

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK PADA RUMAH MAKAN AYAM BAKAR TOLAK
PINGGANG KHAS BONTONOMPO DI KABUPATEN GOWA**

Disusun dan diajukan oleh

**BESSE RIZKY FORTUNA
I011 18 1385**



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK PADA RUMAH MAKAN AYAM BAKAR TOLAK
PINGGANG KHAS BONTONOMPO DI KABUPATEN GOWA**

SKRIPSI

**BESSE RIZKY FORTUNA
I011 18 1385**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan Pada Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA RUMAH MAKAN AYAM BAKAR TOLAK PINGGANG KHAS BONTONOMPO DI KABUPATEN GOWA

Disusun dan diajukan oleh

BESSE RIZKY FORTUNA
1011 18 1385

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 29 Juli 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama



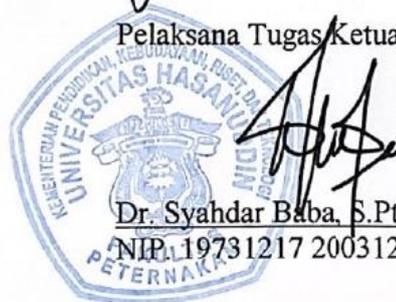
Dr. Ir. Aslina Asnawi, S.Pt., M.Sc., IPM., ASEAN Eng.
NIP. 19750806 200112 2 001

Pembimbing Pendamping



Ir. Amrullah T., M.Pi
NIP. 19581231 198503 1 027

Pelaksana Tugas Ketua Program Studi Peternakan,



Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si
NIP. 19731217 200312 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Besse Rizky Fortuna

NIM : I011 18 1385

Program Studi : Peternakan

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul **Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo di Kabupaten Gowa** adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Agustus 2022

Yang Menyatakan



(Besse Rizky Fortuna)

ABSTRAK

Besse Rizky Fortuna. I011181385. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo di Kabupaten Gowa. Dibimbing oleh Ibu **Aslina Asnawi** dan Bapak **Amrullah T.**

Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima. Dalam hal ini, konsumen akan merasa puas jika produk yang didapatkan berkualitas. Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang merupakan usaha pada bidang kuliner yang menawarkan produk ayam tolak pinggang dengan berbagai varian. Oleh karena itu, rumah makan harus memberikan produk yang berkualitas sehingga dapat memuaskan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo di Kabupaten Gowa. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Maret hingga April 2022. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi atribut kepentingan dan kinerja yang ditunjukkan dalam kuadran untuk memenuhi kepuasan konsumen, dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 94 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* berupa *accidental sampling*. Berdasarkan hasil penelitian IPA, diperoleh hasil bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah atribut yang terdapat pada kuadran I, yaitu tampilan yang menarik. Atribut yang menjadi prioritas selanjutnya untuk diperbaiki adalah atribut yang berada pada kuadran III, yaitu menu makanan bervariasi, daya tarik penyajian produk, dan tampilan kemasan produk. Atribut-atribut tersebut perlu ditingkatkan kinerjanya sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis CSI diperoleh nilai persentase sebanyak 85,95% sehingga masuk dalam kategori index sangat memuaskan. Secara keseluruhan, kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo dapat dikatakan memuaskan.

Kata kunci : *CSI, IPA, Kepuasan konsumen, Kualitas produk, Rumah makan.*

ABSTRACT

Besse Rizky Fortuna. I011181385. Analysis of Consumer Satisfaction on Product Quality at Bontonompo Grilled Chicken Restaurant in Gowa Regency. Supervised by Ms. **Aslina Asnawi** and Mr. **Amrullah T.**

