

Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Layanan “Kedai Kebab Turki” di Kabupaten Karangasem

*Analysis of Customer Satisfaction on Quality Products and Services
“Store Kebab Turki” at Karangasem District*

Naila Zulmia, Agung Suryawan Wiranatha*, I Wayan Gede Sedana Yoga

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

Diterima 03 Agustus 2021 / Disetujui 27 Agustus 2021

ABSTRACT

The Aims of this research were to: (1) Find out the quality attributes of products and services that considered important by customer to achieve customer satisfaction at Store Kebab Turki (2) Find out the level of conformity of customer expectations and satisfaction on the quality of products and services at Store Kebab Turki (3) To determine the quality attributes of products and services that need to get priority from Store Kebab Turki based on the level of importance and performance to provide customer satisfaction. The method used to measure the level of customer satisfaction in this study by distributing questionnaires related to the analysis of consumer satisfaction on product and service quality to 90 selected respondents and then calculated using the Importance Performance Analysis (IPA) method and the Customer Satisfaction Index (CSI). The results of the research showed that the attribute with the highest level of conformity on product quality were the hygiene and freshness of beverage ingredients with a suitability level 102.12% and attribute with lowest of conformity level is beverage menu variations with a suitability level 94.72%. The attribute with the highest level of conformity on service quality is the availability of knowledge of employees on the products offered with a suitability level 100.27% and attribute with lowest satisfaction level is the availability of parking area with a suitability level 79.17%. The attributes that must be prioritized on product quality are the texture of the food, level maturity food, and the taste of the beverage. The attributes that must be prioritized for service quality are the quickness of service for ordering food and beverage, friendliness and courtesy of employees in serving consumers, interior design and availability of parking area. The CSI results show that all product and service quality attributes are considered important by customer with the average number of MIS values greater than 4.20 and customer satisfaction level 84.2% in the very satisfied category for product quality and 79.6% in the satisfied category for service quality.

Keywords : *customer satisfaction, product quality, service quality, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk : (1) Mengetahui atribut kualitas produk dan layanan yang dianggap penting oleh konsumen agar tercapainya kepuasan konsumen di Kedai Kebab Turki (2) Mengetahui tingkat kesesuaian harapan dan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan di Kedai Kebab Turki (3) Menentukan atribut kualitas produk dan layanan yang perlu mendapatkan prioritas dari Kedai Kebab Turki

*Korespondensi Penulis:

Email: agung_suryawan@unud.ac.id

berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja untuk memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam penelitian ini dengan menyebar kuesioner terkait analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan kepada 90 responden terpilih lalu dihitung dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut dengan tingkat kesesuaian tertinggi pada kualitas produk adalah ke higienisan dan kesegaran bahan minuman dengan tingkat kesesuaian sebesar 105,03% dan atribut dengan tingkat kepuasan terendah adalah variasi menu minuman dengan tingkat kepuasan sebesar 94,72%. Atribut dengan tingkat kesesuaian tertinggi pada kualitas layanan adalah pengetahuan karyawan/pegawai terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan dengan tingkat kesesuaian sebesar 100,27% dan atribut dengan tingkat kepuasan terendah adalah ketersediaan lahan parkir dengan tingkat kepuasan sebesar 79,17%. Atribut yang harus diprioritaskan pada kualitas produk adalah tekstur makanan, tingkat kematangan makanan, rasa minuman dan cita rasa minuman. Atribut-atribut yang harus mendapat prioritas pada kualitas layanan adalah kecepatan dalam pelayanan pemesanan makanan dan minuman, keramahan dan kesopanan karyawan/pegawai dalam melayani konsumen, desain interior dan ketersediaan lahan parkir. Hasil CSI menunjukkan, semua atribut kualitas produk dan layanan dianggap sangat penting oleh konsumen dengan jumlah rata-rata nilai MIS lebih besar dari 4,20 dan tingkat kepuasan konsumen sebesar 84,2% dengan kategori sangat puas untuk kualitas produk dan 79,6% dengan kategori puas untuk kualitas layanan.

