

## ANALISIS KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP MENU KATEGORI *DOG* DI RESTORAN SANGKURIANG BANDUNG

Alia Zulfah Fahriyyah, Ratih Hurriyati, Wendi Andriatna

Program Studi Manajemen Industri Katering  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap ketidakpuasan konsumen terhadap menu tidak populer dan tidak menguntungkan secara simultan dan parsial. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga serta variabel tidak bebas kepuasan konsumen dengan metode deskriptif dan diolah dengan menggunakan program spss 20 dengan kuisioner sebagai alat pengumpul dan pengolahan data. Populasi pada penelitian ini ialah 50330 konsumen pada tahun 2014 di Restoran Sangkuriang Bandung dan diambil sampel sebanyak 100 konsumen. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif tidak signifikan sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh penetapan standar resep dan standar porsi yang belum sesuai.

**Kata kunci : Ketidakpuasan Konsumen, Menu Tidak Populer dan Tidak Menguntungkan dan Restoran Sangkuriang.**

### PENDAHULUAN

Pariwisata, bila dilihat sebagai sesuatu jenis usaha yang memiliki nilai ekonomi, maka pariwisata adalah sebagai suatu proses yang dapat menciptakan nilai tambah terhadap barang dan atau jasa sebagai satu kesatuan produk, baik yang nampak atau nyata (*tangible product*) dan yang tidak nampak atau tidak nyata (*intangible product*), Sulastiyono (2008, hlm.3).

Sektor pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan dan prioritas pengembangan bagi sejumlah negara, terlebih bagi negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki potensi wilayah yang luas dengan daya tarik wisata yang cukup besar. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu penunjang perekonomian yang memiliki prospek yang cerah. (Zain dan Taufik, 2010, hlm.1). Berdasarkan laporan The World Travel & Tourism Council (WTTC), Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan pariwisata paling bagus diantara negara-negara anggota G20.

Sejak dibukanya jalan Tol Cipularang, kota Bandung menjadi tujuan utama dalam menikmati liburan akhir pekan terutama dari masyarakat yang berasal dari Jakarta dan sekitarnya. Selain menjadi kota wisata belanja, kota Bandung juga dikenal dengan sejumlah besar bangunan lama berarsitektur peninggalan Belanda, diantaranya Gedung Sate, Gedung Pakuan, Gedung Dwi Warna, Villa Isola dan lain-lain selain itu Bandung juga memiliki tujuan wisata lainnya (Osndikbud, 2013). Pada saat ini Bandung selain terkenal dengan daerah wisata belanja, juga

terkenal sebagai pusat kuliner lokal Jawa Barat yaitu aneka macam kuliner sunda maupun kuliner nusantara tersedia di Kota Bandung, hal tersebut menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk menjadikan kota Bandung sebagai tujuan wisata (Oda, 2007)

Restoran merupakan suatu tempat dimana seseorang yang akan menjadi tamu yang akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan baik di pagi hari, siang hari maupun malam hari sesuai dengan jam buka dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan sesuai daftar yang disediakan di restoran itu. Setiap restoran akan memiliki produk yang ditawarkan kepada tamu, produk tersebut terdapat pada sebuah daftar yang disebut dengan menu. Pada umumnya menu sendiri memiliki tiga macam arti yaitu sebagai daftar makanan yang disertai dengan harga, sebagai makanan yang disajikan dan sebagai hidangan yang disajikan pada waktu tertentu.

Restoran Sangkuriang merupakan restoran yang nyaman untuk dikunjungi bagi keluarga maupun kalangan perkantoran. Restoran Sangkuriang memiliki kapasitas untuk 120 orang dengan dekorasi restoran yang didominasi oleh budaya sunda. Di restoran ini juga terdapat fasilitas saung untuk pengunjung yang datang sebagai grup maupun keluarga. Restoran Sangkuriang memiliki banyak pilihan menu, yang didominasi oleh makanan khas sunda.

