

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT
PELAYANAN RUMAH MAKAN PADANG UDA SAYANG
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Agung Adi Romanza
1914131077



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE LEVEL OF IMPORTANCE AND PERFORMANCE OF SERVICE ATTRIBUTES AT PADANG UDA SAYANG RESTAURANT IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

Agung Adi Romanza

This study aims to analyze the level of importance and performance of attributes at Uda Sayang Padang Restaurant in Bandar Lampung City, focusing on product attributes, facilities, and services. The research method used was a survey with probability sampling technique, involving 60 respondents consisting of lunch and dinner buyers. The research was conducted at Uda Sayang Padang Restaurant located on Jl. Suprapto, Pelita Village, Tanjung Karang Pusat District, Bandar Lampung City, during November 2023. Data were analyzed using the Importance Performance Analysis (IPA) method to identify attributes that need to be improved, maintained, or redundant. The results showed that attributes such as guaranteed parking, toilets, and prayer rooms need to be improved, while price, taste, and menu diversity need to be maintained. Attributes such as calculation accuracy and comfort are considered excessive.

Keywords: attributes, importance, IPA, performance, restaurant

ABSTRAK

ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT PELAYANAN RUMAH MAKAN PADANG UDA SAYANG DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Agung Adi Romanza

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut pada Rumah Makan Padang Uda Sayang di Kota Bandar Lampung, dengan fokus pada atribut produk, fasilitas, dan pelayanan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik pengambilan sampel secara *probability sampling*, melibatkan 60 responden yang terdiri dari pembeli makan siang dan makan malam. Penelitian dilakukan di Rumah Makan Padang Uda Sayang yang berlokasi di Jl. Suprapto, Kelurahan Pelita, Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, selama bulan November 2023. Data dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi atribut yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, atau berlebihan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut seperti keterjaminan parkir, toilet, dan mushola perlu ditingkatkan kinerjanya, sementara atribut harga, cita rasa, dan keragaman menu perlu dipertahankan. Atribut seperti ketelitian perhitungan dan kenyamanan dinilai berlebihan.

Kata kunci: atribut, IPA, kinerja, kepentingan, rumah makan

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT
PELAYANAN RUMAH MAKAN PADANG UDA SAYANG
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh
AGUNG ADI ROMANZA

Skripsi

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

Pada
Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

**: ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA
ATRIBUT PELAYANAN RUMAH MAKAN PADANG
UDA SAYANG DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: Agung Adi Romanza

NPM

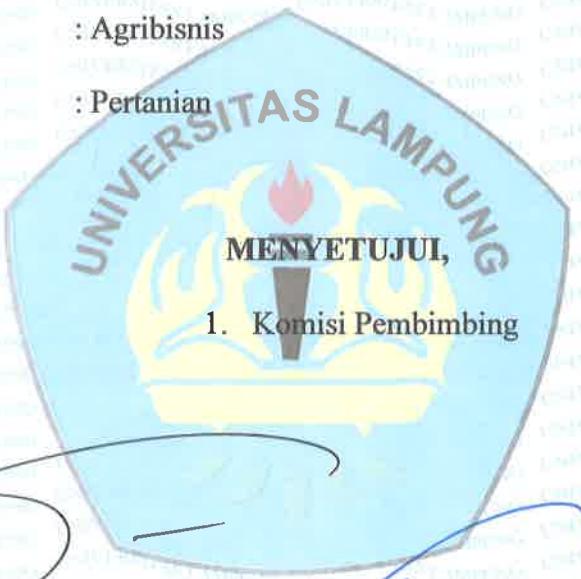
: 1914131077

Jurusan

: Agribisnis

Fakultas

: Pertanian



Prof. Dr. Ir. M. Irfan Affandi, M.Si.
NIP 196407241989021002

Dr. Novi Rosanti, S.P., M.Si.
NIP 198111182008122003

2. Ketua Jurusan Agribisnis

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Prof. Dr. Ir. M. Irfan Affandi, M.Si.



Sekretaris

: Dr. Novi Rosanti, S.P., M.Si.



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

2. Dekan Fakultas Pertanian



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Agung Adi Romanza
NPM : 1914131077
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Lingkungan 3, Perumahan Abdi Negara, Sukabumi, Bandar Lampung

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

Bandar Lampung, 10 Juli 2025

Penulis,



Agung Adi Romanza

1914131077

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 18 September 2000, dari pasangan Ayah Agus Sopian dan Ibu Anita. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara. Penulis telah menyelesaikan studi pada tingkat Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 2 Sukabumi, Bandar Lampung pada tahun 2013, tingkat pertama (SMP) di SMP Negeri 5 Bandar Lampung pada tahun 2016, dan tingkat atas (SMA) di SMA Negeri 5 Bandar Lampung pada tahun 2019.

Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama masa perkuliahan, penulis pernah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Perumnas Way Kandis, Kecamatan Tanjung Senang, Bandar Lampung selama 40 hari. Penulis juga pernah melaksanakan kegiatan Praktik Umum di PP GAPERA di Desa Rejo Asri, Kecamatan Seputih Raman, Lampung Tengah selama 30 hari kerja efektif. Penulis juga aktif menjadi anggota bidang 3 Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) tahun 2019-2022. Selain organisasi internal, penulis juga aktif dalam organisasi eksternal yaitu sebagai ketua karang taruna di Lingkungan 3 Perumahan Abdi Negara pada tahun 2023-2024.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kepada Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut pada Rumah Makan Padang Uda Sayang di Kota Bandar Lampung". Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari arahan, bantuan, dukungan, nasihat, saran-saran, bimbingan, dan semangat dari pihak lain, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung;
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung;
3. Prof. Dr. Ir. M. Irfan Affandi, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Pertama sekaligus Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis dengan sabar, banyak memberi nasihat, saran, arahan, motivasi, serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi;
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Kedua yang telah membimbing penulis dengan sabar, banyak memberi nasihat, saran, arahan, motivasi, serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi;
5. Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc., sebagai Dosen Pembimbing Pertama sebelum digantikan, terima kasih telah membimbing penulis dengan sabar, banyak

memberi nasihat, saran, arahan, motivasi, serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi;

6. Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc., selaku Dosen Pembahas/Penguji Skripsi yang telah banyak memberikan arahan, saran, masukan, dan nasihat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi;
7. Teristimewa ucapan terimakasih penulis berikan kepada dua manusia yang banyak berjasa dalam hidup penulis yaitu kedua orang tua penulis yang penulis cintai, Ayah Agus Sopian dan Ibu Anita yang banyak memberikan kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi, nasihat, saran, dan do'a yang tak pernah putus demi kelancaran dan kesuksesan penulis;
8. Adik tercinta, Ridho Andika Reza, Raffi Fahriza, dan Keisya Ratu P. yang telah memberikan banyak motivasi kepada penulis untuk terus menjadi pribadi yang lebih baik;
9. Seluruh Dosen dan karyawan di Jurusan Agribisnis (Mbak Iin, Mbak Lucky, Mas Iwan, dan Mas Bukhori) atas semua ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung;
10. Teman-teman Jurusan Agribisnis angkatan 2019, khususnya kelas A yang telah memberikan bantuan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi;
11. Teman serta sahabat tercinta, Adit, Abdur, Andrika, Rio, Bagas, Dito, Farel, Tengku, Tifel, Onya, Awa, Diana yang banyak memberikan semangat dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini;
12. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini

dan semoga Allah swt. membala semua kebaikan yang telah diberikan melalui masukan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Bandar Lampung, 10 Juli 2025
Penulis,

Agung Adi Romanza

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Agribisnis	8
2.1.2 Sistem Agribisnis	11
2.1.3 Rumah Makan	12
2.1.4 Perilaku Konsumen	13
2.1.5 Kepuasan Konsumen	14
2.1.6 Atribut Pembelian	15
2.1.7 Importance Performance Analysis (IPA)	18
2.1.8 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Pemikiran	23
III. METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Konsep Dasar dan Definisi Operasional	28
3.3 Lokasi Penelitian, Responden, Teknik Sampling, dan Waktu Penelitian	31
3.4 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1 Uji Validitas	34
3.4.2 Uji Reliabilitas	35
3.5 Metode Analisis Data	36
3.5.1 Uji <i>Mann Whitney</i>	38
3.5.2 Importance and Performance Analysis (IPA)	39
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	42

4.1	Keadaan Umum Kota Bandar Lampung	42
4.1.1	Letak Geografis	42
4.1.2	Kondisi Iklim	43
4.1.3	Kondisi Demografis	44
4.2	Keadaan Umum Rumah Makan Padang Uda Sayang	46
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
5.1	Karakteristik Responden	49
5.1.1	Usia dan Jenis Kelamin Responden	49
5.1.2	Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan	50
5.1.3	Suku dan Pengeluaran Pembelian	51
5.1.4	Posisi Awal	53
5.1.5	Jarak Tempuh dan Alat Transportasi	54
5.1.6	Waktu Tempuh	55
5.1.7	Jumlah Kunjungan	55
5.2	Perbedaan Penilaian Atribut Kepentingan	56
5.3	Perbedaan Penilaian Atribut Kinerja	60
5.4	<i>Important Performance Analysis (IPA)</i>	63
5.4.1	Prioritas utama (Kuadran I)	65
5.4.2	Pertahankan Prestasi (Kuadran II)	68
5.4.3	Prioritas Rendah (Kuadran III)	71
5.4.4	Berlebihan (Kuadran IV)	75
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1	Kesimpulan	77
6.2	Saran	77
	DAFTAR PUSTAKA	79
	LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1....Pembagian waktu dan jam wawancara responden	32
2....Hasil uji validitas atribut kepentingan dan kinerja	35
3....Hasil uji reliabilitas	36
4....Nilai bobot tingkat kepentingan dan kinerja	37
5....Kelompok atribut atribut penelitian	37
6....Jumlah penduduk dan laju pertumbuhan penduduk menurut kecamatan di Kota Bandar Lampung Tahun 2023	45
7....Sebaran responden berdasarkan usia dan jenis kelamin	50
8....Sebaran responden berdasarkan pekerjaan dan pendidikan terakhir	51
9....Sebaran responden berdasarkan suku dan pengeluaran pembelian	52
10..Menu dan harga makanan Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	52
11..Sebaran responden berdasarkan posisi awal	53
12..Sebaran responden berdasarkan jarak tempuh dan alat transportasi	54
13..Sebaran responden berdasarkan waktu tempuh	55
14..Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan	56
15..Sebaran penilaian atribut kepentingan	57
16..Skala interval tingkat kepentingan dan kinerja	58
17..Sebaran penilaian atribut kinerja	61
18..Skala interval tingkat kepentingan dan kinerja	61
19..Hasil IPA siang dan IPA malam	65
20..Atribut yang berada di kuadran I	66
21..Atribut-atribut yang berada di kuadran II	68

22..Atribut-atribut yang berada di kuadran III	72
23..Atribut-atribut yang berada di kuadran IV	75
24..Karakteristik konsumen Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	84
25..Data uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan atribut di Rumah Makan Uda Sayang Kota Bandar Lampung	88
26..Hasil uji validitas tingkat kepentingan atribut di Rumah Makan Uda Sayang Kota Bandar Lampung	89
27..Data uji validitas dan reliabilitas atribut kinerja pada Rumah Makan Uda Sayang Kota Bandar Lampung	91
28..Hasil uji validitas atribut kinerja pada Rumah Makan Uda Sayang Kota Bandar Lampung	92
29..Hasil uji reliabilitas atribut kepentingan Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	94
30..Hasil uji reliabilitas atribut kinerja Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	94
31..Data atribut kepentingan Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	95
32..Data atribut kinerja Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	99
33..Uji Mann-whitney kepentingan atribut Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	103
34..Uji Mann-whitney kinerja atribut Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	103
35..Data metode Importance and Performance Analysis (IPA) atribut kinerja dan kepentingan di Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1....Kerangka pemikiran analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Uda Sayang	26
2....Diagram Kartesius	40
3....Peta lokasi Rumah Makan Padang Uda Sayang	47
4....Layout Rumah Makan Padang Uda Sayang.....	48
5....Diagram kartesius uji IPA waktu makan siang	64
6....Diagram kartesius uji IPA waktu makan malam	64
7....Wawancara bersama responden	105
8....Wawancara bersama pemilik Rumah Makan Padang Uda Sayang	105
9....Beberapa menu yang tersedia di Rumah Makan Uda Sayang	106
10..Etalase makanan	106
11..Fasilitas meja makan	107
12..Lantai Rumah Makan Uda Sayang	107
13..Fasilitas lampu dan kipas angin	108
14..Fasilitas wastafel	108
15..Fasilitas WC	109
16..Fasilitas mushola	109
17..Fasilitas tempat wudhu	110
18..Lokasi parkir motor	110
19..Lokasi parkir mobil	111

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Agribisnis merupakan suatu kegiatan dari hulu hingga hilir dari penyediaan bahan baku hingga produk dipasarkan yang berkaitan dengan pertanian. Menurut Soekartawi (1993), agribisnis berasal dari kata agri dan bisnis, agri berasal dari bahasa Inggris, *agricultural* (pertanian) dan bisnis berarti usaha komersial dalam dunia perdagangan. Agribisnis merupakan kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran produk-produk yang ada hubungannya dengan pertanian. Agribisnis merupakan kegiatan yang tidak hanya terfokus pada proses budidaya di lini *on-farm* (di dalam lahan budidaya), melainkan juga merupakan sistem yang mencakup proses peningkatan nilai tambah komoditas-komoditas on-farm, melalui proses pengolahan serta pemasaran dan distribusinya (*off-farm*).