Kata kunci : Kepuasan konsumen, kualitas produk, kualitas layanan, *Importance Performance Analysis*, *Customer Satisfaction Index*

PENDAHULUAN

Kebab merupakan salah satu makanan cepat saji yang berasal dari Timur Tengah yang pada umumnya berbahan utama daging sapi yang digiling kemudian dibalut/digulung dengan kulit tortila khas Meksiko yang dipanggang dalam waktu tidak terlalu lama (Mashuri dan Zubaidah, 2017). Kebab ini memiliki cita rasa yang tidak kalah bersaing dengan makanan *fast food* seperti pizza dan hamburger. Dalam kondisi persaingan yang ketat, para pelaku usaha harus memprioritaskan tingkat kepuasan konsumen dengan maksud agar konsumen tetap loyal dan tidak pindah untuk membeli atau mengkonsumsi produk pesaing.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha agar barang dan jasa yang ditawarkan bisa diterima oleh konsumen. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan beberapa dimensi diantaranya dimensi kualitas produk dan dimensi kualitas layanan. Dimensi kualitas produk adalah produk yang memiliki kualitas baik dan unik serta memiliki penampilan yang menarik

(Zulaicha dan Rusda, 2016). Konsumen akan membeli produk tidak hanya sekedar untuk memuaskan kebutuhan (*need*), tetapi juga untuk memuaskan keinginan (*wants*) konsumen (Manap, 2016). Dimensi kualitas produk terdiri dari beberapa indikator yaitu diantaranya kinerja, fitur, daya tahan, keandalan, estetika, konformasi, *service ability* dan *fit and finish* disertai atribut-atributnya (Tjiptono, 2008). Sedangkan dimensi kualitas layanan adalah tingkat perbedaan yang ada antara kenyataan dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima dari pelaku usaha. Semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha, maka akan semakin tinggi pula penilaian konsumen terhadap layanan yang diberikan (Lupiyoadi, 2013). Dimensi kualitas layanan terdiri dari indikator keandalan, koresponsifan, jaminan, empati dan bukti langsung/fisik disertai atribut-atributnya (Tjiptono, 2008).

Perkembangan kuliner kebab ini juga sampai di Kabupaten Karangasem, Bali dimana ditemukan kedai yang menjual makanan jenis kebab dengan nama Kedai Kebab Turki yang terletak di Jl Nenas No.9

Kelurahan Subagan, Dusun Telagemas, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. Berdasarkan hasil wawancara langsung, pemilik kedai menjelaskan bahwa kini mereka masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar kepuasan konsumen tercapai. Pemilik kedai juga menyadari masih ada banyak kekurangan yang dialaminya. Selain itu, Kedai Kebab Turki juga belum pernah melakukan survey terkait kepuasan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen di Kedai Kebab Turki. Metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode IPA merupakan metode yang paling umum digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lainnya. Kelebihan tersebut antara lain dapat menunjukkan atribut produk/layanan yang perlu ditingkatkan atau dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya yang rendah (Dian, 2014). Selanjutnya metode CSI digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dan kinerja. Kelebihan metode CSI yaitu efisien karena dapat menggunakan data hasil IPA sebagai data awal dalam menganalisis sehingga dapat memperhitungkan atau mengetahui kepuasan konsumen secara variabel keseluruhan dengan sederhana dan lebih akurat (Ihsani, 2005).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) mengetahui atribut kualitas produk dan layanan yang dianggap penting oleh konsumen agar tercapainya kepuasan konsumen di Kedai Kebab Turki (2)

mengetahui tingkat kesesuaian harapan dan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan di Kedai Kebab Turki (3) menentukan atribut kualitas produk dan layanan yang perlu mendapatkan prioritas dari Kedai Kebab Turki berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja untuk memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kedai Kebab Turki, Jalan Nenas No.9 Kelurahan Subagan, Dusun Telagemas, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Maret sampai Mei 2021.

Populasi dan Sampel

Berdasarkan survey pendahuluan yang sudah dilakukan didapatkan populasi jumlah konsumen dalam kurun waktu satu bulan terakhir adalah 900 orang. Jumlah responden yang dipilih berdasarkan Metode *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10% yaitu 90 orang (Widodo, 2017).

Penentuan Variabel dan Sumber Data Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan kualitas layanan, variabel bebasnya (*independent variable*) yaitu kepuasan konsumen Kedai Kebab Turki. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yaitu berupa hasil pengisian kuesioner oleh 90 responden dan data sekunder yaitu gambaran umum Kedai Kebab Turki.

Penyusunan Kuesioner

Penyusunan kuesioner pada penelitian ini terbagi dalam 3 bagian yaitu identitas responden dan petunjuk pengisian, daftar pertanyaan terhadap tingkat kepentingan dan daftar pertanyaan terhadap tingkat kinerja

yang dimana atribut kualitas produk 18 pertanyaan dan atribut kualitas layanan 12 pertanyaan.

