* Ekstrak Daun *Legundi* (*Vitex Trifolia*) Terhadap *Larva Aedes Aegypti*. *Medical Journal of Lampung University*, 2(4):52-60. <https://juke.kedokteran.unila.ac.id/index.php/majority/article/view/62>. Diakses pada 25 Maret 2023.
- Elisa, Hudoyo, A., dan Soelaiman, A. 2017. Identifikasi Atribut Kepuasan Pembeli dan Pelayanan Restoran Steak di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(1):109–115. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1682>. Diakses pada 19 Oktober 2022.
- Farreza, Ocky. 2015. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk dan Pelayanan Rumah Makan Pecel Lele Lela Bogor. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/75968>. Diakses pada 23 Oktober 2022.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Pembeli (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish. Surabaya.
- Ghozali, H. I. 2016. *Aplikasi Analisis Kualitas Multivariat Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Surabaya.
- Gunawan, A. F., dan Priatna, W. B. 2017. Tingkat Kepuasan Pembeli Terhadap Restoran Happy Cow Steak Bogor Jawa Barat. *Forum Agribisnis*, 5(2):139–158. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/fagb/article/view/17220>. Diakses pada 20 Oktober 2022.

- Hakim, dan Shaheila. 2022. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Teh Pucuk Harum Siap Minum di Universitas Lampung. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*. 1(1):53-60.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5628>. Diakses pada 18 Oktober 2022.
- Iswari, I.A.I.M., Wiranatha, A.A.P.A.S., dan Satriawan, I. K. 2015. Analisis Kepuasan Pembeli Terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 3(3):51–60.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jtip/article/view/16925>. Diakses pada 18 Oktober 2022.
- Juan C., Samuel J., dan Abdul M. B., 2022. Analisis *kruskal-wallis* untuk Mengetahui Konsentrasi Belajar Mahasiswa Berdasarkan Bidang Minat Program Studi Statistika FMIPA UNPATTI. *Jurnal Matematika, Statistika dan Terapannya*, 1(1):39-44.
<https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/parameter/article/view/2812>. Diakses pada 19 Oktober 2022.
- Kadir, A. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. IPB Press. Bogor.
- Kotler, A. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Prentice Hall. Jakarta.
- Kotler, P. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Laksana, F. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Erlangga. 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*, 2(3):347–353.
<https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/580>. Diakses pada 19 Oktober 2022.
- Meiliani, M., Indriani, Y., dan Abidin, Z. 2019. Identifikasi Atribut Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Pembeli Rumah Makan Bakso di Lingkungan Universitas Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(2). 172-178.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3378>. Diakses pada 18 Oktober 2022.

- Meisanto, Reza., Adawiyah., dan Kasymir. 2021. Sikap dan Kepuasan Pembeli dalam Pembelian Bolen Pisang CV Mayang Sari di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 9(4):693-700. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5480>. Diakses pada 20 Oktober 2022.
- Mowen J C, M. 2002. *Perilaku Pembeli*. Erlangga. Jakarta.
- Mukono. 2004. *Higieni Sanitasi Hotel dan Restoran*. Unesa University Press.
- Prasetyowati, A., Hudoyo, A., dan Rangga, K. K. 2016. Identifikasi Atribut Kepuasan Pembeli dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 4(4):384–390. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1520>. Diakses pada 19 Oktober 2022.
- Rahmasanti, Destia., Indriani, Y., dan Abidin, Z. 2021. Tingkat Kepuasan Pembeli Terhadap Pembelian Makanan Produk Ayam Bakar ABMJ Melalui *E-Commerce* Gojek di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 9(3):500–507. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5345>. Diakses pada 18 Oktober 2022.
- Rangkuti, F. 2003. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rohasti, Erni., Sayekti, W. D., dan Ismono, R. H. 2017. Penggunaan Daging Sapi Pada Rumah Makan Padang di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(3):312-319. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1644>. Diakses pada 19 Oktober 2022.
- Saidi, W. 2007. *Kiat Sukses Mengelola dan Mengembangkan Bisnis Restoran*. MH Publishing. Jakarta.
- Setiadi, N. 2003. *Perilaku Pembeli: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media. Bandung.
- Simamora, B. 2001. *Remarketing For Business Recover Sebuah Pendekatan Riset*. Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supranto. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pembeli*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.

- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. PT. Asdi Mahasatya. Jakarta.
- Tafuli, V. C. R., Hartono, B., dan Nugroho, B. A. 2017. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut-atribut Daging Sapi Bali yang Beredar di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Sains Peternakan*, 12(1):19-25.
<https://jurnal.uns.ac.id/index.php/sains-peternakan/article/view/4830>.
Diakses pada 22 Oktober 2022.
- Tupamahu, Yonette., dan Hamka. 2017. Analisis Kepuasan Pembeli Roti (Studi Kasus Pada Golden Bakery di Ternate. *Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan*. 10(1):51-59.
<https://ejournal.stipwunaraha.ac.id/index.php/jiap/article/view/168>. Diakses pada 22 Oktober 2022.
- Tjiptono, F. 2004. *Pemasaran Jasa*. Banyu Media. Jakarta.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Triani, T. L., Hudoyo, A., dan Suryani, A. 2016. Identifikasi Atribut Kepuasan dan Pelayanan Rumah Makan: Studi Kasus Pada Dua Rumah Makan Olahan Bebek di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 4(4).
- Widodo, P. 2012. Hubungan Antara *Service Quality* dengan Kepuasan Pembeli di Restoran Padang di Kota Malang. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*. 3(2):56-70.
<https://portalgaruda.fti.unissula.ac.id/index.php/japw/article/view/19702>.
Diakses pada 21 Oktober 2022.
- Wulansari, A., Setiawan, B., dan Sinaga, T. 2014. Penyelenggaraan Makanan dan Tingkat Kepuasan Pembeli di Kantin Zea Mays Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 8(2):151-158.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jgizipangan/article/view/7693>. Diakses pada 21 Oktober 2022.