Agribisnis menurut Austin (1992), adalah kesatuan kegiatan usaha yang meliputi kegiatan usahatani, pengolahan bahan makanan, usaha sarana dan prasarana produksi pertanian, transportasi, perdagangan, kestabilan pangan dan kegiatan-kegiatan lainnya termasuk distribusi bahan pangan dan serat-seratan kepada konsumen. Lebih lanjut Vogeler (1981) di dalam (Samuel et al., 1996), menyatakan agribisnis adalah interelasi dan koordinasi sistem pangan dan serat yang didominasi oleh sejumlah input dan perusahaan-perusahaan pengolahnya. Agribisnis dinyatakan sebagai bisnis pangan dan serat, yang di dalamnya selain terjadi kegiatan produksi, proses

pengolahan, distribusi, pasokan input dan pemasaran, juga berkaitan erat dengan pengaruh kebijakan pemerintah dan pihak institusi pendidikan

Agribisnis sebagai suatu sistem adalah suatu kesatuan dari unsur-unsur atau komponen-komponen yang saling berhubungan dan saling berinteraksi antara unsur atau komponen yang satu dengan yang lainnya yang mana apabila salah satu dari unsur atau komponen tersebut terganggu maka sistem tersebut juga akan terganggu. Terdapat lima subsistem dalam agribisnis yang meliputi subsistem agribisnis hulu (*upstream agribusiness*), subsistem produksi/usaha tani (*on-farm agribusiness*), subsistem agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*), subsistem pemasaran, serta subsistem lembaga penunjang (Gumbira-Sa'id dan Intan, 2001).

Dua komponen sistem agribisnis yang menghasilkan nilai tambah (*added value*) ialah subsistem agribisnis hulu dan subsistem agribisnis hilir. Terdapat perbedaan antara keduanya, yaitu bahwa subsistem agribisnis hilir menghasilkan nilai tambah pada produk (output) agribisnis, sedangkan subsistem agribisnis hulu pada input. Atas dasar ini maka agroindustri hilir disebut sebagai *added value generator* (pembangkit nilai tambah) dalam sistem agribisnis. Subsistem agribisnis hulu meliputi benih, alat-alat dan mesin, pupuk, kapal penangkap ikan, kaleng kemasan daging, dan lainnya. Pada subsistem pengolahan hasil (hilir) terdapat rangkaian kegiatan mulai dari pengumpulan produk usaha tani, pengolahan, penyimpanan dan distribusi. Sebagian dari produk yang dihasilkan dari usaha tani didistribusikan langsung ke konsumen di dalam atau di luar negeri. Sebagian lainnya mengalami proses pengolahan lebih dahulu kemudian didistribusikan ke konsumen. Industri yang mengolah produk usahatani disebut agroindustri hilir (*downstream*). Kegiatan ekonomi yang termasuk dalam subsistem agribisnis hilir ini antara lain adalah industri pengolahan makanan, industri pengolahan minuman, industri pengolahan serat (kayu, kulit, karet, sutera, jerami), Industri agrowisata dan estetika, industri farmasi dan bahan kecantikan, beserta kegiatan perdagangannya.

Agribisnis berhubungan dengan pangan karena dalam agribisnis terdapat komoditas-komoditas pertanian yang menjadi komoditas pangan. Kebutuhan paling mendasar bagi manusia adalah pangan. Ketersediaan pangan dalam jumlah dan kualitas yang cukup, diperlukan dalam mencapai ketahanan pangan. Faktor lain yang merupakan faktor penting dalam mencapai ketahanan pangan adalah tersedianya dan terdistribusinya pangan yang terjangkau dari sisi harga dan aman dikonsumsi masyarakat untuk mencukupi kebutuhan energi dalam aktivitas sehari-hari (Saliem *et al*, 2002). ketahanan pangan tidak hanya terpenuhinya kebutuhan beras untuk hari ini dan yang akan datang, akan tetapi termasuk jenis komoditas lainnya seperti, daging, telur, ikan, sayuran dan buah-buahan. Asupan bagi tubuh manusia dalam upaya memenuhi kebutuhan gizi, tidak cukup hanya dengan karbohidrat, akan tetapi memerlukan protein yang bersumber dari hewani dan hayati. Konsep ketahanan pangan tidak hanya terpenuhinya kebutuhan makanan, akan tetapi juga memperhitungkan kebutuhan akan gizi bagi tubuh manusia, dalam hal ini subsistem agribisnis hilir yaitu pengolahan dan pemasaran komoditas agribisnis berperan penting untuk memenuhi kebutuhan tersebut dan penyedianya melalui bisnis kuliner atau rumah makan.

Perkembangan zaman dan teknologi yang terus berkembang membuat berbagai aspek kehidupan harus mampu beradaptasi salah satunya yakni dalam perkembangan dunia bisnis, perkembangan ini akan menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Untuk terus bertahan suatu usaha harus menggunakan berbagai strategi agar perusahaan dapat terus berkembang dan juga bersaing dengan baik. Salah satu usaha yang sangat menjanjikan adalah rumah makan, hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Usaha rumah makan merupakan kegiatan bisnis dengan menawarkan hasil dari olahan produk kepada konsumen baik berupa olahan makanan maupun minuman.

Rumah makan merupakan suatu bisnis dibidang kuliner. Usaha kuliner akan menyajikan berbagai masakan khas daerah yang dapat dikreasikan dengan kreatifitas

dari pelaku usaha. Salah satu masakan pada rumah makan yang sangat populer adalah masakan padang. Rumah makan Padang adalah suatu usaha yang menawarkan masakan khas Padang (Sumatera Barat) berupa produk dan jasanya kepada masyarakat untuk menyajikan makanan serta tempat menikmati makanan tersebut. Masakan padang banyak disukai oleh masyarakat di Indonesia. Bumbu yang khas dan kaya akan rempah-rempah membuat cita rasa dari masakan padang berbeda dengan masakan lainnya karena itu banyak pengusaha tertarik untuk membuka bisnis rumah makan padang, salah satunya yang ada di Kota Bandar Lampung. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung (2021) tercatat ada 827 rumah makan, yang mana tiga kecamatan yang memiliki rumah makan terbanyak yaitu Enggal, Kedamaian, dan Tanjung Karang Pusat.

Setiap tahunnya usaha rumah makan di daerah Kota Bandar Lampung mengalami peningkatan. Jumlah rumah makan di Kota Bandar Lampung tiga tahun terakhir dari 2019 adalah sebanyak 723 unit tempat dan mengalami kenaikan 9% menjadi 792 pada tahun 2020, mengalami kenaikan kembali sebesar 4% pada tahun 2021 (Badan Pusat Statistik, 2022). Perkembangan jumlah rumah makan yang terus meningkat mengharuskan pelaku usaha harus memperhatikan atribut atribut dan kualitas pelayanan pada usaha rumah makan.

Atribut merupakan unsur pembeda pada suatu produk sehingga produk memiliki nilai tambah dan manfaat, atribut juga merupakan bahan pertimbangan bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2017). Atribut menjadi sangat penting untuk kepuasan konsumen, jika konsumen puas terhadap atribut dan kualitas pelayanan maka hal ini memungkinkan konsumen kembali lagi ke tempat rumah makan dan akan menjadi pelanggan tetap, jika sudah sampai di tahap ini maka pelanggan akan mulai mempromosikan rumah makan dengan mengajak konsumen lain untuk mencoba makanan di tempat tersebut. Tentu hal ini menjadi hubungan saling menguntungkan dan memberi manfaat antara konsumen dan juga pelaku usaha.

Salah satu rumah makan padang yang populer di Bandar Lampung adalah Rumah Makan Uda Sayang, yang sudah berdiri sejak tahun 2003. Rumah Makan ini terletak di Jl. Suprapto No.16, Pelita, Kec, Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung. Eksistensi Rumah Makan Uda Sayang dapat dilihat dari banyaknya pengunjung setiap harinya, meski begitu banyak rumah makan lain yang serupa dan bahkan lebih besar yang akan membuat persaingan semakin ketat. Strategi diperlukan untuk terus berkembang dan bersaing dengan rumah makan sejenis lainnya, maka perlu diketahui kinerja dan kepentingan dari setiap atribut yang ada di Rumah Makan Uda Sayang untuk menunjukkan atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan kinerja dari atribut apakah yang perlu ditingkatkan. Berdasarkan uraian diatas, Penulis menjadikan Rumah Makan Uda Sayang sebagai objek penelitian dalam pembuatan skripsi ini, dengan judul “Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut pada Rumah Makan Uda Sayang di Bandar Lampung”

1.2 Rumusan Masalah

Rumah makan padang sangat populer di Indonesia dan banyak dijumpai di kota - kota besar setiap daerahnya termasuk di Bandar Lampung. Rumah makan yang menawarkan sajian masakan padang sangat mudah untuk ditemui di Bandar Lampung. Menurut data dari Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung (2022), tercatat jumlah rumah makan di Kecamatan Tanjung karang pusat sebanyak 73. Jumlah rumah makan di Kecamatan Tanjung karang pusat terbilang cukup banyak di daerah Kota Bandar Lampung, dan memasuki urutan ke-3 di bawah Kecamatan Enggal dan Kedamaian. Salah satu daerah di Kecamatan Tanjung Karang Pusat adalah kelurahan Pelita di Jl.suprapto. Lokasi ini termasuk daerah strategis di Bandar Lampung, karena lokasinya yang dekat dengan pusat Kota Bandar Lampung, dimana banyak orang yang melintas setiap harinya.

Kepadatan penduduk di Kota Bandar Lampung dimanfaatkan sebagian besar pelaku usaha untuk membuka usaha, salah satunya dengan membuka usaha di bidang rumah

makan. Rumah Makan Uda Sayang merupakan rumah makan yang berada di Jl. Suprapto, Kelurahan Pelita Kecamatan Tanjung Karang Pusat. Hingga saat ini untuk menjaga eksistensinya, tentunya Rumah Makan Uda Sayang harus mempertahankan atribut dan kualitas pelayanannya, agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk tentunya memiliki harapan yang sesuai dengan keinginannya, jika harapan terpenuhi maka konsumen akan merasa puas terhadap produk yang dibeli. Kepuasan konsumen sangat penting dalam menjalankan usaha, karena jika konsumen merasa puas maka akan loyal dan menjadi pelanggan tetap.