Pengujian Kuesioner

Setelah kuesioner akhir terbentuk, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner. Dalam menguji validitas kuesioner menggunakan rumus korelasi *person product moment* (Arikunto, 2010) dan menguji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha* kepada 30 sampel responden yang dilakukan di Kedai Kebab Hasan (Sugiyono, 2017). Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner maka dilakukan pengujian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan analisis SPSS v.20.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah studi pustaka terkait analisis kepuasan konsumen, wawancara untuk memperoleh informasi, penyebaran kuesioner dan dokumentasi berupa rekaman jumlah responden dan foto saat penelitian berlangsung.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan 3 tahapan analisis yaitu analisis data deskriptif untuk menjelaskan karakteristik konsumen yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, intensitas berkunjung dan akses informasi Kedai Kebab Turki; analisis IPA (Santoso dkk, 2011) dan analisis CSI (Irawan, 2002).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Kedai Kebab Turki merupakan salah satu kedai makanan yang menyajikan kebab sebagai menu utamanya dan memiliki berbagai macam menu lainnya sebagai pelengkap seperti sosis bakar, kentang goreng, bakso bakar, roti canai, hotdog, burger dan berbagai macam varian minuman

seperti *milkshake*, mojito, jus dan lain sebagainya. Kedai Kebab Turki didirikan oleh Yuliati Fajri dan Muhammad Husen pada 3 Januari 2017 hingga kini (\pm 4 tahun lamanya kedai ini berjalan dan berkembang) dan jam kerja kedai ini mulai pukul 16.00 sampai pukul 22.00 WITA. Konsumen yang berkunjung tiap harinya untuk makan ditempat kurang lebih 30 orang dihari biasa dan di hari-hari tertentu bisa mencapai 50 orang.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, intensitas berkunjung dan akses informasi Kedai Kebab Turki yang didapat dari pengisian kuesioner oleh 90 konsumen Kedai Kebab Turki. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan jauh lebih banyak daripada responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase masing-masing sebesar 36% laki-laki dan 64% perempuan. Usia 21-25 tahun (53%) mendominasi karakteristik usia dan SMA/SMK/MA (56%) mendominasi karakteristik tingkat pendidikan terakhir yang dimana karakteristik usia dan pendidikan terakhir berbanding lurus atau sejalan dengan karakteristik pekerjaan yang didominasi oleh mahasiswa/pelajar (47%) yang berkunjung untuk sekedar kumpul, nongkrong atau reunion. Intensitas berkunjung responden mayoritas adalah yang sudah berkunjung sebanyak 2-4 kali (38%) dengan akses informasi Kedai Kebab Turki diperoleh melalui teman (63%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan uji validitas didapatkan hasil bahwa nilai *r* dari setiap pertanyaan pada kuesioner kepentingan produk berkisar 0,663-0,893 dan kinerja berkisar 0,731-0,904 sedangkan pada kuesioner kepentingan layanan berkisar 0,676-0,913 dan kinerja berkisar 0,716-0,922 sehingga kuesioner

menunjukkan nilai diatas nilai r tabel ($\alpha = 0,05$) sebesar 0,361. Hal ini menyatakan secara keseluruhan atribut kualitas produk dan layanan memenuhi syarat atau valid sehingga dapat digunakan untuk pengambilan data sebagai bahan acuan penelitian. Selanjutnya hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* pada kepentingan produk sebesar 0,968 dan kinerja produk sebesar 0,970 sedangkan pada kepentingan layanan didapatkan sebesar 0,961 dan kinerja layanan sebesar 0,966 sehingga kuesioner menunjukkan nilai diatas nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,60. Hal ini

menyatakan secara keseluruhan atribut reliabel.

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat dilihat pada penjabaran berikut.

1. Analisis Kesenjangan

Hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan kinerja serta tingkat kesesuaian konsumen pada kualitas produk di Kedai Kebab Turki dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja serta tingkat kepuasan (Tki) kualitas produk Kedai Kebab Turki

No	Atribut (Kode)	Tingkat kinerja	Rata-rata	Tingkat kepentingan	Rata-rata	Tki (%)
1	Kehigienisan dan kesegaran bahan minuman (X1.14)	397	4,41	378	4,20	105,03
2	Kehigienisan dan kesegaran bahan makanan (X1.8)	390	4,33	377	4,19	103,45
3	Variasi menu makanan (X1.1)	384	4,27	381	4,23	100,79
4	Porsi makanan (X1.2)	380	4,22	381	4,23	99,74
5	Porsi minuman (X1.10)	377	4,19	378	4,20	99,73
6	Kesesuaian harga minuman dengan kualitas (X1.18)	385	4,28	391	4,34	98,47
7	Kesesuaian harga makanan dengan kualitas (X1.17)	384	4,27	391	4,34	98,21
8	Tampilan/penyajian makanan (X1.5)	376	4,18	385	4,28	97,66
9	Rasa minuman (X1.11)	381	4,23	391	4,34	97,44
10	Rasa makanan (X1.3)	397	4,41	408	4,53	97,30
11	Tampilan/penyajian minuman (X1.13)	362	4,02	373	4,14	97,05
12	Tekstur makanan (X1.6)	380	4,22	393	4,37	96,69
13	Cita rasa minuman (X1.12)	378	4,20	391	4,34	96,68
14	Kesesuaian harga makanan dengan porsi (X1.15)	385	4,28	400	4,44	96,25
15	Kesesuaian harga minuman dengan porsi (X1.16)	385	4,28	402	4,47	95,77
16	Cita rasa makanan (X1.4)	388	4,31	408	4,53	95,10
17	Tingkat kematangan makanan (X1.7)	379	4,21	400	4,44	94,75
18	Variasi menu minuman (X1.9)	359	3,99	379	4,21	94,72
Jumlah		6867	76,30	7007	77,86	1.764,83
Rata-Rata		381,50	4,24	389,28	4,33	98,05