Dari sekian banyak menu yang dimiliki oleh restoran tentu tidak semua menu menghasilkan keuntungan bagi restoran. Untuk mengetahui hal tersebut restoran dapat melakukan evaluasi menu dengan menggunakan analisis yang disebut *menu engineering*. Menurut Ninemeier dan Hayes (2006, hlm.202) *menu engineering* merupakan metode untuk mengevaluasi menu dengan tujuan meningkatkan penjualan produk yang paling populer dan menguntungkan. Dari analisis *menu engineering* ini akan didapat hasil empat klasifikasi menu yaitu :

1. *Star*, menu yang tergolong ke dalam kategori *star* berarti menu tersebut menguntungkan dan populer.
2. *Plow Hore*, menu yang tergolong ke dalam kategori ini berarti menu ini populer namun tidak menguntungkan.
3. *Puzzle*, menu yang tergolong kedalam menu ini berarti menu ini menguntungkan namun tidak populer.
4. *Dog*, menu yang tergolong ke dalam kategori ini berarti menu yang tidak populer dan tidak menguntungkan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, penulis mendapatkan beberapa data yaitu *sales history*, *food cost* dan *selling price* setelah itu data diolah dengan melakukan analisis *menu engineering* dan diperoleh hasil yaitu sebagai berikut:

**Daftar Menu Kategori Dog (Tidak Populer dan Tidak menguntungkan)  
Restoran Sangkuriang Periode Januari – Juni 2015**

No	Menu
1	Telur Mata Sapi
2	Sambel Goang
3	Pencok Kacang/leunca
4	Gurame Goreng Pedas

5	Gurame Acar Kuning
6	Asin Gabus
7	Nila Asam Manis
8	Sup Kosong
9	Nasi putih Timbel
10	Nila Renyah Pedas
11	Telur Rebus

**Sumber : data hasil olahan penulis 2015**

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa Restoran Sangkuriang memiliki 10 menu yang tergolong kedalam kategori *dog* yaitu menu yang tidak populer dan tidak menguntungkan. Adapun beberapa faktor yang memengaruhi klasifikasi menu menjadi tidak populer dan tidak menguntungkan daripada menu lainnya, diantaranya ialah:

- a. Kualitas produk  
Kualitas produk di Restoran sangkuriang dapat dilihat dari penampilan menu, rasa/kelezatan menu, porsi menu, kebersihan menu dan waktu pembuatan menu.
- b. Kualitas pelayanan  
Kualitas pelayanan di Restoran Sangkuriang dapat dilihat dari ketepatan dan kecepatan pelayanan, kemampuan karyawan menangani tamu, perilaku atau keramahan karyawan, empati karyawan dan penampilan karyawan.
- c. Harga  
Harga di Restoran Sangkuriang dapat dilihat dari kesesuaian harga dengan menu dan keterjangkauan harga menu oleh konsumen.

Dari ketiga faktor diatas dapat dijadikan indikator untuk mengetahui kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap menu di Restoran Sangkuriang. Berdasarkan paparan diatas penulis akan membuat karya ilmiah ini dengan judul “ANALISIS KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP MENU KATEGORI *DOG* DI RESTORAN SANGKURIANG ”.

**METODE PENELITIAN**

Objek dalam penelitian ini ialah Restoran Sangkuriang Bandung. berkenaan dengan subjek penelitian, dalam penelitian ini aspek yang diteliti ialah ketidak puasan konsumen terhadap menu kategori *dog* dengan variabel nya ialah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif.

menurut Wiratha (2006, hlm.154) penelitian deskriptif berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala, juga menjawab pertanyaan pertanyaan sehubungan dengan status subjek penelitian. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik populasi atau bidang tertentu. Menurut Travens Travens dalam Husein Umar (2001, hlm.21) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri. Baik

(independen) tanpa membuat perbandingan akan menghubungkan dengan variabel lain. Melalui jenis penelitian deskriptif ini maka dapat diperoleh mengenai deskripsi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap ketidakpuasan konsumen pelanggan di Restoran Sangkuriang. Sedangkan penelitian verifikatif menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap ketidakpuasan pelanggan di Restoran Sangkuriang.