Beberapa aspek yang diperhatikan konsumen biasanya adalah harga, cita rasa, kebersihan, dan tentunya pelayanan dari rumah makan. Terdapat tiga kelompok atribut yang ada di Rumah Makan Uda Sayang yaitu kelompok atribut produk, kelompok atribut fasilitas, dan juga kelompok atribut pelayanan. Dari kelompok atribut pelayanan produk yang telah disebutkan tentunya pihak rumah makan harus mampu memperhatikan agar dapat menjaga eksistensi, terciptanya kepuasan konsumen serta mampu bersaing dengan rumah makan lainnya. Berdasarkan pemaparan diatas, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui atribut atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan apa saja atribut yang harus dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja atribut di Rumah Makan Uda Sayang yang perlu ditingkatkan kepentingan dan kinerjanya?
2. Apa saja atribut di Rumah Makan Uda Sayang yang perlu dipertahankan kepentingan dan kinerjanya?
3. Apa saja atribut di Rumah Makan Uda Sayang yang kepentingan dan kinerjanya berlebihan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukanya penelitian di Rumah Makan Uda Sayang adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis atribut - atribut pada Rumah Makan Uda Sayang yang perlu ditingkatkan kepentingan dan kinerjanya.
2. Menganalisis atribut - atribut pada Rumah Makan Uda Sayang yang perlu dipertahankan kepentingan dan kinerjanya.
3. Menganalisis atribut - atribut pada Rumah Makan Uda Sayang yang kepentingan dan kinerjanya berlebihan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Agribisnis

Agribisnis dalam arti sempit diartikan sebagai perdagangan atau pemasaran hasil pertanian yang berusaha memaksimalkan keuntungan. Dalam arti luas, agribisnis adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mulai mata rantai produksi, pengolahan dan pemasaran hasil yang ada hubungannya dengan komoditi pertanian dalam arti luas (usahatani, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan) yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam hal ini agribisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh keuntungan yang meliputi sebagian atau seluruh sektor agribisnis, yaitu sektor masukan, sektor produksi, sektor pengeluaran (Gunawan, 2013). Menurut Soekartawi (1993)

Agribisnis berasal dari dua kata yakni Agri dan bisnis. Agri berasal dari bahasa Inggris yang berarti *agricultural* (pertanian) dan bisnis yang berarti perdagangan. Agribisnis suatu usaha atau bisnis dari hulu hingga hilir dari proses penyediaan bahan baku hingga pemasaran yang berhubungan dengan produk pertanian. Agribisnis memiliki lima sub sistem, diantaranya yakni :

a. Subsistem Input (Pengadaan Sarana Produksi)

Subsistem input merupakan suatu kegiatan ekonomi dimana sebagai pengguna dan penghasil saran produksi. Sarana produksi yang baik harus memenuhi kriteria 6 tepat (waktu, jumlah, mutu, tempat, harga, dan jenis).

b. Subsistem Usahatani (Budidaya)

Menurut Rahmi dan Hastuti (2008), usahatani adalah ilmu yang mempelajari bagaimana mengelola input seperti tanah, tenaga kerja, modal, pupuk, dan benih secara efektif dan efisien untuk mendapatkan produksi yang tinggi.

c. Subsistem Pengolahan

Subsistem pengolahan atau subsistem pasca panen merupakan subsistem pengolahan atau penanganan terhadap komoditas pertanian menjadi bahan jadi maupun bahan setengah jadi.

d. Subsistem Pemasaran

Kegiatan pemasaran merupakan suatu kegiatan yang paling penting dalam subsistem agribisnis karena pemasaran merupakan kegiatan pokok untuk mendapatkan laba dan untuk mengembangkan usaha (Firdaus, 2008).

Kotler dan Amstrong (1997) menyatakan bahwa pemasaran akan berjalan dengan baik apabila saluran pemasarannya didukung oleh tempat penyalur (pasar).

e. Subsistem Lembaga Penunjang

Kegiatan yang menyediakan jasa bagi agribisnis, seperti lembaga penunjang, lembaga penelitian dan pengembangan, lembaga transportasi, lembaga pendidikan, dan lembaga pemerintah (kebijakan fiskal dan moneter)

Erickson *et.al.* (2002), mengungkapkan bahwa agribisnis pangan memiliki beberapa keunikan yang membedakannya dari sistem-sistem agribisnis lainnya. Terdapat delapan hal yang menjadi ciri utama keunikan agribisnis pangan, sebagai berikut :

1. Pangan sebagai produk

Bahan pangan sangat penting bagi kehidupan masyarakat karena fungsinya sebagai kebutuhan yang mendasar sehingga juga berdampak terhadap perkembangan perekonomian negara. Dengan pentingnya fungsi pangan tersebut, sistem pangan menjadi hal yang harus banyak diperhatikan sebagai komponen kritis dalam stabilisasi ketahanan nasional (ketahanan pangan).

2. Kondisi produksi pangan secara biologis

Pangan dihasilkan dari tumbuhan dan hewan. Keduanya merupakan makhluk hidup yang secara alamiah biologis dipengaruhi oleh variasi perubahan cuaca dan hama penyakit yang sangat mempengaruhi tingkat kemampuan produksinya.

3. Produksi bersifat musiman

Kemampuan produksi pangan sangat dipengaruhi musim sehingga untuk beberapa jenis bahan pangan, ketersediaannya tidak dapat ditemui dalam jumlah yang besar dan merata sepanjang tahun.

4. Ketidakpastian kondisi cuaca dan iklim

Agribisnis pangan dipengaruhi oleh kondisi alam, terutama cuaca dan iklim. Musim kemarau, banjir, serangan hama dan penyakit merupakan ancaman bagi agribisnis pangan sehingga setiap pelaku yang terlibat di dalam agribisnis pangan harus memiliki kepedulian terhadap pengaruh cuaca dan iklim

5. Tipe Perusahaan

Perusahaan-perusahaan yang terlibat di dalam agribisnis pangan memiliki tipe dan skala usaha yang bervariasi. Hal tersebut membentuk lingkungan bisnis tempat perusahaan-perusahaan agribisnis pangan beroperasi.

6. Kondisi pasar yang bervariasi

Beberapa jenis pasar memiliki karakteristik pembeli yang memiliki kekuatan yang sama dengan penjual terhadap perubahan harga di pasar. Pada kondisi tertentu sangat memungkinkan salah satunya memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perubahan harga produk atau jasa.

7. Berhubungan erat dengan masyarakat pedesaan

Banyak kegiatan agribisnis pangan dilakukan di pedesaan sehingga agribisnis pangan menjadi tulang punggung perekonomian pedesaan.

8. Keterlibatan pemerintah

Pemerintah memiliki peranan mendasar dalam agribisnis pangan, kebijakan dan program pemerintah mempengaruhi harga komoditas pangan dan pendapatan petani, perlindungan kesehatan konsumen, dan kuota perdagangan.

2.1.2 Sistem Agribisnis

Sistem agribisnis merupakan suatu konsep yang memandang kegiatan pertanian sebagai suatu kesatuan terpadu yang mencakup seluruh mata rantai dari penyediaan input hingga pemasaran produk akhir. Sistem ini terdiri dari empat subsistem utama: agroinput (input produksi), usahatani (produksi primer), agroindustri (pengolahan/pasca panen), serta agriniaga (pemasaran) dan agrosupporting (lembaga pendukung). Keempat subsistem tersebut saling berkaitan dan berinteraksi, sehingga gangguan pada salah satu bagian dapat memengaruhi kinerja keseluruhan sistem agribisnis (Arifin dan Biba, 2017).

Sebagai sebuah sistem, agribisnis melibatkan berbagai pelaku mulai dari produsen input (pupuk, benih, alat mesin), petani atau pelaku budidaya, industri pengolah hasil, hingga distributor dan pengecer. Setiap subsistem ini menghasilkan nilai tambah, baik pada sisi input maupun output. Misalnya, agroindustri hilir mampu meningkatkan nilai ekonomis produk pertanian melalui pengolahan menjadi produk akhir seperti makanan, kosmetik, atau obat-obatan (Arifin dan Biba, 2017).

Di samping itu, sistem agribisnis juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti lingkungan makro, kebijakan pemerintah, dan dinamika pasar. Pemerintah memiliki peran penting dalam pengembangan sistem agribisnis, khususnya melalui penyediaan infrastruktur, regulasi, pembiayaan, serta kebijakan perdagangan dan perlindungan usaha tani (Arifin dan Biba, 2017). Untuk menjadi sistem yang berkelanjutan, agribisnis harus mengedepankan prinsip keterpaduan, efisiensi, nilai tambah, dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan konsumen (Arifin dan Biba, 2017).

Berikut penjelasan masing-masing subsistem agribisnis:

1. Subsistem Input (Agroinput)

Bagian awal dari sistem agribisnis yang menyediakan sarana produksi, seperti benih unggul, pupuk, pestisida, alat pertanian, dan jasa permodalan. Pelaku utamanya adalah industri input, koperasi, dan lembaga keuangan.

2. Subsistem Produksi (Usahatani)

Merupakan inti kegiatan agribisnis yang memproduksi komoditas pertanian primer (padi, kopi, sayuran, ternak, perikanan). Di sini efisiensi produksi sangat menentukan keberhasilan sistem secara keseluruhan.

3. Subsistem Pengolahan (Agroindustri Hilir)

Mengolah hasil produksi menjadi produk antara (intermediate goods) atau produk akhir yang memiliki nilai tambah lebih tinggi, seperti makanan olahan, sabun, tekstil, atau bioenergi. Ini adalah titik kritis untuk meningkatkan nilai tambah sektor pertanian.

4. Subsistem Pemasaran (Agrimarketing)

Bertugas mendistribusikan produk ke konsumen. Melibatkan pedagang besar, eceran, ekspor, serta saluran ritel modern. Efisiensi distribusi menentukan keterjangkauan dan kepuasan konsumen.

5. Subsistem Pendukung (Agrosupporting)

Menyediakan layanan pendukung seperti riset dan pengembangan (R&D), penyuluhan, pelatihan, pendidikan, infrastruktur transportasi dan logistik, serta pembiayaan. Ini penting untuk keberlanjutan dan peningkatan daya saing sistem agribisnis.

2.1.3 Rumah Makan

Rumah makan merupakan suatu bentuk pelayanan makanan yang bertempat pada bangunan sebagian atau keseluruhan bangunan permanen, serta dilengkapi alat-alat untuk pembuatan penyajian dan penjualan makanan. Menurut (Ninemeier dan Hayes, 2006), restoran atau rumah makan adalah suatu bentuk usaha yang beroperasi pada jasa layanan makanan untuk mendatangkan keuntungan dari hasil penjualan makanan atau minuman kepada masyarakat. Lebih lanjut Marsum (2008), menyatakan rumah makan merupakan suatu bentuk usaha jasa pangan yang terorganisir secara komersial serta menyelenggarakan pelayanan kepada konsumen dalam bentuk makanan ataupun minuman.

Rumah makan adalah suatu usaha dalam bidang pelayanan jasa yang menghidangkan sajian makanan kepada masyarakat dan juga menyediakan tempat untuk menikmati dan mengkonsumsi makanan tersebut serta menetapkan tarif untuk makanan dan pelayanannya. Menurut Sihite (2000), rumah makan adalah tempat dimana pengunjung yang datang nantinya mendapatkan pelayanan menikmati Makanan, baik pagi, siang, ataupun malam tergantung jam buka dari rumah makan tersebut, dan nantinya tamu tersebut akan membayar sesuai dengan tarif yang telah ditetapkan rumah makan.

2.1.4 Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, mengevaluasi, menggunakan dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Dikutip dari buku Rossanty, dkk (2018), Loudon dan Della mendefinisikan perilaku konsumen sebagai sistem pengambilan keputusan dan aktivitas fisik individu yang melibatkan diri sendiri dalam menilai, memperoleh, menggunakan serta mengabaikan beberapa produk dan layanan.

Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana seseorang, kelompok, atau organisasi dalam membeli, memilih, mengonsumsi, serta bagaimana produk, ide, pengalaman dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler dan Keller, 2009). Lebih lanjut Kotler dan Keller (2009), Mengemukakan perilaku konsumen dan perilaku keputusan konsumen saling berkaitan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yang meliputi :

1. Budaya

Budaya merupakan keseluruhan dari keyakinan, nilai, dan kebiasaan yang dipelajari anggota masyarakat atau kelompok masyarakat tertentu yang membantu mengarahkan perilaku konsumen. Pengetahuan, nilai, dan keyakinan adalah bagian penting dari budaya yang akan mempengaruhi perilaku konsumen yang

sebagai anggota masyarakat yang tinggal di lingkungan masyarakat tertentu.

Faktor kebudayaan terdiri dari kebudayaan, sub budaya, serta kelas sosial.

2. Sosial

Faktor sosial mempengaruhi perilaku konsumen yang meliputi kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah karakteristik dari psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menimbulkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan membeli adalah umur, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

4. Psikologis

Perilaku konsumen berhubungan dengan proses psikologis seseorang untuk melakukan sebuah tindakan. Faktor psikologis yang mempengaruhi seorang konsumen untuk membeli suatu produk meliputi motivasi, pengetahuan dan pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

2.1.5 Kepuasan Konsumen

Kotler (2008), mengemukakan kepuasan konsumen adalah tingkatan dimana kinerja anggapan pada produk sesuai dengan ekspektasi konsumen. Meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan perusahaan dengan cara menjual produk dengan harga yang memadai, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanan (Kotler, 1997).

Seperti yang telah disebutkan maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah :

1. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk manfaat dan pelayanan serta telah menggunakan produk.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu layanan atau jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumennya baik secara internal maupun eksternal sesuai dengan prosedur.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, misalnya keawetan, bahan yang digunakan, kemudahan dipakasi dan atribut atribut penting lainnya.

Tjiptono (2001), mengemukakan bahwa kepuasan konsumen sangat penting karena jika kepuasan konsumen tercapai dan pelanggan merasa puas atas kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan maka konsumen akan loyal terhadap perusahaan.

Konsumen yang puas pada kinerja dari perusahaan menurut Kotler (2008), memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Menjadi lebih setia
 2. Membeli lebih banyak jika perusahaan mengeluarkan produk baru
 3. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya
- Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing dan kurang sensitif terhadap harga.

2.1.6 Atribut Pembelian

Menurut Tjiptono (2008), atribut merupakan dasar yang menjadi bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam pembelian produk oleh konsumen dan dalam atribut produk berisi unsur unsur yang dianggap penting oleh konsumen. Lebih lanjut (Kotler dan Keller, 2009) mengemukakan bahwa yang meliputi keputusan pembelian konsumen adalah merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.

Finkelstein (1989) dalam Ramapuram (2006), mengemukakan dalam sebuah rumah makan setidaknya harus ada empat atribut utama yaitu atmosfer, kenyamanan,

pelayanan, dan juga makanan. Keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh empat unsur ini yang akan menentukan apakah nantinya konsumen akan membeli produk dalam rumah makan.

Dalam melakukan pembelian tentunya konsumen akan melihat atribut yang dianggap penting serta kinerja dari atribut tersebut.

1. Kepentingan

Kepentingan merupakan atribut yang dianggap penting oleh konsumen, yang merupakan suatu keinginan untuk terpenuhinya suatu kebutuhan dan menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk. Tingkat kepentingan atribut berbeda pada setiap konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam menilai atribut apa yang paling penting.

2. Kinerja

Kinerja produk merupakan suatu hasil, nilai, dan fungsi dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Kotler (2005) mengemukakan bahwa ada empat level kinerja untuk membangun produk meliputi rendah, rata-rata, tinggi, dan unggul. Mutu kinerja adalah level berlakukanya karakteristik dasar produk, atau mengacu pada bagaimana karakteristik produk beroperasi (Urich, 2001).

Kinerja sangat mempengaruhi konsumen karena ketika kinerja produk tidak sesuai dengan ekspektasi dari konsumen maka akan terjadi diskonfirmasi negatif dan juga ketidakpuasan (Chen yu at el, 2009). Kepercayaan pelanggan terhadap produk disebut ekspektasi (McKinney at al, 2002). Kinerja suatu produk dapat ditingkatkan dengan kualitas pelayanan yang baik, Ketika kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

Menurut Tjiptono (2000), ada beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti langsung (*Tangible*)

Bukti langsung (*Tangible*), merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang berhubungan dengan lingkungan fisik (visual). Aspek tangible mempengaruhi persepsi pelanggan dan sekaligus merupakan sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Beberapa aspek yang meliputi ini seperti gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan makan dan penampilan karyawan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan untuk diandalkan dalam menunjukkan layanan sesuai harapan konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan meliputi kemampuan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan.

4. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan

5. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2.1.7 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis adalah suatu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Cara untuk mengetahui kepuasan seseorang dengan menggunakan teknik IPA adalah membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan oleh pihak lain. Teknik IPA sering digunakan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumennya. Perusahaan melakukan perbandingan antara harapan konsumennya dengan kinerja yang telah dilakukan perusahaan. Jika tingkat harapan konsumen lebih tinggi dari kinerja perusahaan berarti perusahaan tersebut belum mencapai kepuasan. Menurut James (2013), Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan alat bantu dalam menganalisis yang digunakan untuk membandingkan sejauh mana antara kinerja atau pelayanan yang dirasakan pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan.

Menurut Simamora (2002), *Importance and Performance Analysis* adalah suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang mudah dilakukan dan berguna sebagai pengembangan program pemasaran yang efektif. Metode ini merupakan salah satu dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Martinez dalam Ariyoso (2009) menyatakan bahwa (IPA) telah secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja yang belum sesuai dari yang diharapkan.

Metode *Importance Performance Analysis* menggunakan diagram kartesius, dimana penilaian kepentingan pelanggan ditunjukkan dengan huruf Y, sementara penilaian kinerja perusahaan ditunjukkan oleh huruf X. Pada diagram kartesius dibagi menjadi

empat kuadran dimana kuadran I prioritas utama, kuadran II pertahankan prestasi, kuadran III prioritas rendah, serta kuadran IV berlebihan.

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan pada penelitian ini sebagai konsep maupun bahan acuan serta referensi yang akan digunakan dalam penyelesaian penelitian. Beberapa hasil penelitian terdahulu dijelaskan secara lengkap sebagai berikut.

Penelitian dari Putri, Hudoyo, dan Riantini (2024) menggunakan uji *Mann-Whitney* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Sampel ditentukan dengan cara mengacak nomor meja yang terdapat di rumah makan. Kuesioner yang disusun terdiri dari atas 16 variabel atribut Rumah Makan Padang X yang dikelompokkan dalam tiga kelompok atribut yaitu produk, perhatian, dan fasilitas. Hasil penelitian menunjukkan atribut kinerja yang harus dipertahankan adalah harga, cita rasa, keragaman menu, kecepatan pelayanan, keramahan pramusaji, ketelitian perhitungan, lokasi dan kenyamanan.

Penelitian Wulandari, Asriani, dan Priyono (2022) menggunakan metode analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel 40. Atribut yang digunakan sebanyak 11 atribut. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni aroma, kemampuan kemasan, rasa, dan harga sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan yakni kenyamanan tempat.

Penelitian Rahmasanti, Indriani, dan sayekti (2021) menggunakan metode analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel dengan metode *quota sampling* dan jumlah responden sebanyak 65. Atribut yang digunakan sebanyak 19 atribut. Hasil

penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni kejelasan informasi, kejelasan foto, ketepatan waktu, keamanan dalam menjaga kebersihan, tingkat kematangan, rasa, kemudahan pemesanan, kemudahan pembayaran, ketepatan produk sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan yakni warna, porsi, bentuk, temperatur, kemudahan pembatalan, dan tingkat kemenarikan secara visual.

Penelitian Apriani, Indriani, dan Adawiyah (2021) menggunakan metode analisis deskriptif, Model Multiatribut Fishbein, *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance and Performance Analysis (IPA)*. Penarikan sampel dengan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 48 orang. Atribut yang digunakan sebanyak 12 atribut. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni aroma, lokasi, kebersihan, rasa, kenyamanan, keamanan tempat sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan yakni area parkir, harga, ukuran, dan manfaat.

Penelitian Azaria, Widjaya dan Riantini (2020) menggunakan metode analisis Multiatribut Fishbein Model, *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance and Performance Analysis (IPA)*. Penarikan sampel dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian berjumlah 10 atribut. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni rasa, harga, higienitas, kebersihan toilet, dan cuci tangan.

Penelitian Meiliani, Indriani, dan Abidin (2019) menggunakan metode analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance and Performance Analysis (IPA)*. Penarikan sampel dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 99 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 12 atribut. Hasil penelitian menyatakan atribut yang perlu dipertahankan yakni untuk RM A terdiri dari cita rasa, keadilan pelayanan, kemudahan akses lokasi, kebersihan, RM B terdiri dari cita rasa, jaminan produk, kebersihan, sedangkan untuk RM C terdiri dari cita rasa, harga, jaminan produk, harga, kesigapan pelayanan, kebersihan dan kesadaran karyawan.

Penelitian Aryanti, Hudoyo, dan Kasymir (2013) menggunakan metode analisis *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan jumlah responden 60. Atribut yang digunakan yakni berjumlah 10 atribut. Hasil penelitian menyatakan atribut yang perlu dipertahankan untuk RM A yakni kesesuaian harga, kecepatan, dan kemudahan dalam melayani pesanan, ketersediaan dalam melayani pesanan, serta ketersediaan toilet sedangkan untuk RM B yakni kesesuaian rasa, kehalalan, kesesuaian harga, kecepatan pelayanan, ketelitian perhitungan pembayaran, kerapian pramusaji, dan kesesuaian lokasi restoran.

Penelitian Wulandari, Indriani, Riantini (2022) menggunakan metode analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel 30 orang. Atribut yang digunakan berjumlah 10 atribut. Hasil penelitian didapatkan atribut yang harus dipertahankan yakni rasa, selera, standarisasi mutu, higienis, label halal, dan izin BPOM sedangkan untuk atribut yang perlu diperhatikan yakni harga, bentuk, penyajian, lokasi, dan pembelian produk.

Penelitian Fitriani, Nurhadi, dan Parsudi (2018) menggunakan metode analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 26 atribut. Hasil penelitian menyatakan atribut yang perlu dipertahankan yakni cita rasa, aroma sate, kehigenisan, kehalalan, kemasan, ukuran, kemudahan akses, proses produksi, dan kecepatan penyajian.

Penelitian Iswari, Wiranatha, dan Satriawan (2015) menggunakan metode analisis Metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel dengan metode slovin berjumlah 1100 orang. Atribut yang digunakan berjumlah 18 atribut. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni fasilitas, perawatan makanan, makanan yang disajikan, karyawan berpakaian rapi dan bersih,

menjamin kenyamanan konsumen, menyediakan makanan dan minuman yang bersih, dan pengolahan makanan dan minuman yang mutunya baik.

Penelitian Nurainy, Rangga, dan Prayoga (2018) menggunakan metode *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 77 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 14 atribut. Hasil penelitian menyatakan atribut yang perlu dipertahankan yakni bumbu, tekstur makanan, higienitas, keramahan, dan kenyamanan sedangkan atribut yang perlu diperhatikan yakni kecepatan penyajian.

Penelitian dari Kurniati, Evanila, dan Efendi (2016) menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel menggunakan metode *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 10 atribut. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni rasa kue, aroma dan tekstur sedangkan atribut yang perlu diperhatikan yakni warna kue, harga dan produk.

Penelitian Tafuli, Hartono, dan Nugroho (2013) menggunakan metode *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel 150 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 14 atribut. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni tingkat layanan dan atribut yang perlu diperhatikan yakni produk.

