

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX*
(Studi Kasus : *C'Bezt* Taman Griya)

Pinondang Simanjuntak, I Ketut Satriawan*, Sri Mulyani

PS Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit
Jimbaran, Badung, Kode pos : 80361; Telp/Fax : (0361) 701801.

Diterima 28 Nopember 2018 / Disetujui 21 Maret 2019

ABSTRACT

The purpose of this study was to know the attributes that are considered important by consumers and to know the level of customer satisfaction at C'Bezt Taman Griya. The method used is Slovin Method for determining samples and customer satisfaction index (CSI) method for data processing. Tests for reliability and validity were carried out at Jaya Fried Chicken Siligita and research site in C'Bezt Taman Griya. The number of samples used was 97 respondents. The attributes that are considered important by consumers based on the level of importance are the taste of food, the behavior of employees in serving consumers, and cleanliness of the location. Based on the level of satisfaction is the speed in serving consumers, taste of food, seriousness in serving consumers. The level of customer satisfaction C'Bezt Taman Griya is 74.63% with the level of Customer Satisfaction criteria that is satisfied.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Conumen Satisfaction Index, C'Bezt.*

*Korespondensi Penulis:
Email : satriawan@unud.ac.id

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk Indonesia mengalami peningkatan jumlah setiap tahunnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika tahun 2016, jumlah penduduk Indonesia sebanyak 261.1 juta jiwa. Peningkatan jumlah penduduk berdampak terhadap kebutuhan pangan yang semakin meningkat. Peningkatan kebutuhan pangan membuka lebar bisnis restoran terutama restoran cepat saji. Perkembangan restoran cepat saji di Indonesia sangat pesat terutama restoran cepat saji dibidang *fried chicken*, salah satunya adalah *C'Bezt Fried Chicken*. *C'Bezt Fried Chicken* merupakan salah satu restoran cepat saji yang menjual berbagai makanan dan minuman. *C'Bezt Fried Chicken* tersebar di beberapa pulau di Indonesia yaitu: Sumatera, Jawa, Lombok dan Bali. Salah satu cabang *C'Bezt Fried Chicken* di Bali berlokasi di Jalan Danau Batur Raya, Taman Griya.

Kepuasan merupakan rasa senang konsumen setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk (Kotler, 2002). Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang muncul atas perbandingan antara ekspektasi dan persepsi yang diterimanya (Ambarini *et al.*, 2014). Dari kedua defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan respon antara persepsi dan ekspektasi yang diterima konsumen baik atau buruk. Terdapat sejumlah penelitian yang membahas tentang kepuasan konsumen. Pada penelitian *Burger King* yang berada di Bali menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Sanjiwara *et al.*, 2015).

C'Bezt Fried Chicken Taman Griya waktu pertama kali buka sangat ramai diminati konsumen. Setiap bulannya konsumen *C'Bezt* bisa mencapai 4.000

konsumen. Tahun 2018, konsumen *C'Bezt* mengalami penurunan dari 4.000 konsumen menjadi 3.000 konsumen setiap bulannya. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen di *C'Bezt Fried Chicken* Taman Griya.

Beberapa metode yang bisa digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi atribut-atribut yang dimiliki oleh perusahaan berdasarkan tingkat kepentingannya seperti metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA), *Fuzzy-Servqual* serta model Kano. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Customer Satisfaction Index*. *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. *Customer Satisfaction Index* merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur (Syukri, 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di *C'Bezt* Taman Griya yang berlokasi di Jalan Danau Batur Raya, Taman Griya dan Laboratorium Sistem Manajemen Industri, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana. Penelitian dilaksanakan dari Juli hingga September 2018. Metode yang digunakan untuk analisis data adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Slovin* digunakan untuk menentukan jumlah sampel. Penelitian ini menggunakan kuisisioner, kuisisioner ditujukan terhadap konsumen *C'Bezt* Taman Griya di Jalan Danau Batur Raya, Taman Griya.