Hasil penelitian yang valid bila kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Untuk mencari nilai validitas disebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien korelasi sama atau diatas 0.3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi bila nilai korelasi dibawah 0.3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid, menurut Sugiyono (2010, hlm 348). Menurut Arikunto (2009, hlm 44) hasil suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

#### Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	r hitung	r tabel	Ket
Kualitas Product (X1)				
1	P1	0.849	0.487	VALID
2	P2	0.821	0.487	VALID
3	P3	0.752	0.487	VALID
4	P4	0.754	0.487	VALID
5	P5	0.818	0.487	VALID
Kualitas Product (X2)				
6	P6	0.853	0.487	VALID
7	P7	0.808	0.487	VALID
8	P8	0.786	0.487	VALID
9	P9	0.826	0.487	VALID
10	P10	0.703	0.487	VALID
Harga (X3)				
11	P11	0.863	0.487	VALID
12	P12	0.848	0.487	VALID
Kepuasan Konsumen (Y)				
13	P13	0.722	0.487	VALID
14	P14	0.878	0.487	VALID
15	P15	0.839	0.487	VALID

Sumber : Pengolahan Data Penelitian 2015

Menurut Arikunto (2006, hlm 154) menyatakan reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali dengan alat ukur (kuisisioner) yang sama. Untuk menguji reliabilitas digunakan dengan cara mencobakan instrumennya beberapa kali pada responden. Jadi dalam hal ini instrumen dan respondennya sama tetapi waktunya yang berbeda. Reliabilitas diukur koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel.

#### Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk	0.845	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.849	Reliabel
Harga	0.633	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.748	Reliabel

Sumber : pengolahan data penelitian 2015

#### HASIL PENELITIAN

Berdasarkan pengolahan data dari kuisisioner yang telah disebar, didapat karakteristik responden di Restoran Sangkuriang ialah :

1. 57% perempuan
2. 51% usia 30-40 tahun
3. 36% berprofesi sebagai Pegawai negeri
4. 46% berdomisili di luar Bandung.

Dari kuisisioner yang telah disebar menghasilkan garis kontinum dari kualitas produk yang berada di kelas cukup puas dengan nilai 1598 diantara 1300 – 1700, lalu garis kontinum dari variabel kualitas pelayanan berada di kelas cukup puas dengan nilai 1618 diantara nilai 1300 dan 1700 dan variabel harga juga berada di kelas cukup puas dengan nilai 590 diantara 520 – 680.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) terhadap ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung.

**Tabel Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,607 <sup>a</sup>	,369	,349	1,707

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Pengolahan Data Penelitian: 2015

Berdasarkan tabel 4.25 diatas maka dapat diketahui bahwa koefisien antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung sebesar 0.607. korelasi yang terjadi adalah

korelasi kuat positif, yaitu diantara 0.600-0.799, seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan (2010, hlm 228)

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat dan seberapa besar nilai pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap ketidakpuasan konsumen, berikut adalah tabel untuk melihat signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent* berdasarkan IBM SPSS Statistics 22.0

**Pengaruh Variabel *Independent* Terhadap Variabel *Dependent***

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,938	1,978		-,980	,330
X1	,123	,083	,135	1,492	,139
X2	,429	,073	,541	5,923	,000
X3	,368	,229	,132	1,605	,112

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Pengolahan Data Penelitian: 2015

Berdasarkan tabel 4.27 dapat diketahui besarnya pengaruh kualitas produk (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) dan harga (X<sub>3</sub>) terhadap ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung, berikut adalah penjelasannya :