Penelitian Khairi, Mukti, dan Rahmatillah (2022) menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Tree Diagram*. Penarikan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 12 atribut. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni toilet yang bersih, alat makan bersih, kualitas makanan dan minuman sesuai harga sedangkan atribut yang

perlu diperhatikan yakni jarak antrian, tata letak, karyawan sigap, dan Maintenance kipas angin.

Penelitian Hutajulu, Hudoyo, dan Saleh (2022) menggunakan metode *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 21 atribut. Hasil penelitian menyatakan atribut yang perlu dipertahankan yakni cita rasa, ukuran per porsi, keramahan, ketepatan penyajian, kebersihan, ketersediaan tempat parkir, dan ketersediaan pilihan tempat duduk.

Penelitian Mahendraswari dan Nurminalina (2013) menggunakan metode analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Penarikan sampel menggunakan metode convenience sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Atribut yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 16 atribut. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang perlu dipertahankan yakni cita rasa, tekstur, harga, pelayanan, lokasi, kebersihan dan kelengkapan sedangkan atribut yang perlu diperhatikan yakni keramahan dan kesopanan pramusaji.

2.2 Kerangka Pemikiran

Agribisnis merupakan suatu kegiatan dengan memanfaatkan komoditas pertanian yang bergerak dari hulu hingga hilir dari proses pengadaan sarana dan prasarana, melakukan produksi, kemudian pengolahan hasil pertanian, dilanjutkan dengan pemasaran dimana tiap subsistem didukung oleh jasa layanan penunjang baik dari internal maupun eksternal. Salah satu usaha yang memanfaatkan subsistem pemasaran dan pengolahan hasil komoditas pertanian adalah usaha rumah makan sebagai penyedianya.

Perkembangan usaha rumah makan yang semakin pesat akan menimbulkan persaingan diantara usaha rumah makan, sehingga diperlukan strategi untuk mempertahankan usaha. Strategi berperan sangat penting karena jika suatu usaha menggunakan strategi yang tepat maka usaha tersebut akan dapat bersaing dengan baik pada usaha di bidangnya.

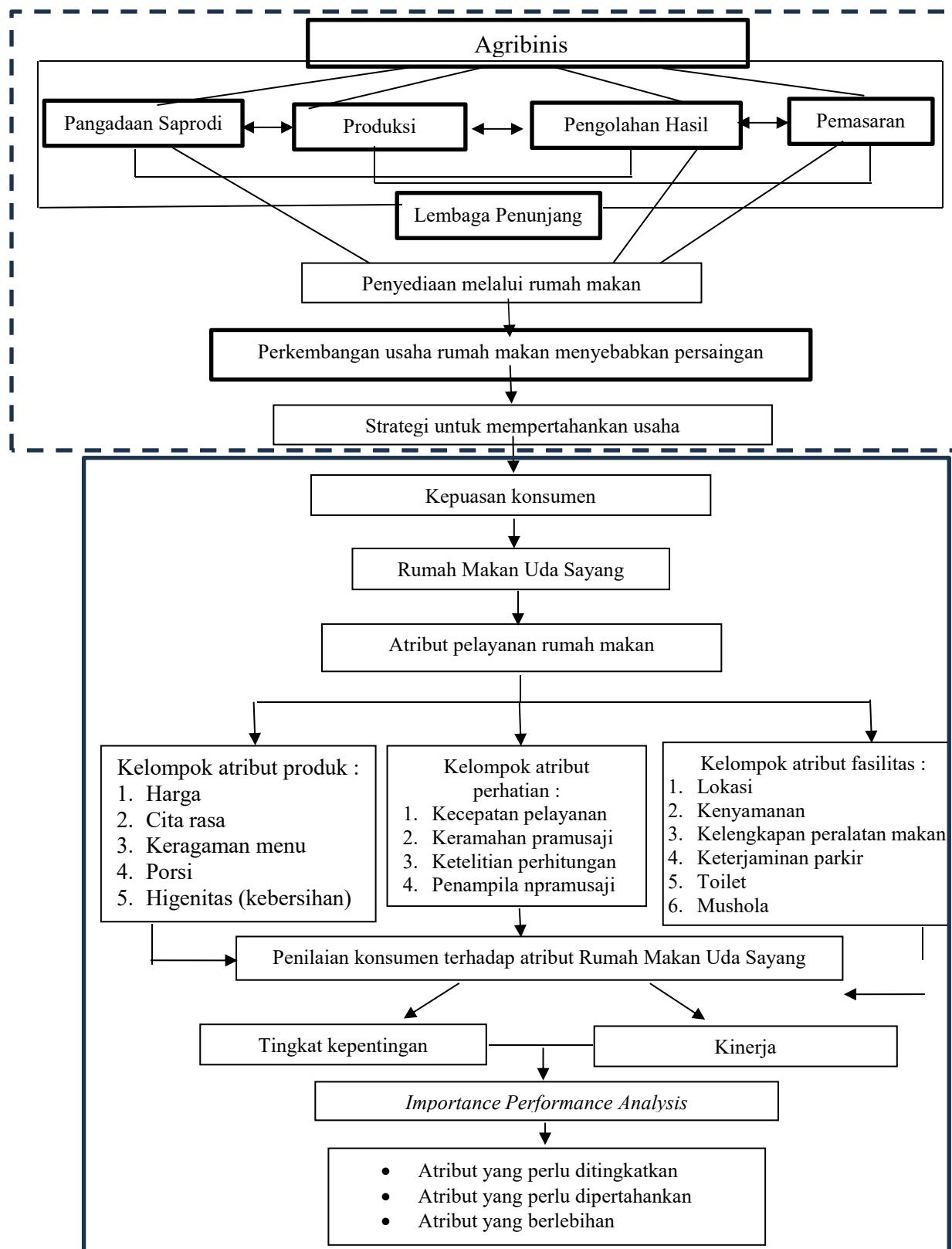
Kepuasan konsumen menurut Brown (dalam Astuti dkk, 2012) merupakan kondisi dimana harapan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk dan jasa sesuai atau terpenuhi dengan harapan konsumen. Meningkatkan kepuasan konsumen merupakan sebuah strategi yang perlu dijalankan untuk tetap menjaga eksistensi usaha rumah makan.

Salah satu rumah makan di Kota Bandar Lampung yang berlokasi di Rumah Makan Uda Sayang. Rumah Makan Uda Sayang terletak di Jl. Suprapto, Kelurahan Pelita Kecamatan Tanjung Karang Pusat. Rumah makan ini telah memiliki beberapa cabang di Kota Bandar Lampung, untuk mempertahankan usahanya agar ramai dikunjungi, perlu adanya atribut atribut yang sesuai dengan harapan dan keinginan untuk mencapai kepuasan konsumen.

Terdapat beberapa atribut di Rumah Makan Uda Sayang yang telah digolongkan menjadi tiga bagian yaitu kelompok atribut produk, perhatian, dan juga fasilitas. Kelompok atribut produk terdiri atas harga, cita rasa, keragaman menu, porsi, dan higienitas. Kelompok atribut perhatian meliputi kecepatan pelayanan, keramahan pramusaji, ketelitian perhitungan, dan penampilan pramusaji. Kelompok atribut fasilitas meliputi lokasi, kenyamanan, kelengkapan peralatan makan, toilet, dan mushola.

Penilaian akan atribut atribut tersebut akan dilakukan oleh konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Uda Sayang dengan mengisi daftar pertanyaan yang telah tersedia pada kuesioner. Hasil penilaian yang sudah didapat akan dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode IPA

digunakan untuk memperoleh tingkat kepentingan dan kinerja dari setiap atribut pada rumah makan. Penggunaan metode analisis IPA bertujuan agar dapat mengetahui atribut yang perlu ditingkatkan, atribut yang perlu dipertahankan, serta atribut apa yang perlu ditingkatkan pada Rumah Makan Uda Sayang. Kerangka pemikiran Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja atribut Rumah Makan Uda Sayang di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Uda Sayang

Keterangan:



= Yang diteliti



= Yang tidak diteliti

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode pada penelitian ini yaitu metode survei. Survei merupakan studi yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku responden (Sarwono, 2006). Mekanisme survei dilakukan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) dengan cara menyebarkan kuesioner, wawancara, dan lain sebagainya (Sugiyono, 2013).

3.2 Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan suatu definisi atau pengertian yang dikemukakan secara jelas dari masing masing variabel yang akan diteliti dan dijabarkan ke dalam indikator indikator tertentu yang akan diukur untuk menjawab tujuan dari penelitian.

Konsumen adalah orang yang melakukan pembelian dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh rumah makan.

Pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang disediakan oleh rumah makan kepada konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi produk, perhatian, dan fasilitas.

Kepentingan suatu atribut adalah penting atau tidaknya suatu atribut dalam menentukan pembelian.

Kinerja suatu atribut adalah kepuasan atau penilaian konsumen terkait baik atau tidaknya suatu atribut yang terdapat di Rumah makan.

Atribut produk adalah unsur-unsur atau karakteristik yang menggambarkan suatu objek dalam menentukan tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap pelayan rumah makan.

Harga adalah harga relatif berupa biaya yang dibayarkan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan rumah makan dari skala sangat mahal hingga sangat murah. Pada harga ini konsumen menilai berdasarkan rasa, mutu makanan, dan pelayanan yang ditawarkan rumah makan.

Cita rasa adalah rasa yang dapat diterima oleh indra pengecap konsumen terhadap produk rumah makan baik makanan maupun minuman yang meliputi rasa, penampakan, aroma, tekstur, tingkat kepedasan, kekhasan bumbu, dan kesegaran minuman.

Variasi menu adalah ketersediaan produk dengan jumlah dan jenis yang variatif sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses pembelian oleh konsumen, seperti jenis bahan makanan (ayam, ikan telur, dan sayuran) dan jenis pengolahan (digoreng, dibakar, disantan, disambal, dan sebagainya). keragaman menu makanan dan minuman yang ditawarkan oleh rumah makan, terdiri dari menu olahan ayam, ikan, rendang, telur, sayuran, aneka jus buah.

Porsi adalah ukuran atau jumlah standar makanan dan minuman yang disajikan berupa komposisi menu dalam satu kali pemesanan yang terdiri dari porsi nasi dan porsi lauk yang dinilai dari sangat banyak hingga sedikit sekali.

Higinitas produk adalah kebersihan makanan dan minuman yang disajikan oleh rumah makan.

Kesigapan pelayanan adalah kemampuan pramusaji merespon dengan cepat dalam menyajikan menu, menanggapi permintaan konsumen serta menanggapi berbagai keluhan yang dihadapi konsumen.

Keramahan pramusaji adalah sikap atau tindakan pramusaji dalam melakukan pelayanan kepada konsumen, seperti memberikan senyuman, sapaan, salam, dan tutur kata yang baik.

Ketelitian perhitungan adalah tingkat keakuratan perhitungan jumlah biaya yang dibayarkan konsumen dalam melakukan pembelian makanan.

Penampilan pramusaji adalah citra diri pramusaji yang dapat dilihat dari penampilan secara keseluruhan seperti, cara berbusana, tata-rias, dan kerapian.

Lokasi adalah letak rumah makan terkait dengan tempat yang mudah ditemui, mudah terlihat, ramai orang, dan tempat banyak dilakukannya aktivitas manusia.

Kenyamanan adalah keadaan sekitar rumah makan yang meliputi suasana, tingkat kebisingan, ventilasi, suhu kelembaban, kualitas udara, kesejukan yang membuat konsumen merasakan suasana tenang dan santai.

Kelengkapan peralatan makanan adalah ketersediaan berbagai peralatan rumah makan seperti sendok, garpu, tisu, dan tusuk gigi yang dinilai dari tidak lengkap hingga sangat lengkap.

Keterjaminan parkir adalah tersedianya suatu area yang luas dan aman untuk konsumen memarkirkan kendaraan.