Tahapan penelitian dimulai dengan survei pendahuluan, dilakukan dengan cara observasi secara langsung ke lokasi

penelitian untuk dapat mengetahui gambaran umum tentang Perusahaan *C'Bezt* Taman Griya. Tahapan selanjutnya membuat rumusan masalah penelitian dan tujuan penelitian kemudian mengidentifikasi atribut penelitian untuk mendapatkan atribut-atribut kualitas produk dan pelayanan di *C'Bezt* Taman Griya, yang menjadi faktor pengaruh kepuasan konsumen. Atribut penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Slovin*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden dari

3.000 konsumen, kemudian dilakukan penyusunan kuisioner penelitian. Kuisioner penelitian diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya, apabila sudah valid dan reliabel dilanjutkan ke tahap pengumpulan data. Tahap selanjutnya adalah analisis data dengan metode *Customer Satisfaction Index* menggunakan aplikasi *Microsoft excel*. Faktor-faktor yang diamati dalam penelitian ini adalah atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan tingkat kepuasan konsumen di *C'Bezt* Taman Griya.

Tabel 1. Atribut penelitian

No.	Kualitas Produk	Variabel
1	Makanan	Variasi menu makanan Penyajian/ <i>plating</i> makanan Rasa makanan
2	Minuman	Variasi menu minuman Penyajian/ <i>plating</i> minuman Rasa minuman
3	Harga	Kesesuaian harga makanan dengan porsi Kesesuaian harga minuman dengan porsi Kesesuaian harga makanan dengan kualitas Kesesuaian harga minuman dengan kualitas
4	Promosi	Penggunaan <i>social media</i> Potongan harga <i>Member card</i> Membuka <i>booth</i> dalam <i>event</i>
5	<i>Tangible</i>	Parkir Toilet Kebersihan lokasi Desain interior Peralatan yang digunakan Penampilan karyawan Fasilitas <i>wifi</i>
6	<i>Reliability</i>	Ketepatan penyajian pesanan Kecepatan waktu penyajian
7	<i>Responsiveness</i>	Kecepatan dalam melayani konsumen
8	<i>Assurance</i>	Pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan Kenyamanan konsumen pada saat berada di <i>C'Bezt</i> Perilaku karyawan dalam melayani konsumen
9	<i>Emphaty</i>	Pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial Kesungguhan dalam melayani konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Reliabilitas dan Validitas

Uji reliabilitas dan validitas dilakukan di Jaya *Fried Chicken* (JFC) Siligita. Berdasarkan uji reliabilitas kuisioner tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dengan menggunakan metode *alpha Cronbach dan product moment* didapat hasil koefisien *alpha* (α) sebesar 0.89 dan 0.93, sedangkan *r* tabel ($\alpha=0.1$) sebesar 0.29. Dapat disimpulkan bahwa setiap atribut tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan kuisioner valid dan reliabel karena nilai *alpha Cronbach* dan *product Moment* yang didapat lebih besar dari nilai *r* table.

Karakteristik Responden

Data profil responden di C'Bezt Taman Griya diperoleh dari kuisioner yang telah disebarakan sebelumnya. Dari 97 kuisioner yang telah disebarakan diperoleh data responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40 orang (41%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang (59%). Dari 97 responden yang telah disebarakan, jumlah responden yang berumur 17 sampai 25 tahun sebanyak 69 orang (71%), responden yang berumur 26 sampai 35 tahun sebanyak 16 orang (17%) dan responden yang berumur 36 sampai 50 tahun sebanyak 12 orang (12%). Berdasarkan jenis pekerjaan responden, dari 97 responden terdapat 47 orang (49%) yang berstatus mahasiswa/pelajar, 12 orang (12%) merupakan wiraswasta, 31 orang (32%) merupakan pegawai swasta, dan 7 orang (7%) merupakan ibu rumah tangga.