1. Kualitas produk (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap ketidakpuasan konsumen (Y) di Restoran Sangkuriang Bandung sebesar 1.492 karena  $t_{hitung}$  positif maka pengaruh yang terjadi adalah positif atau dapat diartikan semakin tinggi atau baik kualitas produk maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap ketidakpuasan konsumen (Y) di Restoran Sangkuriang Bandung sebesar 5.923 karena  $t_{hitung}$  positif maka pengaruh yang terjadi adalah positif atau dapat diartikan semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan konsumen yang artinya mengurangi ketidakpuasan konsumen.
3. Harga (X<sub>3</sub>) berpengaruh terhadap ketidakpuasan konsumen (Y) di Restoran Sangkuriang Bandung sebesar 1.605 karena  $t_{hitung}$  positif maka pengaruh yang terjadi adalah positif atau dapat diartikan bahwa semakin tinggi atau baik

kesesuaian harga maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen dan berkurangnya ketidakpuasan konsumen.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -1.938 + 0.123 X_1 + 0.429 X_2 + 0.368 X_3$$

Dimana :

Y = Ketidakpuasan Konsumen

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>3</sub> = Harga

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jika diasumsikan variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga) diajarkan tetap, maka nilai dari kepuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung sebesar 1.938.
2. Jika tingkat kesesuaian kualitas produk naik sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 0.123 satuan dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pada tingkat kesesuaian kualitas produk sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0.123 dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan tetap, hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin menurun ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang.
3. Jika tingkat kesesuaian kualitas pelayanan naik sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 0.429 satuan dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pada tingkat kesesuaian kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0.429 dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan tetap, hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka semakin menurun ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang.
4. Jika tingkat kesesuaian harga naik sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 0.368 satuan dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pada tingkat kesesuaian harga sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0.368 dengan asumsi bahwa kesesuaian harga tetap, hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kesesuaian harga maka semakin menurun ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang.

Uji signifikan dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics 22.0. hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.26 dibawah ini :

Tabel 4.28 menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 18.677$  dengan nilai signifikansi 0.000 sedangkan  $F_{tabel} = 2.14$  karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan 10% artinya variabel kesesuaian kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga bersama-sama mempengaruhi ketidakpuasan konsumen secara signifikan.

Nilai  $t_{hitung}$  yang terdapat pada tabel 4.26 digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> terhadap Y dengan dk (derajat kebebasan) = N - k, dimana N = jumlah sampel dan k = jumlah variabel (k=4) sehingga db = 100-4, maka nilai  $t_{hitung}$  dengan dk = 96 dan taraf kepercayaan 90% hasil  $t_{tabel}$  nya adalah 1.661.

Berdasarkan tabel 4.25 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk masing-masing variabel bebas sebagai berikut :

**Tabel Hasil Pengujian Hipotesis**

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Makna
Kualitas Produk	1.492	1.661	Signifikan
Kualitas Pelayanan	5.923	1.661	Signifikan
Harga	1.605	1.661	Signifikan

Sumber : Pengolahan Data Penelitian: 2015

Pada tabel 4.29 nilai tabel yang digunakan sebagai nilai kritis pada uji parsial atau uji t sebesar 1.661 yang diperoleh dari tabel t pada  $\alpha=0.1$  dan derajat bebas 96 untuk pengujian satu pihak.

a. Kualitas Produk ( $X_1$ )

Dihipotesiskan bahwa kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap ketidakpuasan konsumen pada Restoran Sangkuriang Bandung, karena karena dugaan tersebut peneliti menetapkan hipotesis penelitian untuk pengujian satu pihak dengan rumusan hipotesis statistic sebagai berikut :

$H_o : \beta_1 \leq 0$  Kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung.

$H_a : \beta_1 \geq 0$  Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung.