Toilet adalah fasilitas yang disediakan rumah makan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen.

Mushola adalah fasilitas yang disediakan rumah makan sebagai tempat beribadah bagi konsumen.

3.3 Lokasi Penelitian, Responden, Teknik Sampling, dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Rumah Makan Uda Sayang yang berlokasi di Jl. Jendral Suprapto No. 16 Pelita, Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi untuk penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa rumah makan tersebut merupakan rumah makan yang ramai dikunjungi oleh konsumen, dan juga lokasi dari rumah makan ini cukup strategis yaitu di pusat kota, dekat dengan pasar dan sekolah.

Sampel yang digunakan diperoleh dari populasi di Rumah Makan Uda Sayang. Populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri atas obyek maupun subyek, kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Responden pada penelitian ini yaitu konsumen yang sedang berkunjung ke Rumah Makan Uda Sayang. Responden yang dipilih minimal berusia 17 tahun ke atas.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yakni *probability sampling*. Penentuan responden dilakukan dengan cara memberi nomor pada setiap meja dan mengundi nomor meja dengan menggunakan Microsoft Excel. Jumlah sampel yang diambil hanya satu orang dalam satu meja jika terdiri dari dua orang konsumen. Jika terdapat lebih dari dua orang konsumen, maka akan diambil dua orang saja untuk dijadikan sebagai responden dan jika ada satu keluarga hanya dipilih satu orang saja yang akan dijadikan responden. Jika di meja yang diundi tidak ada responden yang menempati, maka akan dilakukan pengundian ulang dan jika nomor meja yang sama telah keluar saat dilakukan pengundian dan konsumen yang berada di nomor meja tersebut bersedia untuk dijadikan responden, maka nomor meja tersebut dapat digunakan kembali untuk pengundian di hari yang sama. Jumlah meja yang ada di Rumah Makan Uda Sayang adalah sebanyak 15 meja.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara bertahap, dimulai dengan menentukan hari dan jam untuk wawancara yang telah ditetapkan secara sengaja. Hari yang ditetapkan adalah dua hari kerja yakni Rabu dan Kamis dan dua hari akhir pekan yakni Sabtu dan Minggu. Pengumpulan data dilakukan pada jam yang berbeda yaitu pada pukul 10.00-14.00 WIB dan pukul 16.00-20.00 WIB. Adanya perbedaan waktu dilakukan dengan pertimbangan bahwa akan terdapat kemungkinan perbedaan tingkah laku konsumen dan pendapat konsumen terhadap atribut atribut yang digunakan.

Penelitian ini dilakukan hampir satu bulan atau empat minggu pada Bulan November 2023 dengan jumlah sampel dalam satu minggu sebanyak 16 responden. Adanya pembagian responden per minggu dimaksudkan agar informasi yang didapatkan jelas dan wawancara yang dilakukan tidak terburu buru. Pada setiap wawancara, jumlah sampel yang diwawancarai sebanyak empat responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pembagian waktu dan jam wawancara responden

Waktu (WIB)	Sabtu (Orang)	Minggu (Orang)	Rabu (Orang)	Kamis (Orang)	Jumlah
Minggu Ke-1					
10.00-14.00	-	4	-	4	8
16.00-20.00	2	-	4	-	6
Minggu Ke-2					
10.00-14.00	-	4	-	4	8
16.00-20.00	4	-	4	-	8
Minggu Ke-3					
10.00-14.00	-	4	-	4	8
16.00-20.00	4	-	4	-	8
Minggu Ke-4					
10.00-14.00	-	2	-	4	6
16.00-20.00	4	-	4	-	8
Total					60

Menurut Sugiyono (2013), dalam penelitian kuantitatif, ukuran sampel minimal yang sering direkomendasikan adalah 30, terutama untuk penelitian yang menggunakan analisis statistik seperti korelasi atau regresi berganda, sehingga pada penelitian ini digunakan 30 responden hari kerja dan 30 responden akhir pekan. Oleh karena itu, pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 60 orang responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan pada bulan November 2023.

Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari dua bagian utama. Pertama berisikan terkait identitas responden, kedua berisikan butir-butir pertanyaan dengan jumlah 30 dengan rincian kepentingan sebanyak 15 dan kinerja sebanyak 15. Para konsumen yang dijadikan sampel dan bersedia untuk dijadikan responden akan diwawancara secara langsung dengan menggunakan bantuan kuesioner atau mengisi kuesioner sendiri.

Skala yang digunakan untuk memperoleh data subjek pada penelitian ini adalah *skala likert semantic differential*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, hanya saja bentuknya tidak merupakan pilihan ganda maupun checklist akan tetapi disusun dalam bentuk satu garis kontinum dengan jawaban sangat positif terletak di bagian kanan garis dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis atau sebaliknya (Yuliammi dan Marheni, 2019). Kuesioner dalam penelitian ini, pilihan jawaban yang paling positif yaitu sangat penting dan sangat puas berada pada bagian kanan dengan nilai 5, sedangkan pilihan jawaban yang paling negatif yaitu sangat tidak penting dan sangat tidak puas berada pada bagian kiri dengan nilai 1.

3.4 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Data merupakan sekumpulan informasi atau keterangan terhadap suatu objek yang memiliki karakteristik tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau pertama biasanya melalui narasumber yang dijadikan responden, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh lembaga pengumpul

data serta dipublikasikan kepada masyarakat (Sarwono, 2006). Data primer pada penelitian ini didapatkan dari hasil pengisian kuesioner/ wawancara dengan konsumen yang mengunjungi Rumah Makan Uda Sayang,

Data sekunder pada penelitian ini didapatkan melalui studi pustaka, literatur, penelitian terdahulu dan referensi dari internet. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat atau gambar. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau scoring (Sugiono, 2017). Metode pengambilan data pada penelitian ini yaitu studi kepustakaan, observasi, wawancara menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner yang digunakan diuji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu.

3.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji seberapa valid alat ukur dalam melakukan fungsinya. Menurut Sufren dan Natanael (2013), uji validitas merupakan gambaran tentang keabsahan alat ukur apakah pertanyaan-pertanyaan yang tersedia di kuesioner sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur. Nilai validitas didapatkan dengan mencari r hitung kemudian dibandingkan dengan r tabel. Adapun rumus dari uji validitas sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya koresponden

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item pertanyaan kuesioner (variabel x)

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item pertanyaan kuesioner (variabel y)

$\sum XY$ = Jumlah skor total

Validitas untuk mengukur valid tidaknya alat ukur dilakukan uji analisis butir dengan menggunakan software SPSS. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

Berdasarkan hasil uji menggunakan *Statistical Product and Service Science* (SPSS) versi 25 terhadap kuesioner dengan 16 jenis atribut kepentingan dan kinerja, nilai r tabel diperoleh sebesar 0,361 dan hasil hitung keseluruhan atribut lebih besar dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa 16 jenis atribut untuk tingkat kepentingan dan kinerja yang digunakan dalam penelitian ini telah valid. Data lengkap dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji validitas atribut kepentingan dan kinerja

No.	Atribut	Nilai Korelasi Atribut dengan Total Score	
		Kepentingan	Kinerja
1	Harga	0,594	0,661
2	Cita rasa	0,658	0,436
3	Keragaman menu	0,594	0,556
4	Porsi	0,667	0,436
5	Higieitas produk	0,664	0,661
6	Kecepatan pelayanan	0,611	0,411
7	Keramahan pramusaji	0,625	0,366
8	Ketelitian perhitungan	0,640	0,411
9	Penampilan pramusaji	0,463	0,643
10	Lokasi	0,667	0,463
11	Kenyamanan	0,512	0,669
12	Kelengkapan peralatan makan	0,428	0,551
13	Keterjaminan parkir	0,544	0,669
14	Toilet	0,380	0,463
15	Mushola	0,463	0,757
16	Wastafel	0,512	0,643

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang menggambarkan tingkat kestabilan alat ukur dalam mengukur suatu kejadian. Sehingga semakin tinggi nilai reliabilitas, maka semakin stabil juga alat ukur (Ghozali, 2006). Uji reliabilitas pada penelitian menggunakan

uji statistik Cronbach Alpha (α) dengan menggunakan alat bantu komputer SPSS. Menurut Sufren dan Natanael (2013), nilai reliabilitas dapat dikatakan baik apabila nilai Cronbach Alpha (α) sebesar 0,6 – 0,8. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan rumus berikut.

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_i = Reliabilitas instrument

K = Mean kuadrat antara subjek

$\sum s_i^2$ = Mean kuadrat kesalahan

s_t^2 = Varians total

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

No	Keterangan	Cronbach Alpha
1.	Kepentingan	0,734
2.	Kinerja	0,742

Berdasarkan Tabel 3, nilai *Cronbach Alpha* tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa 16 atribut kepentingan dan kinerja yang digunakan dalam kuesioner penelitian telah reliabel.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif dimana analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul. Jenis teknik analisis data deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Skala penelitian pada penelitian ini menggunakan skala likert lima tingkatan, untuk

mengukur tingkat kepentingan atribut dan kinerja pelayanan pada rumah makan. Nilai bobot tingkat kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai bobot tingkat kepentingan dan kinerja

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

Atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dalam 3 kelompok yaitu kelompok produk, perhatian, dan fasilitas. Atribut-atribut tersebut berjumlah 15 atribut yang akan digunakan untuk memperoleh data dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Kelompok atribut atribut penelitian dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Kelompok atribut atribut penelitian

Kelompok Atribut	Atribut
Produk	Harga Cita rasa (aroma, tekstur) Variansi menu Porsi Higienisitas produk
Perhatian	Kesigapan pelayanan Keramahan pramusaji Ketelitian perhitungan Penampilan pramusaji
Fasilitas	Lokasi Kenyamanan Kelengkapan peralatan makan Keterjaminan parkir Toilet Mushola

Sumber: Prasetyowati et al (2016), Bangun et al (2017), (Triani et al., 2016) Elisa et al (2017) dan (Meiliani et al., 2019).

3.5.1 Uji Mann Whitney

Uji *mann whitney* merupakan uji statistik non parametrik yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan median dua kelompok bebas jika skala data variabel terikatnya adalah ordinal atau rasio, tetapi tidak berdistribusi secara normal. Uji *mann whitney* dapat dilakukan dengan rumus berikut ini:

Keterangan:

U1 = jumlah peringkat 1

U2 = jumlah peringkat 2

n1 = jumlah sampel 1

n_2 = jumlah sampel 2

R1 = jumlah rangking pada sampel n1

Uji *mann whitney* pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS, yaitu melihat nilai *Asimp. Sig. (2-tailed)* yang tertera pada tabel hasil uji statistik. Taraf kepercayaan yang digunakan yaitu 5 persen ($\alpha=0,05$). Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari taraf kepercayaan 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut saat makan siang dan malam, begitupun sebaliknya.

3.5.2 Importance and Performance Analysis (IPA)

Importance and Performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur berbagai elemen dari suatu kualitas pelayanan menggunakan perangkingan untuk mengidentifikasi tindakan yang perlu dilakukan. Metode IPA dapat digunakan dalam menganalisa tingkat kepentingan dan kinerja dari suatu atribut. Menurut Simamora (2002), *Importance and Performance Analysis* adalah suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang mudah dilakukan dan berguna sebagai pengembangan program pemasaran yang efektif.