Ket:

*Skor maks = 450 [skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (90)]

Skor min = 90 [skor terendah kuesioner (1) x jumlah responden (90)]

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan kinerja serta tingkat kepuasan konsumen pada atribut kualitas produk yang tertera pada Tabel 1 menunjukkan bahwa atribut dengan skor terbesar terhadap tingkat kepentingan adalah rasa makanan dan cita rasa makanan dengan total skor 408. Atribut rasa secara keseluruhan hampir selalu menjadi atribut yang paling penting karena rasa dari sebuah produk merupakan gambaran atau citra utama dari kualitas sebuah produk. Menurut penelitian Damanik (2014), rasa memiliki pengaruh terhadap meningkatnya kepuasan konsumen yang dimana menyatakan bahwa atribut rasa merupakan atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Atribut dengan skor terendah adalah tampilan atau penyajian minuman dengan total skor 373.

Atribut kualitas produk dengan skor terbesar terhadap tingkat kinerja adalah rasa makanan serta ke higienisan dan kesegaran bahan minuman dengan total skor 397. Penelitian yang dilakukan oleh Torey dkk (2016) juga mendapatkan atribut rasa merupakan atribut dengan nilai kinerja tertinggi dibandingkan dengan atribut lainnya. Atribut dengan skor terendah adalah variasi menu minuman dengan total skor 359.

Atribut kualitas produk dengan tingkat kesesuaian tertinggi adalah ke higienisan dan kesegaran bahan minuman mendapatkan hasil sebesar 105,03% yang berarti kinerja Kedai Kebab Turki melebihi kepentingan konsumen. Atribut dengan tingkat kepuasan terendah adalah variasi menu minuman dengan hasil sebesar 94,72% yang berarti kinerja Kedai Kebab Turki sudah baik namun perlu diperbaiki karena belum sesuai dengan keinginan konsumen.

Hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan kinerja serta tingkat kesesuaian konsumen pada kualitas layanan di Kedai Kebab Turki dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan kinerja serta tingkat kepuasan konsumen pada atribut kualitas layanan yang tertera pada Tabel 2 menunjukkan bahwa atribut dengan skor terbesar terhadap tingkat kepentingan adalah kebersihan dan kenyamanan saat berada di tempat makan dengan total skor 410. Hal ini juga didukung oleh penelitian Pradiko (2013) mengenai kaitan ergonomi dengan kenyamanan pengunjung yang memperoleh hasil bahwa terdapat 3 aspek kenyamanan yaitu aspek fisik, fisiologis dan psikologis. Atribut dengan skor terendah adalah penampilan karyawan/pegawai dengan total skor 350.

Atribut kualitas layanan dengan skor terbesar terhadap tingkat kinerja adalah kebersihan dan kenyamanan saat berada di tempat makan dengan total skor 384. Atribut dengan skor terendah adalah ketersediaan lahan parkir dengan total skor 304. Hal serupa juga diperoleh pada penelitian Kadalora dkk (2019) tentang atribut layanan *Bali Bakery* yang menyatakan bahwa atribut ini menjadi atribut dengan skor terendah pada atribut layanan tingkat kinerja.

Atribut kualitas layanan dengan tingkat kepuasan tertinggi adalah pengetahuan karyawan/pegawai terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan dengan hasil sebesar 100,27% yang berarti kinerja Kedai Kebab Turki melebihi kepentingan konsumen. Atribut dengan tingkat kepuasan terendah adalah ketersediaan lahan parkir dengan hasil sebesar 79,17% yang berarti kinerja Kedai Kebab Turki sudah baik namun tetap perlu diadakannya perbaikan karena atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Penelitian Inten (2018) juga memperoleh hasil yang serupa dimana atribut yang memiliki tingkat kepuasan terendah adalah salah satunya ketersediaan sarana parkir.