Jenis pekerjaan dengan tingkat pengunjung tertinggi adalah mahasiswa/pelajar dan berdasarkan umur, tingkat pengunjung tertinggi adalah 17 sampai 25 tahun. Mahasiswa/pelajar menjadi pengunjung yang tertinggi dikarenakan C'Bezt Taman Griya dekat dengan lokasi kampus sehingga konsumen C'bezt Taman

Griya lebih banyak mahasiswa/pelajar. Hal ini didukung dengan tingkat umur pengunjung yang tertinggi adalah 17 sampai 25 tahun. Dimana rata rata umur mahasiswa/ pelajar 17 sampai 25 tahun. Berdasarkan jenis kelamin, tingkat pengunjung tertinggi adalah wanita.

Analisis Atribut yang Dianggap Penting oleh Konsumen

Atribut dalam kuisioner yang dianggap penting oleh konsumen diperoleh dengan cara menghitung jumlah skor setiap atribut sehingga didapat atribut berdasarkan tingkat kepentingannya. Semakin besar nilai skor yang didapat dalam setiap atribut maka semakin besar tingkat kepentingan atribut berdasarkan penilaian konsumen. Hasil perhitungan nilai atribut yang dianggap penting dapat dilihat pada Tabel 2 dan 3.

Atribut tingkat kepentingan yang mendapat skor rata-rata terbesar adalah atribut rasa makanan dengan skor rata-rata (4.76), perilaku karyawan dalam melayani konsumen (4.66), kebersihan lokasi (4.63), kenyamanan konsumen pada saat berada di C'Bezt (4.63), kebersihan toilet (4.6), dan rasa minuman (4.6). Atribut yang mendapat skor rata-rata terkecil adalah atribut membuat *member card* dengan skor rata-rata (3.22). Rasa makanan dan minuman merupakan faktor yang dianggap penting oleh konsumen. Rasa makanan dan minuman yang enak membuat konsumen merasa puas, jika konsumen puas terhadap rasa makanan maka konsumen akan kembali membeli makanan dan merekomendasikan makanan tersebut pada teman dan keluarga. Salah satu cara supaya konsumen nyaman di C'Bezt dengan menjaga kebersihan lokasi dan toilet supaya konsumen betah berada di C'bezt Taman Griya. Perilaku karyawan yang baik dapat meningkatkan rasa senang konsumen, salah satu cara meningkatkan perilaku karyawan kepada konsumen dengan mengucapkan salam dan senyum kepada konsumen.

Tabel 2. Penilaian atribut oleh konsumen pada tingkat kepentingan

No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan
1	Rasa makanan	4.76	16	Kesesuaian harga makanan dengan porsi	4.44
2	Perilaku karyawan dalam melayani konsumen	4.66	17	Ketersediaan lahan parkir	4.35
3	Kebersihan lokasi	4.63	18	Peralatan yang digunakan	4.21
4	Kenyamanan konsumen pada saat berada di <i>C'Bezt</i>	4.63	19	Variasi menu makanan	4.18
5	Kebersihan toilet	4.60	20	Potongan harga	4.18
6	Rasa Minuman	4.60	21	Penampilan karyawan	4.15
7	Kesesuaian harga makanan dengan kualitas	4.59	22	Variasi menu minuman	4.01
8	Kesungguhan dalam melayani konsumen	4.58	23	Penyajian/ <i>Platting</i> makanan	3.99
9	Pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan	4.56	24	Penyajian/ <i>Platting</i> minuman	3.94
10	Kesesuaian harga minuman dengan kualitas	4.56	25	Penggunaan <i>social media</i>	3.94
11	Kecepatan dalam melayani konsumen	4.54	26	Ketersediaan internet (<i>wifi</i>)	3.76
12	Pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	4.54	27	Desain interior	3.69
13	Kecepatan penyajian pesanan	4.52	28	Membuka <i>booth</i> pada <i>event-event</i>	3.42
14	Kesesuaian harga minuman dengan porsi	4.46	29	Membuat <i>member card</i>	3.22
15	Ketepatan penyajian pesanan	4.45			

Atribut tingkat kepuasan yang dianggap penting oleh konsumen yang mendapat skor rata-rata terbesar adalah atribut kecepatan dalam melayani konsumen (3.98), kesungguhan dalam melayani konsumen dan rasa makanan (3.97), ketepatan penyajian pesanan (3.95), kecepatan penyajian pesanan