Menurut Suparanto (2006) langkah langkah untuk menganalisis dengan menggunakan metode IPA sebagai berikut:

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

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \quad \dots \dots \dots \quad (1)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad \dots \dots \dots \quad (2)$$

Keterangan :

\bar{x} = Bobot rata rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i

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

X_i = Skor penilaian kinerja atribut ke- i

Y_i = Skor penilaian kepentingan atribut ke- i

N = Jumlah responden

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

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n xi}{k} \quad \dots \dots \dots \quad (3)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k} \quad \dots \dots \dots \quad (4)$$

Keterangan :

\bar{x} = Nilai rata rata kinerja seluruh atribut

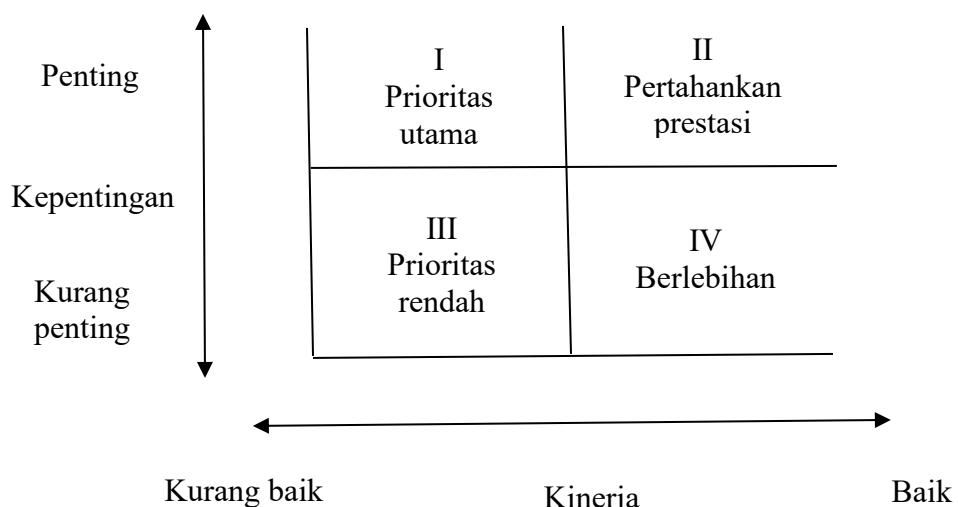
\bar{Y} = Nilai rata rata kepentingan seluruh atribut

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

\bar{Y}_I = Skor rata rata penilaian kepentingan atribut ke-*i*

K = Jumlah atribut yang mempengaruhi penilaian

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



Gambar 2. Diagram Kartesius

Berdasarkan diagram tersebut, maka dapat dirumuskan strategi yang dilakukan berkaitan dengan posisi masing masing atribut keempat kuadran tersebut yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran I (Prioritas utama)

Posisi ini memuat variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen namun pada kenyataannya kinerja dari variabel ini belum sesuai dengan yang diharapkan.

2. Kuadran II (Pertahankan prestasi)

Posisi ini memuat variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan konsumen

3. Kuadran III (Prioritas rendah)

Posisi ini memuat variabel-variabel yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan kenyataannya juga kinerjanya kurang istimewa.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Posisi ini memuat variabel-variabel yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, namun pelaksanaanya telah dilaksanakan dengan sangat baik.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Keadaan Umum Kota Bandar Lampung

4.1.1 Letak Geografis

Kota Bandar Lampung merupakan Ibukota Provinsi Lampung. Oleh karena itu, selain merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan, kota ini juga merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah Lampung. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis, karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antar Pulau Sumatera dan Pulau Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan Kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan, industri dan pariwisata. Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada $5^{\circ}20'$ sampai dengan $5^{\circ}30'$ lintang selatan, dan $105^{\circ}28'$ sampai dengan $105^{\circ}37'$ bujur timur. Ibukota Provinsi Lampung ini berada di Teluk Lampung yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatera. Secara administratif, Kota Bandar Lampung memiliki batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedong Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.

- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024).

Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 183,77 km² yang terdiri dari 20 kecamatan dan 126 kelurahan, dengan masing-masing kecamatan yaitu Teluk Betung Barat, Teluk Betung Timur, Teluk Betung Selatan, Bumi Waras, Panjang, Tanjung Karang Timur, Kedamaian, Teluk Betung Utara, Tanjung Karang Pusat, Enggal, Tanjung Karang Barat, Kemiling, Langkapura, Kedaton, Rajabasa, Tanjung Senang, Labuhan Ratu, Sukarame, Sukabumi, dan Way Halim (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024).

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter di atas permukaan laut. Di tengah-tengah kota mengalir beberapa sungai dan sebagian wilayah Kota Bandar Lampung merupakan perbukitan. Topografi Kota Bandar Lampung terdiri dari daerah pantai yaitu sekitar Teluk Betung bagian selatan dan Panjang, daerah perbukitan yaitu sekitar Teluk Betung bagian utara, daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang bagian Barat yang dipengaruhi oleh gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok di bagian Timur Selatan, dan Teluk Lampung dan pulau-pulau kecil bagian Selatan (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024).

4.1.2 Kondisi Iklim

Berdasarkan klasifikasi Schmidt dan Ferguson, iklim Kota Bandar Lampung adalah Tipe A, dan menurut zona agroklimat Aldeman tahun 1978, diklasifikasikan sebagai Zona D3, yang berarti lembab sepanjang tahun. Curah hujan berkisar antara 1.857 hingga 2.454 mm/tahun. Jumlah hari hujan adalah 76-166 hari per tahun. Kelembaban berkisar antara 60 hingga 85% dan suhu udara 23-37°C. Kecepatan angin berkisar antara 2,78-3,80 knot dengan arah angin dari barat (November-

Januari), utara (Maret-Mei), timur (Juni-Agustus), dan selatan (September-Oktober) (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024).

Curah hujan maksimum merupakan parameter iklim yang sangat penting untuk perencanaan kota, karena berhubungan langsung dengan banjir dan desain sistem drainase. Berdasarkan data 14 tahun yang tercatat di stasiun klimatologi Pahoman dan Sumur Putri (Kecamatan Teluk Betung Utara) dan Sukamaju Kubang (Kecamatan Panjang), curah hujan maksimum terjadi antara bulan Desember hingga April mencapai 185 mm/hari (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024).

4.1.3 Kondisi Demografis

Menurut BPS Kota Bandar Lampung (2024), penduduk di Kota Bandar Lampung berjumlah 1.100.109 jiwa dengan sex ratio 102, yang berarti jumlah penduduk laki-laki lebih banyak daripada penduduk perempuan. Kepadatan penduduk terbesar terdapat di Kecamatan Tanjung Karang Timur yakni 18.619 jiwa/km 2 , sedangkan kecamatan terkecil kepadatan penduduknya adalah Kecamatan Teluk Betung Barat yaitu 2.110 jiwa/km 2 . Jumlah penduduk dan laju pertumbuhan penduduk menurut kecamatan di Kota Bandar Lampung tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 5.

Jumlah penduduk terbanyak di Kota Bandar Lampung berada pada Kecamatan Kemiling sebanyak 86.300 jiwa dengan laju pertumbuhan sebesar 1,636 persen. Kecamatan dengan jumlah penduduk terendah berada pada Kecamatan Enggal sebanyak 27.750 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar -0,294 persen (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024).

Tabel 6. Jumlah penduduk dan laju pertumbuhan penduduk menurut kecamatan di Kota Bandar Lampung Tahun 2023

No	Kecamatan	Penduduk (Ribu jiwa)	Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun 2021–2023(%)
1.	Teluk Betung Barat	27,75	1,216
2.	Teluk Betung Timur	38,53	0,538
3.	Teluk Betung Selatan	38,54	-0,256
4.	Bumi Waras	39,36	-0,308
5.	Panjang	43,37	0,229
6.	Tanjung Karang Timur	48,21	-0,37
7.	Kedamaian	49,93	0,476
8.	Teluk Betung Utara	50,33	0,164
9.	Tanjung Karang Pusat	50,59	-0,71
10.	Enggal	52,39	-0,294
11.	Tanjung Karang Barat	53,46	0,716
12.	Kemiling	55,96	1,636
13.	Langkapura	58,17	2,045
14.	Kedaton	62,4	-0,116
15.	Rajabasa	63,19	1,733
16.	Tanjung Senang	67,14	1,648
17.	Labuhan Ratu	68,47	0,614
18.	Sukarame	73,18	0,652
19.	Sukabumi	74,86	1,369
20.	Way Halim	86,30	0,709
Bandar Lampung		1.100,11	0,655

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024

Kondisi geografis Kota Bandar Lampung dengan jumlah penduduk 1.100.109 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,665 persen dapat diartikan sebagai kota yang cukup padat penduduk, sehingga Rumah Makan Padang Uda Sayang memiliki posisi yang strategis untuk menjual produk yang disediakan. Rumah Makan Padang Uda Sayang terletak di Kecamatan Tanjung Karang Pusat. Kecamatan tersebut merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak ke-9 dari 20 kecamatan yang ada. Berdasarkan jumlah penduduk, Kecamatan Tanjung Karang Pusat berada pada kategori sedang dan cocok dijadikan sebagai lokasi membuka rumah makan. Hal tersebut karena lokasinya yang berada di keramaian (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024).

4.2 Keadaan Umum Rumah Makan Padang Uda Sayang

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Padang Uda Sayang yang terletak di Jalan Jendral Suprapto, Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung. Bangunan Rumah Makan Padang Uda Sayang merupakan milik sendiri sehingga pemilik tidak mengeluarkan biaya sewa tempat. Rumah Makan Padang Uda Sayang memiliki luas lokasi usaha sebesar 600m² dengan luas bangunan 100m². Rumah Makan Uda Sayang memiliki karyawan berjumlah 15 orang dengan 12 karyawan laki-laki dan 3 orang karyawan perempuan. Berbeda dari kebanyakan Rumah Makan Padang yang menggunakan sistem penyajian, Rumah Makan Padang Uda Sayang menerapkan sistem prasmanan dimana konsumen dapat mengambil sendiri makanan yang ada di meja. Setelah konsumen mengambil makanan selanjutnya pembayaran dilakukan di kasir dan hanya lauk saja yang dihitung sedangkan nasi tidak, sehingga bisa tambah sesuai keinginan konsumen.

Rumah Makan Padang Uda Sayang berdiri sejak tahun 2003. Sebelumnya, Rumah Makan Padang Uda Sayang memiliki 3 cabang yaitu berlokasi di Kecamatan Tanjung Karang Pusat sebagai cabang utama, kemudian di Jalan Pangeran Antasari Keacamatan Sukarami, dan di Kecamatan Kedaton. Namun karena tidak adanya kemajuan dari kedua cabang tersebut akhirnya pemilik memutuskan untuk menutup kedua cabang tersebut dan memutuskan untuk tidak membuka cabang. Rumah Makan Padang Uda Sayang memiliki motto “pelanggan puas perut kenyang” dimana berdasarkan motto tersebut pemilik Rumah Makan Padang Uda Sayang ingin menjadi salah satu rumah makan padang yang digemari oleh pelanggan. Jumlah pelanggan per hari bisa mencapai 100-200 orang. Lokasi Rumah Makan Padang Uda Sayang dapat dilihat dapat dilihat pada Gambar 3

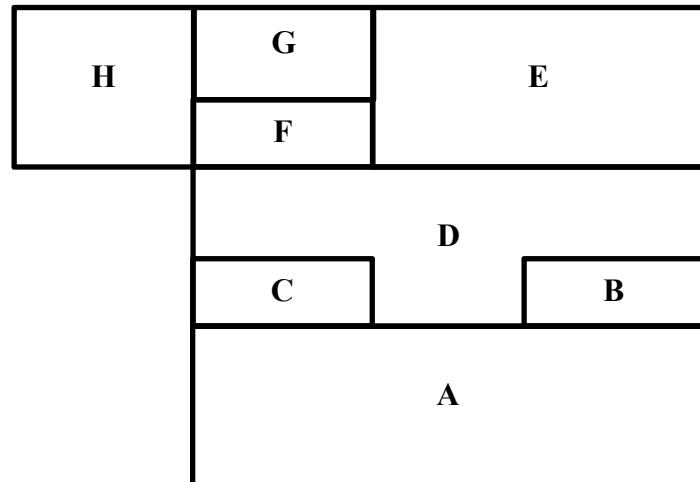


Gambar 3. Peta lokasi Rumah Makan Padang Uda Sayang

Rumah Makan Padang Uda Sayang memiliki beragam menu yang disajikan, seperti ayam goreng, ikan mas bakar, dendeng, ayam bakar, kikil, belut goreng, simba goreng, kepala ikan simba, rendang, ikan mas goreng, ikan nila bakar dan masih banyak lagi. Menu yang paling diminati oleh pelanggan yaitu telur dadar, ikan goreng, ayam goreng, ayam panggang, serta lauk yang berkuah santan khas padang. Selain membuka outlet, Rumah Makan Padang Uda Sayang juga menerima pesanan berupa nasi kotak yang biasanya dipesan oleh akademisi untuk konsumsi kegiatan di sekolah. Harga nasi kotak yaitu Rp28.000,00 dengan lauk ayam, rendang, atau 2 potong ikan tergantung pesanan dari konsumen.