Tabel 2. Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja serta tingkat kepuasan (Tki) kualitas layanan Kedai Kebab Turki

No	Atribut (Kode)	Tingkat kinerja	Rata-rata	Tingkat kepentingan	Rata-rata	Tki (%)
1	Pengetahuan karyawan/pegawai terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan (X2.12)	377	4,19	376	4,18	100,27
2	Ketersediaan internet (<i>wifi</i>) (X2.11)	381	4,23	384	4,27	99,22
3	Kesamaan dalam memperlakukan konsumen (X2.7)	367	4,08	376	4,18	97,61
4	Kemampuan komunikasi karyawan/pegawai (X2.6)	360	4,00	370	4,11	97,30
5	Penampilan karyawan/pegawai (X2.9)	338	3,76	350	3,89	96,57
6	Kecepatan dan ketepatan penyajian pesanan (X2.3)	353	3,92	368	4,09	95,92
7	Kebersihan dan kenyamanan saat berada di tempat makan (X2.1)	384	4,27	410	4,56	93,66
8	Kebersihan toilet (X2.10)	343	3,81	368	4,09	93,21
9	Kecepatan dalam pelayanan pemesanan makanan dan minuman (X2.2)	353	3,92	384	4,27	91,93
10	Keramahan dan kesopanan karyawan/pegawai dalam melayani konsumen (X2.4)	346	3,84	390	4,33	88,72
11	Desain interior (X2.5)	352	3,91	407	4,52	86,49
12	Ketersediaan lahan parkir (X2.8)	304	3,38	384	4,27	79,17
Jumlah		4258	47,31	4567	50,74	1.120,07
Rata-Rata		354,83	3,94	380,58	4,23	93,34

Ket:

*Skor maks = 450 [skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (90)]

Skor min = 90 [skor terendah kuesioner (1) x jumlah responden (90)]

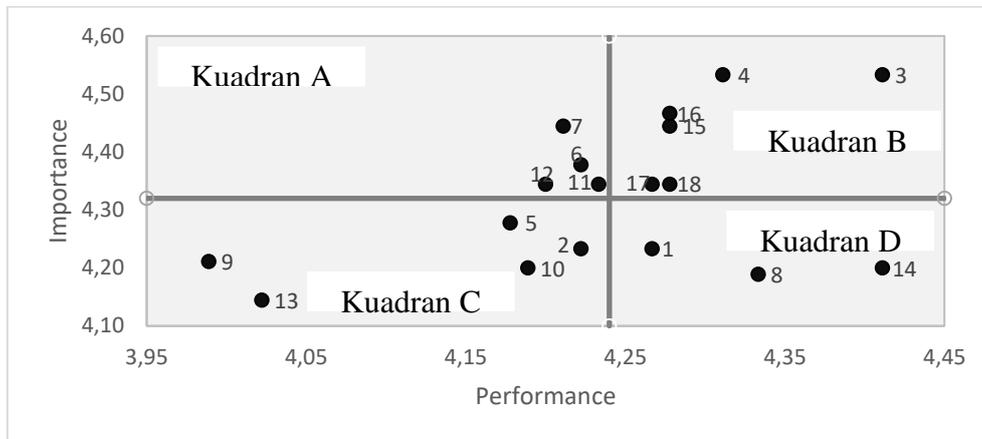
2. Analisis Kuadran

Analisis kuadran ini menggunakan diagram kartesius yang dapat dilihat pada Gambar 1 untuk atribut kualitas produk.

Kuadran A berisi atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan dalam rangka memenuhi keinginan konsumen. Atribut-atribut tersebut adalah tekstur makanan, tingkat kematangan makanan, rasa minuman dan cita rasa minuman. Kuadran B berisi atribut-atribut yang memiliki kepentingan dan kinerja yang tinggi. Terdapat 6 atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu rasa makanan, cita rasa makanan, kesesuaian harga makanan dengan porsi, kesesuaian harga minuman dengan porsi, kesesuaian harga makanan dengan kualitas dan

kesesuaian harga minuman dengan kualitas.

Kuadran C dikategorikan sebagai prioritas rendah, karena dianggap kurang penting oleh konsumen dan memiliki tingkat kinerja yang biasa. Ada 5 atribut yang masuk dalam kuadran ini, antara lain adalah porsi makanan, tampilan/penyajian makanan, variasi menu minuman, porsi minuman dan tampilan/penyajian minuman. Kuadran D digambarkan sebagai kuadran yang memiliki tingkat kepentingan rendah meskipun kinerjanya baik sehingga konsumen menganggap berlebihan. Terdapat 3 atribut yang ada di kuadran ini, yaitu variasi menu makanan, ke higienisan dan kesegaran bahan makanan dan ke higienisan dan kesegaran bahan minuman.

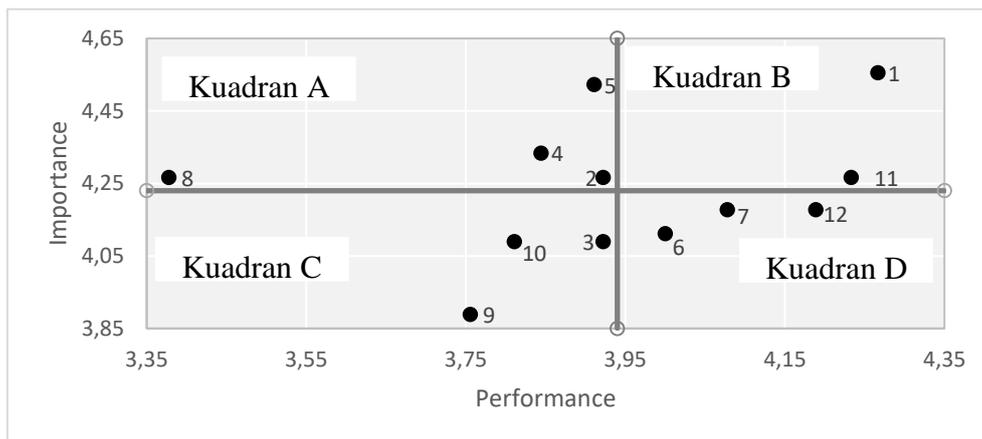


Gambar 1. Diagram kartesius untuk atribut kualitas produk

Keterangan :

- | | |
|---|--|
| 1. Variasi menu makanan | 12. Cita rasa minuman |
| 2. Porsi makanan | 13. Tampilan/penyajian minuman |
| 3. Rasa makanan | 14. Kehigienisan dan kesegaran bahan minuman |
| 4. Cita rasa makanan | 15. Kesesuaian harga makanan dengan porsi |
| 5. Tampilan/penyajian makanan | 16. Kesesuaian harga minuman dengan porsi |
| 6. Tekstur makanan | 17. Kesesuaian harga makanan dengan kualitas |
| 7. Tingkat kematangan makanan | 18. Kesesuaian harga minuman dengan kualitas |
| 8. Kehigienisan dan kesegaran bahan makanan | |
| 9. Variasi menu minuman | |
| 10. Porsi minuman | |
| 11. Rasa minuman | |

Analisis kuadran diagram kartesius untuk atribut kualitas layanan yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram kartesius untuk atribut kualitas layanan

Keterangan :

- | | |
|--|--|
| 1. Kebersihan dan kenyamanan saat berada di tempat makan | karyawan/pegawai dalam melayani konsumen |
| 2. Kecepatan dalam pelayanan pemesanan makanan dan minuman | 5. Desain interior |
| 3. Kecepatan dan ketepatan penyajian pesanan | 6. Kemampuan komunikasi karyawan/pegawai |
| 4. Keramahan dan kesopanan | 7. Kesamaan dalam memperlakukan konsumen |
| | 8. Ketersediaan lahan parkir |

9. Penampilan karyawan/pegawai
10. Kebersihan toilet
11. Ketersediaan internet (*wifi*)

Kuadran A berisi atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan dalam rangka memenuhi keinginan konsumen. Atribut-atribut tersebut adalah kecepatan dalam pelayanan pemesanan makanan dan minuman, keramahan dan kesopanan karyawan/pegawai dalam melayani konsumen, desain interior dan ketersediaan lahan parkir. Kuadran B terdapat 2 atribut yaitu kebersihan dan kenyamanan saat berada di tempat makan dan ketersediaan internet (*wifi*). Atribut yang masuk kuadran B yang berarti Kedai Kebab Turki harus mempertahankan kinerja dari atribut ini demi menjaga kepuasan konsumen.

Kuadran C terdapat 3 atribut yaitu kecepatan dan ketepatan penyajian pesanan, penampilan karyawan/pegawai, kebersihan toilet. Kuadran D sebanyak 3 atribut yaitu

12. Pengetahuan karyawan/pegawai terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan

kemampuan komunikasi karyawan/pegawai, kesamaan dalam memperlakukan konsumen dan pengetahuan karyawan/pegawai terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan. Hal ini berarti Kedai Kebab Turki harus mempertahankan kinerja dari atribut-atribut ini namun jangan terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya.

Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Hasil perhitungan CSI terhadap atribut kualitas produk dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan perhitungan dengan metode CSI diperoleh indeks kepuasan pada kualitas produk sebesar 84,2%. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan kualitas produk Kedai Kebab Turki dikategorikan sangat puas.