(3.95), kesesuaian harga makanan dengan porsi (3.95), dan kesesuaian harga makanan dengan kualitas (3.95). Atribut yang mendapat skor rata-rata terkecil adalah ketersediaan internet/*wifi* (2.91). Kecepatan dalam melayani konsumen dianggap, konsumen menginginkan suatu pelayanan

yang cepat dan tidak menunggu lama dengan cara meningkatkan kecepatan dan ketepatan penyajian pesanan. Konsumen menginginkan kualitas produk yang bagus dan porsi makanan sesuai dengan harga yang dibayarkan karena konsumen tidak mau rugi. Harga yang dibayar harus sesuai dengan

produk yang diterima. Pelayanan yang diberikan terhadap konsumen harus totalitas dan tidak memandang status sosial konsumen. Setiap konsumen memiliki hak dan kewajiban yang sama. Perbedaan pelayanan terhadap konsumen membuat kesenjangan sosial dan rasa cemburu antar konsumen.

Tabel 3. Penilaian atribut oleh konsumen pada tingkat kepuasan

No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan
1	Kecepatan dalam melayani konsumen	3.98	16	Penampilan karyawan	3.84
2	Kesungguhan dalam melayani konsumen	3.97	17	Rasa Minuman	3.81
3	Rasa makanan	3.97	18	Peralatan yang digunakan	3.80
4	Ketepatan penyajian pesanan	3.95	19	Penyajian/ <i>Platting</i> yang menarik	3.69
5	Kecepatan penyajian pesanan	3.95	20	Variasi menu minuman	3.61
6	Kesesuaian harga makanan dengan porsi	3.95	21	Desain interior	3.60
7	Kesesuaian harga makanan dengan kualitas	3.95	22	Ketersediaan lahan parkir	3.58
8	Pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	3.93	23	Penyajian/ <i>Platting</i> yang menarik	3.53
9	Pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan	3.92	24	Kebersihan toilet	3.44
10	Variasi menu makanan	3.91	25	Potongan harga	3.40
11	Kenyamanan konsumen pada saat berada di <i>C'Bezt</i>	3.90	26	Penggunaan <i>social media</i>	3.31
12	Perilaku karyawan dalam melayani konsumen	3.90	27	Membuka <i>booth</i> pada <i>event-event</i>	3.20
13	Kesesuaian harga minuman dengan porsi	3.89	28	Membuat <i>member card</i>	3.03
14	Kesesuaian harga minuman dengan kualitas	3.88	29	Ketersediaan internet (<i>wifi</i>)	2.91
15	Kebersihan lokasi	3.84		Penampilan karyawan	

Nilai rata-rata setiap atribut kuisioner

pada tingkat kepuasan lebih besar dari pada

nilai rata rata setiap atribut tingkat kepentingan. Hal ini berarti, pelayanan yang diberikan C'Bezt Taman Griya belum sesuai dengan yang diinginkan konsumen, sehingga konsumen C'Bezt Taman Griya mengalami penurunan jumlah dari 4.000 menjadi 3.000 konsumen.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

Setelah dilakukan penelitian dan perhitungan CSI, didapat score tingkat kepuasan konsumen C'Bezt Taman Griya

sebesar 74.63%. Hasil perhitungan tingkat Kepuasan Konsumen didapat dengan cara: jumlah total *Weight Score* yang didapat (3.73) dibagi dengan nilai skala likert terbesar (5) kemudian dikali dengan 100%. Hasil ini sesuai dengan pendapat Sunaryo *et al.*, (2015) yang menyatakan bahwa nilai berada pada kriteris nilai CSI puas. Score kriteria puas memiliki kisaran 61%-80%. Hasil perhitungan Nilai CSI dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis CSI di C'Bezt Taman Griya