Consumer satisfaction is a condition where consumer expectations of a product are in accordance with the accepted reality. In this case, consumers will feel satisfied if the product they get is of high quality. The Grilled Chicken Loin Restaurant is a business in the culinary field that offers chicken loin products with various variants. Therefore, restaurants must provide quality products so that they can satisfy their consumers. This study aims to analyze the level of consumer satisfaction with product quality at a Bontonompo grilled chicken restaurant in Gowa Regency. This research was conducted from March to April 2022. This type of research is quantitative descriptive using the Importance Performance Analysis (IPA) method to identify the importance and performance attributes shown in the quadrant to meet customer satisfaction, and the Customer Satisfaction Index (CSI) to determine the level of satisfaction. consumer satisfaction. The number of samples used in this study were 94 respondents with a sampling technique using non-probability sampling in the form of accidental sampling. Based on the results of the IPA research, the results show that the attributes that are the main priority to improve performance are the attributes contained in quadrant I, namely an attractive appearance. The attributes that are the next priority to be improved are those in quadrant III, namely varied food menus, attractiveness of product presentation, and product packaging appearance. These attributes need to be improved performance so as to meet customer satisfaction. Based on the CSI analysis, the percentage value was 85.95% so that it was included in the very satisfactory index category. Overall, consumer satisfaction with product quality at the Bontonompo Grilled Chicken Tolak Pinggang Restaurant can be said to be satisfactory.

Keywords : *Consumer satisfaction, CSI, IPA, Product quality, Restaurant.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur kepada Allah ta'ala yang masih melimpahkan rahmat sehingga penulis tetap menjalankan aktivitas sebagaimana mestinya, dan tak lupa pula penulis hanturkan salawat serta salam kepada junjungan baginda Nabi Muhammad sallallahu'alaihi wasallam, keluarga dan para sahabat, tabi'in dan tabiuttabi'in yang terdahulu, yang telah memimpin umat islam dari jalan addinul yang penuh dengan cahaya kesempurnaan.

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara kepada ayahanda **Asbar Azis** dan ibunda **Haerani** yang telah melahirkan, mendidik, dan membesarkan dengan cinta dan kasih sayang yang begitu tulus serta senantiasa memanjatkan doa dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis hanturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada :

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M. Sc.** selaku Rektor Universitas Hasanuddin dan **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A** selaku Rektor sebelumnya.
2. Dekan **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si.** dan Wakil Dekan Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin dan **Prof. Dr. Ir. Lellah Rahim, M.Sc., IPU** selaku Dekan sebelumnya.

3. **Dr. Ir. Aslina Asnawi, S. Pt., M, Si., IPM., ASEAN Eng.** selaku Dosen Pembimbing Utama dan **Ir. Amrullah Tahangnacca, M. Pi.** selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Peternakan kepada **Jessica Samara Datu Linggi, Naskah Tahir, Fitri Handayani, Reskita** terima kasih atas kerja samanya.
5. Kepada teman-teman **TAMLAN PRIDE** Nur Isra, Anggriani, Nadya Salzabilah, Yustina, Inces, Munika dan sobat **EMPAT SERANGKAI** Ulviana, Asti, Ainun terima kasih telah kebersamaan.
6. Teman-teman seperjuangan **CRANE 2018** yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu dan telah banyak membantu penulisan Skripsi ini sampai selesai.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga Skripsi ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. Aamiin Ya Robbal Aalamin.

Akhir Qalam Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, Agustus 2022



Besse Rizky Fortuna

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan dan Kegunaan.....	3
TINJAUAN PUSTAKA	5
Tinjauan Umum Ternak Ayam Kampung	5
Tinjauan Umum Kualitas Produk	6
Tinjauan Umum Kepuasan Konsumen	10
Penelitian Terdahulu	15
Kerangka Pikir	16
METODE PENELITIAN	18
Waktu dan Tempat	18
Jenis Penelitian.....	18
Jenis dan Sumber Data	18
Metode Pengumpulan Data	19
Populasi dan Sampel	19
Metode Analisis Data	22
Variabel Penelitian	27
Konsep Operasional	27

DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN	29
Sejarah Didirikannya Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo	29
Gambaran Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo	29
Struktur Organisasi.....	31
DESKRIPSI UMUM RESPONDEN	32
Umur.....	32
Jenis Kelamin.....	33
Pendidikan	34
Pekerjaan	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
Analisis Kepuasan Konsumen dengan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	37
Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	51
PENUTUP	54
Kesimpulan.....	54
Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	59
RIWAYAT HIDUP	80