Tabel 3. Indeks kepuasan konsumen berdasarkan atribut kualitas produk Kedai Kebab Turki

No	Atribut (Kode)	Kinerja (Xi)	Kepentingan (Yi)	MIS	MSS	WF (%)	WS
1	Variasi menu makanan (X1.1)	384	381	4,23	4,27	5,43	0,23
2	Porsi makanan (X1.2)	380	381	4,23	4,22	5,43	0,23
3	Rasa makanan (X1.3)	397	408	4,53	4,41	5,83	0,26
4	Cita rasa makanan (X1.4)	388	408	4,53	4,31	5,83	0,25
5	Tampilan/penyajian makanan (X1.5)	376	385	4,28	4,18	5,51	0,23
6	Tekstur makanan (X1.6)	380	393	4,37	4,22	5,61	0,24
7	Tingkat kematangan makanan (X1.7)	379	400	4,44	4,21	5,70	0,24
8	Kehigienisan dan kesegaran bahan makanan (X1.8)	390	377	4,19	4,33	5,38	0,23
9	Variasi menu minuman (X1.9)	359	379	4,21	3,99	5,42	0,22
10	Porsi minuman (X1.10)	377	378	4,20	4,19	5,41	0,23
11	Rasa minuman (X1.11)	381	391	4,34	4,23	5,59	0,24
12	Cita rasa minuman (X1.12)	378	391	4,34	4,20	5,59	0,23
13	Tampilan/penyajian minuman (X1.13)	362	373	4,14	4,02	5,33	0,21
14	Kehigienisan dan kesegaran bahan minuman (X1.14)	397	402	4,47	4,41	5,76	0,25
15	Kesesuaian harga makanan dengan porsi (X1.15)	385	377	4,19	4,28	5,38	0,23
16	Kesesuaian harga minuman dengan porsi (X1.16)	385	378	4,20	4,28	5,39	0,23

17	Kesesuaian harga makanan dengan kualitas (X1.17)	384	381	4,23	4,27	5,43	0,23
18	Kesesuaian harga minuman dengan kualitas (X1.18)	385	377	4,19	4,28	5,38	0,23
Jumlah		6867	7007	77,86	76,30	99,40	4,21
Rata-Rata		381,50	389,28	4,33	4,24	5,52	0,23
CSI = (WS/5) x 100%							84,2 %

Hasil perhitungan CSI terhadap atribut kualitas layanan dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan perhitungan dengan metode CSI diperoleh indeks kepuasan pada kualitas layanan sebesar 79,6%. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan kualitas layanan Kedai Kebab Turki

dikategorikan puas. Namun, bukan berarti tidak ada perbaikan kinerja yang harus dilakukan oleh pihak pemilik kedai. Perbaikan kinerja harus dilakukan secara terus menerus untuk menjaga eksistensi, tetap mampu bersaing dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Tabel 4. Indeks kepuasan konsumen berdasarkan atribut kualitas layanan Kedai Kebab Turki

No	Atribut (Kode)	Kinerja (Xi)	Kepentingan (Yi)	MIS	MSS	WF (%)	WS
1	Kebersihan dan kenyamanan saat berada di tempat makan (X2.1)	384	410	4,56	4,27	9,13	0,39
2	Kecepatan dalam pelayanan pemesanan makanan dan minuman (X2.2)	353	384	4,27	3,92	8,42	0,33
3	Kecepatan dan ketepatan penyajian pesanan (X2.3)	353	368	4,09	3,92	8,06	0,32
4	Keramahan dan kesopanan karyawan/pegawai dalam melayani konsumen (X2.4)	346	390	4,33	3,84	8,53	0,33
5	Desain interior (X2.5)	352	407	4,52	3,91	8,91	0,35
6	Kemampuan komunikasi karyawan/pegawai (X2.6)	360	370	4,11	4,00	8,23	0,33
7	Kesamaan dalam memperlakukan konsumen (X2.7)	367	376	4,18	4,08	8,37	0,34
8	Ketersediaan lahan parkir (X2.8)	304	384	4,27	3,38	8,42	0,28
9	Penampilan karyawan/pegawai (X2.9)	338	350	3,89	3,76	7,79	0,29
10	Kebersihan toilet (X2.10)	343	368	4,09	3,81	8,19	0,31
11	Ketersediaan internet (wifi) (X2.11)	381	384	4,27	4,23	8,42	0,36
12	Pengetahuan karyawan/pegawai terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan (X2.12)	377	376	4,18	4,19	8,37	0,35
Jumlah		4258	4567	50,74	47,31	100,84	3,98
Rata-Rata		354,83	380,58	4,23	3,94	8,40	0,33
CSI = (WS/5) X 100%							79,6 %