No	Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan (Y)	Rata-rata Tingkat Kepuasan (X)	Weight Factor (%)	Weight Score
1	Ketersediaan lahan parkir	4.35	3.58	3.50	0.13
2	Kebersihan toilet	4.60	3.44	3.70	0.13
3	Kebersihan lokasi	4.63	3.84	3.73	0.14
4	Desain interior	3.69	3.60	2.97	0.11
5	Peralatan yang digunakan	4.21	3.80	3.39	0.13
6	Penampilan karyawan	4.15	3.84	3.35	0.13
7	Ketersediaan internet (<i>wifi</i>)	3.76	2.91	3.03	0.09
8	Ketepatan penyajian pesanan	4.45	3.95	3.59	0.14
9	Kecepatan penyajian pesanan	4.52	3.95	3.64	0.14
10	Kecepatan dalam melayani konsumen	4.54	3.98	3.65	0.15
11	Pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan	4.56	3.92	3.67	0.14
12	Kenyamanan konsumen pada saat berada di C'Bezt	4.63	3.90	3.73	0.15
13	Perilaku karyawan dalam melayani konsumen	4.66	3.90	3.75	0.15
14	Pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	4.54	3.93	3.65	0.14
15	Kesungguhan dalam melayani konsumen	4.58	3.97	3.69	0.15
16	Variasi menu makanan	4.18	3.91	3.36	0.13
17	Penyajian/ <i>Plating</i> makanan	3.99	3.69	3.21	0.12
18	Rasa makanan	4.76	3.97	3.84	0.15
19	Variasi menu minuman	4.01	3.61	3.23	0.12
20	Penyajian/ <i>Plating</i> minuman	3.94	3.53	3.17	0.11
21	Rasa Minuman	4.60	3.81	3.70	0.14
22	Kesesuaian harga makanan dengan porsi	4.44	3.95	3.58	0.14

23	Kesesuaian harga minuman dengan porsi	4.46	3.89	3.60	0.14
24	Kesesuaian harga makanan dengan kualitas	4.59	3.95	3.70	0.15
25	Kesesuaian harga minuman dengan kualitas	4.56	3.88	3.67	0.14
26	Penggunaan <i>Social Media</i>	3.94	3.31	3.17	0.10
27	Potongan harga	4.18	3.40	3.36	0.11
28	Membuat <i>member card</i>	3.22	3.03	2.59	0.08
29	Membuka <i>Booth</i> pada <i>event-event</i>	3.42	3.20	2.76	0.09
Total				100.00	3.73

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen untuk tingkat kepentingan adalah rasa makanan (4.76), sedangkan atribut tingkat kepuasan yang dianggap penting oleh konsumen adalah kecepatan dalam melayani konsumen (3.98).
2. Tingkat kepuasan konsumen C'Bezt Taman Griya sebesar 74.63% dengan tingkat kriteria *Customer Satisfaction* yaitu puas.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. C'Bezt Taman Griya sebaiknya meningkatkan semua pelayanan karena semua pelayanan di C'Bezt Taman Griya belum sesuai dengan harapan konsumen.
2. C'Bezt Taman Griya sebaiknya lebih meningkatkan kebersihan toilet agar konsumen lebih nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarini, A., D. Novirani dan A. Bakar. 2014. Upaya Peninngkatan Kepuasan Konsumen Indosat Berdasarkan

TelecommunicationService Quality dengan Menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). *Reka Integra*. 02(01): 204-2016.

Anggraini, L. D., Deoranto, P., & Ikasari, D. M. 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Industri*. 04(02): 74-81.

Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prehallindo, Jakarta.

Lodhita, H. E., I. Santoso dan S. Anggraini. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index). *Teknologi Industri dan Pertanian - (1)*: 1-10

Sanjiwara, M., K. Jayanegara dan I.E. Kencana. 2015. Analisis Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Menggunakan Metode Partial Least Square (Studi kasus Burger King Bali). *E-Jurnal Matematika*. 4(3): 98-103.

Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta, Bandung.

Sunaryo., V.N. Helia dan A.A. Handriati.

2015. Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Menggunakan Metode Servperf-IPA-CSI. *Teknoin*.21(4): 178-190.

Syukri, S. H. 2014. Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis GAB Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Ilmiah Teknik Industri*.13(2): 103-111.