DAFTAR GAMBAR

No.	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Kerangka Pikir	17
2.	Diagram Kartesius	24
3.	Struktur Organisasi Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang....	31
4.	Diagram Kartesius Kualitas Produk Ayam Tolak Pinggang.....	46

DAFTAR TABEL

No.	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Bobot Penilaian Kuisisioner.....	3
2.	Kriteria Nilai <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI).....	26
3.	Variabel Penelitian.....	27
4.	Karakteristik responden berdasarkan umur	32
5.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	33
6.	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	34
7.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	35
8.	Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kinerja Kualitas Produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo	38
9.	Tingkat Kesesuaian Total Kepentingan dan Kinerja Kualitas Produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo	39
10.	Hasil Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	52

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo	59
2.	Identitas Responden Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo.....	61
3.	Tabel Data Primer Kepentingan/Harapan	64
4.	Tabel Data Primer Kinerja/Kepuasan	68
5.	Tingkat Kesesuaian Kepentingan Dan Kinerja Kualitas Produk Ayam Bakar Tolak Pinggang	72
6.	Hasil Perhitungan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) ..	74
7.	Hasil Perhitungan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	75
8.	Dokumentasi Penelitian.....	76

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian yang memiliki peranan yang sangat strategis dalam kehidupan perekonomian Indonesia. Peranan ini dapat dilihat dari fungsinya dalam menyediakan pangan hewani. Salah satu sumber pangan pada ternak unggas adalah ayam kampung. Ayam kampung gemar dikonsumsi masyarakat karena daging ayam kampung memiliki cita rasa gurih dan khas yang berbeda dengan daging ayam ras. Oleh karena itu, prospek usaha ayam kampung cukup potensial untuk dikembangkan.

Perkembangan ekonomi yang sangat pesat berdampak pada banyaknya usaha baru yang didirikan. Salah satu jenis usaha yang marak didirikan pada saat ini adalah usaha pada bidang kuliner. Usaha ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk mendirikan rumah makan karena adanya gaya hidup masyarakat yang berubah. Perubahan tersebut dapat dilihat dari kebiasaan masyarakat yang menjadikan rumah makan sebagai tempat untuk berkumpul dan bersosialisasi. Banyaknya rumah makan yang menawarkan produk sejenis menyebabkan jumlah pesaing pada usaha ini juga semakin banyak.

Munculnya berbagai rumah makan membuat konsumen lebih selektif dalam memilih. Oleh karena itu, pelaku usaha harus menemukan berbagai strategi atau cara agar usahanya dapat bertahan dan mampu menguasai pasar. Dalam hal ini, pelaku usaha harus mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen serta memberikan produk yang lebih maksimal sehingga dapat memuaskan konsumen.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk memuaskan konsumen adalah dengan memberikan kualitas produk yang baik. Kualitas produk perlu

diperhatikan oleh pelaku usaha karena merupakan faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas produk yang maksimal juga dapat memberikan poin tersendiri bagi perusahaan sehingga usahanya mampu bertahan khususnya untuk usaha pada bidang kuliner. Hal ini sesuai dengan penelitian Mentang, dkk., (2021) bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sehingga merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen untuk membeli produk tertentu. Kualitas produk yang menarik akan menimbulkan minat membeli konsumen untuk datang berkunjung.

Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut tidak memenuhi harapan maka konsumen akan merasa kecewa, sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Khusus untuk kualitas produk akan dinilai memuaskan jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pendapat mereka tentang produk pada rumah makan tersebut. Begitu pula yang harus dilakukan oleh Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang merupakan salah satu rumah makan yang menawarkan menu utama ayam kampung tolping (tolak pinggang) dengan berbagai jenis yaitu ayam tolping, ayam tolping rica, ayam parape, ayam

pallu kacci, ayam tumis kecap, dan lain-lain. Variasi jenis makanan ini tentu akan memberikan penilaian dari konsumen yang berbeda-beda setelah mengonsumsi berbagai olahan makanan ayam kampung tersebut. Kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen puas sehingga pada akhirnya konsumen akan kembali datang untuk melakukan pembelian ulang. Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo di Kabupaten Gowa.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo di Kabupaten Gowa?