Rumah Makan Padang Uda Sayang melayani pembelian secara langsung di *outlet*, juga menyediakan variasi pemasaran menggunakan Gojek dan Grab. Jam operasional yang Rumah Makan Padang Uda Sayang adalah pukul 07.00 WIB sampai 20.00 WIB, namun terkadang bisa tutup kurang dari maupun lebih dari waktu tersebut karena Rumah Makan Padang Uda Sayang akan tutup jika lauk yang disajikan sudah habis. Rumah Makan Padang Uda Sayang ramai pada waktu makan siang karena lokasinya yang berada di pusat kota sehingga banyak anak sekolah maupun karyawan swasta

yang datang untuk makan siang. Omset yang dihasilkan oleh Rumah Makan Padang Uda Sayang yaitu Rp5.000.000,00 dalam satu kali produksi. Karyawan yang bekerja di Rumah Makan Padang Uda Sayang diberi upah sebesar Rp50.000,00 hingga Rp150.000,00 per hari di mana Rp50.000,00 merupakan upah karyawan baru dan upah paling besar diterima oleh karyawan bagian dapur. Fasilitas kerja yang didapat yaitu makan tiga kali sehari. Stok bahan masakan yang didapatkan berasal dari pemasok tetap yang sudah menjadi langganan pemilik Rumah Makan Padang Uda Sayang. Fasilitas yang terdapat di Rumah Makan Padang Uda Sayang yaitu WC, mushola, meja makan, tempat parkir motor dan mobil, wastafel, cermin, kipas angin, dan tempat wudhu. Berikut layout Rumah Makan Padang Uda Sayang.



Gambar 4. Layout Rumah Makan Padang Uda Sayang

Keterangan:

- A : Area parkir
- B : Area prasmanan
- C : Kasir
- D : Area meja makan
- E : Dapur
- F : Wastafel
- G : Toilet
- H : Mushola

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian di Rumah Makan Padang Uda Sayang sebagai berikut:

1. Atribut-atribut Rumah Makan Padang Uda Sayang yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu atribut keterjaminan parkir, toilet, lokasi menurut pembeli pada waktu makan malam, dan mushola menurut pembeli pada waktu makan siang.
2. Atribut-atribut Rumah Makan Padang Uda Sayang yang perlu dipertahankan kinerjanya yaitu atribut harga, cita rasa, keragaman menu, porsi, higienitas produk menurut pembeli pada waktu makan malam, dan lokasi menurut pembeli pada waktu makan siang, dan kecepatan pelayanan.
3. Atribut-atribut Rumah Makan Padang Uda Sayang yang kinerjanya berlebihan yaitu ketelitian perhitungan, keramahan pramusaji menurut pembeli pada waktu makan malam, dan kenyamanan menurut pembeli pada waktu makan siang.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha rumah makan, khususnya di Rumah Makan Uda Sayang, disarankan untuk segera meningkatkan kualitas fasilitas fisik seperti keterjaminan parkir, toilet, dan mushola, karena atribut-atribut tersebut berada di kuadran prioritas utama dalam *Importance Performance Analysis* (IPA). Selain

itu, tetap pertahankan mutu cita rasa, harga, dan keragaman menu karena menjadi daya tarik utama konsumen. Perbaikan dan pemeliharaan ini akan menunjang kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas.

2. Bagi wirausaha pemula yang akan membuka usaha di bidang rumah makan, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dalam merancang strategi pelayanan, khususnya dengan memprioritaskan atribut-atribut yang dinilai penting oleh konsumen seperti rasa makanan, variasi menu, kecepatan pelayanan, serta kenyamanan fasilitas ibadah dan parkir. Memastikan aspek-aspek ini dapat memenuhi ekspektasi konsumen sejak awal akan memberikan nilai kompetitif di tengah ketatnya persaingan kuliner.
3. Penelitian ini dapat dijadikan acuan metodologis dan tematik untuk riset lanjutan mengenai kepuasan pelanggan rumah makan atau bisnis jasa serupa. Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terbukti efektif dalam mengidentifikasi area prioritas perbaikan dan mempertahankan keunggulan. Peneliti lain dapat mengembangkan studi ini dengan menambah variabel seperti loyalitas pelanggan, citra merek, atau membandingkan dengan rumah makan lainnya di kota yang berbeda untuk memperluas generalisasi hasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, E., Indriani, Y., dan Adawiyah, R. 2021. Pengambilan Keputusan Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Paket Nasi Liwet di RM SASA Bandar Lampung. *Jurnal Jurnal Ilmu Agribisnis*. 9 (2). 325-332.
- Amstrong, G., Kotller. 2017. *Prinsciples of Marketing*. 17th red. New York.
- 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 Jurnal Ilmu Agribisnis*. 1(2). 118-125
- Arifin, dan Biba, A. 2018. *Pengantar agribisnis*. Universitas Muslim Maros. Makassar.
- Austin, J.E. 1992. *Agroindustrial Project Analysis Critical Design Factors: EDI Series in Economic Development*. John Hopkins Univ. Press. Baltimore
- Azaria, R., Widjaya, S., dan Riantini, M. 2020. Sikap dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan “XXX” Lamongan di Bandar Lampung. *Jurnal Jurnal Ilmu Agribisnis*. 8 (4). 712-717.
- Badan Pusat Statistik, (2021). *Jumlah Rumah Makan dan Restoran Menurut Kecamatan 2021*. Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. Lampung.
- Bangun, Y. F. B., Indriani, Y., dan Soelaiman, A. 2017. Sikap dan kepuasan pembeli Rumah Makan Ayam Penyet Hang Dih Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 5(1), 101–108.
- Beker Brian E, Hunselid Mark A, dan Ulrich .2001. *The HR Scorecard : Linking People, Strategy and Performance*. Harvard Business School Press, Boston, Masachucetts.
- Bilson, S. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Pustaka Utama. Surabaya.

- Astuti, D., Shinta, A., dan Isaskar, R. 2012. *Ilmu perilaku konsumen*. Malang: UB Press.
- Elisa., Hudoyo, A., dan Soelaiman, A. 2017. Identifikasi Atribut Kepuasan Pembeli dan Pelayanan Restoran Steak di Kota Bandar Lampung. *Jurnal-Jurnal Ilmu Agribisnis*. 5(1), 109–115.
- Erickson, S. P., dan Downey, W. D. 1992. *Manajemen agribisnis* (R. Ganda S. & A. Sirait, Penerj.; edisi ke- 2). Indonesia: Erlangga. Jakarta.
- Fitriani, L., Nurhadi, E., dan Parsudi, S. 2018. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H.Tukri Shobikun. *Jurnal Berkah Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*. 7 (2). 116-130.
- Ghozali, I. 2006 . *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (edisi ketujuh). Universitas Diponogoro. Semarang.
- Gunawan, A. F., dan Priatna, W. B. 2015. Tingkat Kepuasan Pembeli Terhadap Restoran Happy Cow Steak Bogor Jawa Barat. *Jurnal IPB* 05(02), 139–158.
- 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.
- Hutajulu, Y, F,E. Hudoyo, A. dan Saleh, Y. 2022. Analisis Kinerja Atribut Rumah Makan Mbok Jum Way Halim Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*.
- 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), 51–60.
- Khairi, M., Yunita, Y., dan Rahmatillah, I. 2022. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Bu Cucu Menggunakan Metode Importance Performance Analysys dan Tree Diagram. *Jurnal Institut Teknologi Bandung*.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran* (edisi kesebelas). PT. Index Gramedia. Jakarta.
- Kotler. 1997. *Manajaemen Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta.
- Kurniati, E. 2016. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Baytat Bengkulu. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*. 8 (2). 67-75.

- 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*. 11 (3). 347-353.
- Marsum, A.W. 2008. *Restoran dan Segala Permasalahannya (edisi keempat)*. Andi. Yogyakarta.
- Meiliani, M., Indriani, Y., dan Abidin, Z. Identifikasi Atribut Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Makan Bakso di Lingkungan Universitas Lampung. *Jurnal Jurnal Ilmu Agribisnis*. 7 (2). 172-178.
- Ninemeier, J. D dan Hayes, D.K. 2006. *Hotel Operation Management*. Upper Saddle River, NJ. Pearson Education. Inc.
- Nurainy, F., Rangga, A., dan Prayoga, M. R. 2018. Perilaku dan Kepuasan Konsumen Mahasiswa Universitas Lampung Terhadap Makanan Cepat Saji Menu Utama Ayam Bakar. *Jurnal Teknologi dan Industri Hasil Pertanian*. 24 (2). 77-87.
- Prasetyowati, A., Hudoyo, A., dan Rangga, K. K. 2016. Identifikasi Atribut Kepuasan Pembeli dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam di Kota Bandar Lampung. *Jurnal-Jurnal Ilmu Agribisnis*. 4(4), 384–390.
- Rahmasanti, D., Indriani, Y., Sayekti, W. D. 2021. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Produk Ayam Bakar ABMJ Melalui E-Commerce Gojek di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*. 9 (3). 500-507.
- Ramapuram, T. E., dan Batra, A. 2006. *The effect of Restaurant Attributes on Customers' Overall Perception and Return Patronage : A Case Study of Ebony Restaurant, Bangalore India*.
- Rohasti, E., Sayekti, W. D., dan Ismono, R. H. 2017. Penggunaan Daging Sapi Pada Rumah Makan Padang di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 5(3), 312-319
- Saliem et al., 2005. *Manajemen Ketahanan Pangan Era Otonomi Daerah dan Perum Bulog*. PSEKP-Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian. Jakarta
- Samuel et al., (1996). *Research Funding for Australian Agribusiness: Some Empirical Evidence*. Journal. Australian Agribusiness Review - Vol. 4 - No. 2 - 1996. Australia: Department of Agriculture, University of Melbourne dan Department of Marketing Management, University of New England.

- Said, G., dan Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Sarwono, J. 2006. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Sarwono. 2006. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Sihite, R. 2000. *Hotel Management (Pengolahan Hotel)*. SIC. Surabaya.
- Soekartawi. 1993. *Risiko dan Ketidakpastian Dalam Agribisnis*. Bpfe. Jakarta
- Sufren dan Natanael, Y. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS secara otodidak*. Kompas Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Yuliarmi dan Marheni. 2019. *Metode riset jilid 2*. Cv sastra utama. Denpasar.
- Tafuli, C. R. V. Hartono, B. dan Nugroho, B. A. 2013. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Atribut Daging Sapi Bali Beredar di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Sains Peternakan*. 11 (1). 19-25.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran (edisi ketiga)*. Andi. Jakarta.
- Tjiptono. 2001. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2000. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wahyuliana, S. 2020. Analisis Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Amalia Komplek Bumi Mas Kota Banjarmasin. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Antasari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Banjarmasin.
- Wulandari, T., Asriani, S.P., dan Priyono, B. S. 2022. Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Makanan Tradisional Lemang Tapai di Pekan Masat Desa Ulak Lebar Kecamatan Pino Kabupaten Bengkulu Selatan. *Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Unila*. 8 (1). 1-12.
- Wulandari, F., Indriani, Y., dan Riantini, M. 2022. Tingkat Kepuasan Konsumen dan Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Pempek NR di Kota Bandar Lampung. *Journal of Agriculture and Social Development*. 1 (1). 15-21.