Berdasarkan data dari tabel 4.28 diperoleh  $t_{hitung}$  variabel kualitas produk sebesar 1.403 karena  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (1.661) maka diputuskan untuk menerima  $H_o$  sehingga  $H_a$  ditolak artinya dengan tingkat kepercayaan 90% dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung.

b. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Dihipotesiskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung, karena dugaan tersebut peneliti menetapkan hipotesis penelitian untuk pengujian satu pihak dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut :

$H_o : \beta_1 \leq 0$  Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpuasan di Restoran Sangkuriang Bandung.

$H_a : \beta_1 \geq 0$  Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpuasan di Restoran Sangkuriang Bandung.

Berdasarkan tabel 4.28 diperoleh  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan sebesar 6.863. karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1.661) maka diputuskan untuk menolak  $H_o$  sehingga  $H_a$  diterima yang artinya dengan tingkat kepercayaan 90% dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidal berpengaruh signifikan terhadap ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung.

c. Harga ( $X_3$ )

Dihipotesiskan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpuasan konsumen di Restoran Sangkuriang Bandung, karena dugaan tersebut peneliti menetapkan hipotesis penelitian untuk pengujian satu pihak dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut :



Ho :  $\beta_1 \leq 0$  Harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpuasan di Restoran Sangkuriang Bandung.

Ha :  $\beta_1 \geq 0$  Harga berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpuasan di Restoran Sangkuriang Bandung.

Berdasarkan tabel 4.28 diperoleh  $t_{hitung}$  variabel harga sebesar 1.605. karena nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (1.661) maka diputuskan untuk menerima Ho sehingga Ha ditolak, artinya dengan tingkat kepercayaan 90% dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Sangkuriang Bandung.

## KESIMPULAN

Menu yang tergolong ke dalam kategori *dog* atau menu yang tidak populer dan tidak menguntungkan di Restoran Sangkuriang pada bulan Januari, Februari, Maret, April, Mei dan Juni 2015 adalah telur mata sapi, sambel goang, pencok kacang/leunca, capcai polos, gurame acar kuning, asin gabus, nila asam manis, sup kosong, nasi putih timbel, nila tenyah pedas dan telur rebus.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen terhadap menu kategori *dog* di Restoran Sangkuriang Bandung, maka pada bagian akhir ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penilaian variabel kualitas produk yang terdiri dari porsi menu kategori *dog* yang disajikan cukup baik dan sesuai dengan standar porsi yang telah ditentukan, kelezatan rasa menu kategori *dog* yang cukup sesuai dengan selera konsumen, penampilan menu kategori *dog* yang cukup menarik, kebersihan menu kategori *dog* yang cukup bersih serta ketepatan waktu penyajian yang cukup tepat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari menu kategori *dog* di Restoran Sangkuriang Bandung cukup baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian di Restoran Sangkuriang, penilaian variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari ketepatan dan kecepatan waktu penyajian menu kategori *dog* yang mendapat penilaian cukup sesuai, kemampuan karyawan dalam menangani keluhan dengan penilaian cukup baik, keramahan karyawan yang mendapat penilaian cukup ramah, kepekaan karyawan dalam melayani konsumen dengan penilaian yang cukup baik serta penampilan karyawan yang cukup baik dan rapih. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di menu kategori *dog* di Restoran Sangkuriang cukup baik.
3. Berdasarkan hasil penelitian di Restoran Sangkuriang, penilaian variabel harga yang terdiri dari kesesuaian harga yang ditetapkan dengan menu kategori *dog* yang mendapat penilaian cukup sesuai serta keterjangkauan harga menu kategori *dog* yang terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga yang ditetapkan oleh Restoran Sangkuriang cukup sesuai dan terjangkau.
4. Berdasarkan variabel yang diuji yaitu variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa ketidakpuasan konsumen terhadap menu kategori *dog* di Restoran Sangkuriang Bandung tidak memiliki porsi yang besar yang berarti konsumen merasa cukup puas dengan menu kategori *dog* di restoran Sangkuriang Bandung.
5. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t dari tiga variabel yaitu variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga menunjukkan bahwa variabel