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo di Kabupaten Gowa.

Kegunaan dari hasil penelitian ini, yaitu :

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori-teori kepuasan konsumen khususnya pada Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo di Kabupaten Gowa.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi perusahaan, dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan rumah makan lainnya.
- b. Bagi karyawan, dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja yang maksimal kepada konsumen.
- c. Bagi masyarakat peneliti, dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya khususnya mengenai kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang di Kabupaten Gowa.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Ternak Ayam Kampung

Ayam kampung merupakan hasil domestikasi ayam hutan merah atau red jungle fowls (*Gallus gallus*) dan ayam hutan hijau (*Gallus varius*). Pada awalnya, ayam tersebut hidup di hutan kemudian didomestikasi serta dikembangkan oleh masyarakat pedesaan. Dengan kata lain, ayam kampung adalah ayam asli Indonesia yang telah beradaptasi, hidup, berkembang, dan memproduksi dalam jangka waktu yang lama. Ayam ini memiliki habitat hidup yang sangat luas, tumbuh serta berkembang sesuai dengan kondisi dan keberadaan faktor-faktor pendukung kehidupannya. Potensinya sebagai ternak industri semakin besar dan memiliki kemampuan bersaing (Yaman, 2010).

Ayam kampung merupakan salah satu sumber pangan hewani yang layak dikembangkan. Daging ayam kampung merupakan salah satu jenis daging yang cukup populer di masyarakat Indonesia karena rasanya yang lebih enak dan rendah kandungan lemak dan kolestrolnya sehingga banyak dikonsumsi oleh masyarakat dari tingkat atas sampai bawah, kandungan protein dan asam amino esensial, asam lemak esensial, vitamin dan mineral yang baik untuk pertumbuhan (Suprijatna, dkk., 2006).

Ayam kampung memiliki beberapa keunggulan, yaitu dagingnya gurih dan kenyal, kandungan lemak dagingnya lebih rendah dibandingkan dengan ayam ras, pemeliharaan relatif mudah karena ayam kampung lebih adaptif, tidak memerlukan lahan yang luas, harga jual ayam kampung stabil, dan daya tahan tubuh lebih tinggi. Adapun ciri dari karkas ayam kampung, yaitu lemak kulit sedikit, tekstur daging lebih kenyal dan padat, aroma segar dan tidak amis serta

ukurannya relatif kecil. Dengan keunggulan tersebut, banyak rumah makan yang menyajikan menu berbahan ayam kampung (Yaman, 2012).

Tinjauan Umum Kualitas Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, ukuran, dan pelayanan agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut (Rosyidi dan Izzah, 2020).

Kualitas produk (*product quality*) merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki produk pesaing. Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang sangat diperhatikan oleh pelanggan dalam membentuk kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing (Novrianda, 2018).

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen yang membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Kualitas produk ini juga merupakan penilaian terhadap kualitas produk berkaitan dengan pengorbanan yang dikeluarkan pelanggan relatif terhadap apa yang akan diterimanya. Variabel kualitas merupakan hal penting yang diikuti oleh sebuah produk, sehingga kualitas produk menjadi salah satu

faktor seorang konsumen memutuskan membeli suatu produk. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk. Oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan (Basith, dkk., 2014).

Kualitas produk juga merupakan tingkat kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kualitas produk ditentukan oleh daya tarik produk, spesifikasi, bahan-bahan, teknik pembuatan, dan keahlian dalam pembuatannya. Dalam menjamin kualitas produknya, setiap perusahaan harus mengadakan pengawasan secara rutin dan terpadu. Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan (Arinawaty dan Suryadi, 2021).

Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah sebagai berikut:

a. *Performance* (Hasil Produk)

Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli kinerja dari produk yang memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi.

b. *Features* (Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan)

Merupakan karakteristik sekunder pelengkap dari produk inti keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis. Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

c. *Reliability* (Kehandalan)

Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan tingkat risiko kerusakan produk, menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

d. *Conformance to Specification* (Kesesuaian dengan spesifikasi)

Kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang diinginkan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan. Karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. *Durability* (Daya Tahan)

Berkait dengan berapa lama produk tersebut dapat tersebut digunakan. Daya tahan biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.

f. *Serviceability* (Kegunaan)

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.

g. *Aesthetics* (Estetika)

Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.

h. *Perceived Quality* (Kualitas yang Dirasakan)

Kualitas yang dirasakan adalah kesan kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek.

Menurut penelitian Shahrudi, dkk., (2011) dalam Yafie, dkk., (2016), bahwa untuk mengukur kualitas produk makanan (*food quality*) terdapat empat dimensi, yang antara lain adalah *freshness* (kesegaran), *presentation* (tampilan), *taste* (rasa), dan *innovative food* (inovasi makanan).

- a. *Freshness* (kesegaran), merupakan salah satu faktor kualitas yang perlu difokuskan oleh tim manajemen dalam industri makanan dalam rangka untuk melayani pelanggan mereka pada standar yang tepat.
- b. *Presentation* (tampilan), merupakan tampilan atau bentuk penyajian makanan. Hal ini adalah bagian dari isyarat nyata dan berhasil dengan menyajikan makanan dan dihias dengan baik dapat merangsang timbulnya persepsi kualitas dari para pelanggan.
- c. *Taste* (rasa), merupakan rasa dari makanan itu sendiri. Setiap manusia memiliki kesempatan untuk mencicipi rasa yang berbeda dari makanan di seluruh dunia. Rasa makanan bermacam-macam tergantung pada budaya dan lokasi geografis.
- d. *Innovative food* (inovasi makanan), merupakan keahlian dalam melakukan inovasi seperti pencampuran bahan satu dengan bahan makanan lainnya, variasi rasa.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Assauri (2010) dalam Harjani dan Arraniri (2021), terdapat Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah produk diantaranya :

- a. Fungsi suatu produk, yaitu fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan
- b. Wujud luar, yaitu faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.
- c. Biaya produk bersangkutan, merupakan biaya untuk memperoleh suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang sampai kepada pembeli.

Tinjauan Umum Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting yang berkontribusi dalam indikator terciptanya pembelian kembali konsumen dan loyalitas konsumen (Nuratam, 2017).

Kepuasan konsumen merupakan tingkat dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan para konsumen. Harapan konsumen umumnya merupakan keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterima bila telah membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Seorang konsumen mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan, yaitu bila produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi, maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas. Namun bila terjadi sebaliknya yaitu produk sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa

puas sehingga suatu saat akan mengkonsumsi kembali produk tersebut (Shiddiq, dkk., 2018).

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti bahwa kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan (Indrasari, 2019).

Dimensi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat dilihat dari sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Kurniasih (2021), terdapat lima dimensi untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu :

- a. Membeli lagi
- b. Mengatakan hal-hal baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan
- c. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing
- d. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama
- e. Menawakan ide produk atau jasa kepada perusahaan

Faktor Kepuasan Konsumen

Menurut Zeithaml, dkk (2003) yang dikutip dalam Ruslim dan Rahardjo (2016), faktor yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen adalah:

a. *Product and service features.* Kepuasan konsumen atas suatu produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas fitur produk atau jasa. Konsumen akan membandingkan berbagai fitur dari jasa (contohnya harga dengan kualitas pelayanan dan keramahan dari personel pemberi jasa), tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi.

b. *Consumer emotions.* Perasaan pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi atas kepuasan atas produk dan jasa. Perasaan seseorang atas produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.

c. *Attributes for service success or failure.* Atribut dari jasa dapat mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika pelanggan dikejutkan oleh hasil yang mereka dapat, mereka akan mencoba mencari alasan di balik hal itu, penilaian mereka dapat mempengaruhi kepuasan mereka.