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Atribut kualitas produk yang dianggap penting oleh konsumen di Kedai Kebab Turki adalah atribut yang berada di kuadran A yaitu tekstur makanan, tingkat kematangan makanan, rasa minuman, dan cita rasa minuman serta kuadran B yaitu rasa makanan, cita rasa makanan, kesesuaian harga makanan dengan porsi, kesesuaian harga minuman dengan porsi, kesesuaian harga makanan dengan kualitas dan kesesuaian harga minuman dengan kualitas. Sedangkan atribut kualitas layanan yang dianggap penting oleh konsumen adalah atribut yang berada di kuadran A yaitu kecepatan dalam pelayanan pemesanan makanan dan minuman, keramahan dan kesopanan karyawan/pegawai dalam melayani konsumen, desain interior dan ketersediaan lahan parkir serta kuadran B yaitu kebersihan dan kenyamanan saat berada di tempat makan dan ketersediaan internet (*wifi*).
2. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) atribut yang memiliki tingkat kesesuaian tertinggi untuk kualitas produk adalah ke higienisan dan kesegaran bahan minuman dengan tingkat kesesuaian yang sama yaitu sebesar 105,03% dan atribut terendah adalah variasi menu minuman sebesar 94,72%. Sedangkan atribut yang memiliki tingkat kesesuaian tertinggi untuk kualitas layanan adalah pengetahuan karyawan atau pegawai terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan dengan tingkat kesesuaian sebesar 100,27% dan atribut terendah

adalah ketersediaan lahan parkir sebesar 79,17% dan perhitungan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) nilai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk di Kedai Kebab Turki mencapai nilai sebesar 84,2% dengan kategori sangat puas sedangkan nilai kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan di Kedai Kebab Turki mencapai nilai sebesar 79,6% dengan kategori puas.

3. Atribut kualitas produk yang perlu mendapatkan prioritas utama perbaikan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya adalah tekstur makanan, tingkat kematangan makanan, rasa minuman dan cita rasa minuman. Sedangkan untuk atribut kualitas layanan adalah kecepatan dalam pelayanan pemesanan makanan dan minuman, keramahan dan kesopanan karyawan atau pegawai dalam melayani konsumen, desain interior dan ketersediaan lahan parkir.

Saran

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

1. Pihak Kedai Kebab Turki perlu melakukan perbaikan dan peningkatan secara terus-menerus terhadap atribut kualitas produk yakni tekstur makanan, tingkat kematangan makanan, rasa minuman dan cita rasa minuman serta pada atribut kualitas layanan yakni kecepatan dalam pelayanan pemesanan makanan dan minuman, keramahan dan kesopanan karyawan/pegawai dalam melayani konsumen, desain interior dan ketersediaan lahan parkir.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis atribut kualitas lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga diperoleh hasil yang lebih sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Damanik, P.A. 2014. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus di *Coffe Story* Malang, Jawa Timur). Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Universitas Brawijaya. Malang.
- Dian, L. 2014. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode *importance performance analysis* dan *customer satisfaction index*. *Jurnal Industri*. 4(2): 74-81.
- Ihsani, D.W. 2005. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Cangkung Garut, Jawa Barat. Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Inten, I.G.A.D., A. Hartiati. dan C.A.B. Sadyasmara. 2018. Analisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode *importance performance analysis* di *Twissterdog* Denpasar. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*. 6(3): 250-259.
- Irawan, H. 2002. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kadalora, E., A.A.P.A.S. Wiranatha, dan A. Hartiati. 2019. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan *Bali Bakery*. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*. 7(3): 478-487.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Mashuri, A. dan E. Zubaidah. 2017. *Kebab Rica Rica: Inovasi kuliner siap saji khas Sulawesi Utara sebagai upaya pelestarian kuliner bangsa*. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. 5(1): 79-84.
- Pradiko, R.O. 2013. Analisis kebutuhan kenyamanan dan setting meja dan kursi outdoor *Coffe Corner* Surabaya ditinjau dari aspek fisik, fisiologis, dan psikologis konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 2(1): 1-18.
- Santoso, S., A.R. Mulyarto dan S. Maharani. 2011. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Bakpao Telo dengan metode *importance performance analysis* (IPA). *Jurnal Teknologi Pertanian*. 12(1): 23-30.
- Sugiyono. 2017. *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 2008. *Stratgi Bisnis Pemasaran*. ANDI. Yogyakarta.
- Torey, J.R., Oktavianus P dan Tommy F.L. 2016. Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kopi dan pelayanan di rumah Kopi Billy cabang Megamas Manado. *Jurnal Agri-Sosial Ekonomi Unsrat*. 12(3A): 11-26.
- Widodo. 2017. *Metodelogi Penelitian Populer & Praktis*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Zulaicha, S., dan Rusda I. 2016. Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di *Morning Bakery* Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. 4(2): 123-136.