kualitas produk dan variabel harga memberikan pengaruh terhadap ketidakpuasan konsumen terhadap menu kategori *dog* di Restoran Sangkuriang Bandung sedangkan variabel kualitas pelayanan mendapatkan penilaian yang baik sehingga tidak berpengaruh terhadap ketidakpuasan konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Abd. Rachman. 2005. Ilmu Perhotelan dan Restoran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Davis, Bernard., dkk. 2008. *Food and Beverage Management Fourth Edition*. From [www.bookzz.org](http://www.bookzz.org), 23 April 2015.
- Darmawan, Deni. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Rosda.
- Destriani, Astri Nuraini. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Ketidakpuasan Konsumen Pada Menu Unpopuler dan Unprofitable di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung*. Skripsi. Jurusan Manajemen Industri Katering. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung : Tidak Diterbitkan.
- Fitrianti, Ratikah. 2014. *Analisis Fakto Faktor Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Menu Kategori Dog (Unpopuler dan Unprofitable) Di Jadul Village Resort dan Spa*. Skripsi. Jurusan Manajemen Industri Katering. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung : Tidak Diterbitkan.
- <http://travel.kompas.com/read/2014/04/02/0949478/Menparekraf.Perkembangan.Pariwisata.Indonesia.Paling.Bagus>
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 2010. Manajemen Pemasaran edisi 1 jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotschevar, Lendal H., dan Diane Withrow. 2008. *Management By Menu Fourth Edition*. From: [www.bookzz.org](http://www.bookzz.org), 23 April 2015.
- Kustiawan. (2013). Analisis Food and Beverages Costing Pada Tomo ramen Restaurant dengan pendekatan Matris. Universitas maritim Ali Haji
- Minantyo, Hari. 2011. Dasar- Dasar Pengolahan Makanan. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ninemeier, Jack D., David K. Hayes. (2006). *Restaurant Operation Management:Principles and Practice*. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Oda.Pengembangan Pusat Kuliner Nusantara Kota Bandung Sebagai Tujuan Wisata.STMP-AKPAR BSI Bandung. <http://e-jurnal.kopertis4.or.id>
- Osndikbud. 2013. Selayang Pandang bandung, Jawa Barat. <http://osndikbud.com/tuan-rumah-osn/tuanrumahosn2013/> 4 Desember 2014
- PH, Bartono. 2005. Analisis *Food Product* Studi *Food Cost* dan Pedoman Training. Yogyakarta: Andi.
- Riduwan. 2010. Dasar-Dasar Statistika. Bandung : Alfabeta
- Suarsana, Nyoman. 2007. Pengendalian Biaya Departemen F&B di Perhotelan. Yogyakarta ; Graha Ilmu
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta
- Sulastiyono, Agus. 2008. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung : Alfabeta.

- Swandana. (2011). Rekayasa Menu. [Online]. Tersedia:<http://lihataku-swandana.blogspot.com/2011/08/rekayasa-menu.html>. [9 Desember 2014]
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality & Satisfaction* Edisi tiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- Utama, I.G.Bagus Rai dan Mahadewi, Ni Made Eka. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: Andipublisher.
- WA, Marsum. 2005. *Restoran dan segala permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Widadio, Nicky Aulia. 2014. *Menparekraf : Perkembangan Pariwisata Indonesia.Paling Bagus*.  
<http://Travel.compas.com/read/2014/04/02/0949478/Menparekraf.Perkembangan.Pariwisata.Indonesia.Paling.Bagus>. 4 Desember 2014
- Wiratha, I.Made. 2006. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.
- Wiyasha, I.B.M.2011.*F&B Cost Control*.C.V. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yoeti, Oka A. 2010. *Dasar-dasar Pengertian Hospitaliti dan Pariwisata*. P.T. Alumni. Bandung.