d. *Perceptions of equity or fairness.* Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi persepsi dari keadilan dan kewajaran. Pelanggan akan membandingkan apakah mereka diperlakukan secara adil dibandingkan pelanggan lain, apakah pelanggan lain mendapat perlakuan, harga dan kualitas pelayanan yang lebih baik. Pikiran tentang keadilan adalah pusat persepsi konsumen atas kepuasan terhadap produk dan jasa.

e. *Other consumers, family members and coworkers.* Selain dipengaruhi oleh perasaan dan persepsi seseorang, kepuasan pelanggan kadang dipengaruhi oleh orang lain, seperti anggota keluarga dan pelanggan lain. Hal-hal seperti pengalaman, perilaku dan pandangan pihak lain dapat mempengaruhi kepuasan.

Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen diperlukan bagi perusahaan untuk mengambil langkah sehingga dapat memberikan masukan mengenai strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (1995), Metode untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, sebagai berikut :

a. Sistem keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah ‘berpikir’ (menyumbang ide) kepada perusahaan.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk- produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya setiap manajer perusahaan terjun langsung menjadi ghost shopper untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misalnya dengan cara menelepon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan).

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customers loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customers loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei Kepuasan Konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan metode survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun

wawancara pribadi. Melalui survai perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Penelitian Terdahulu

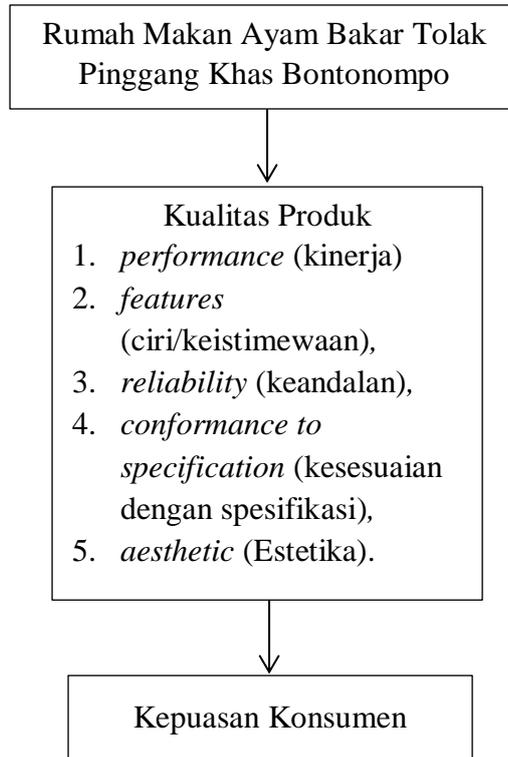
1. Rabiah (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Nesmilo di Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Nesmilo Samarinda. Perbedaan pada penelitian ini, yaitu penelitian yang dilakukan Rabiah menggunakan variabel harga dan kualitas pelayanan. Selain itu, perbedaannya juga terletak pada subjek, waktu, dan lokasi penelitian.
2. Prasastono dan Pradapa (2012) dengan judul Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. Metode yang digunakan adalah eksplantori dengan teknik analisis data uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 80,9% sedangkan sisanya sebesar 19,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
3. Saraswati (2021) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut di Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

variabel harga dan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sementara variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kerangka Pikir

Rumah Makan Ayam Bakar Tolak Pinggang Khas Bontonompo merupakan rumah makan yang menyajikan olahan makanan khusus ayam kampung. Agar dapat terus bertahan diperlukan suatu strategi agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan. Jika konsumen merasa puas maka mereka akan senang dan biasanya akan melakukan pembelian kembali, sebaliknya jika konsumen tidak puas maka akan menimbulkan perasaan kecewa. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa hal namun yang terpenting adalah kualitas produk. Kualitas produk terdiri dari 5 dimensi, yaitu *performance* (kinerja), *features* (ciri/keistimewaan), *reliability* (keandalan), *conformance* (kesesuaian), *aesthetic* (Estetika).

Berdasarkan pemikiran diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir.