

SKRIPSI

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
OLAHAN AYAM MBAK DAENG CABANG ABDULLAH
DG. SIRUA KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh

**ISNUL ARFANI SABHAN
I011 18 1314**



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
OLAHAN AYAM MBAK DAENG CABANG ABDULLAH
DG. SIRUA KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

**ISNUL ARFANI SABHAN
I011 18 1314**

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

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
OLAHAN MBAK DAENG CABANG ABDULLAH
DG. SIRUA KOTA MAKASSAR**

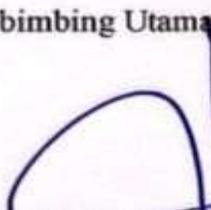
Disusun dan diajukan oleh

**ISNUL ARFANI SABHAN
I011 18 1314**

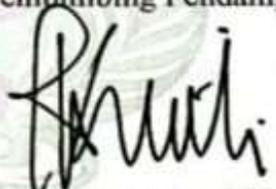
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 2 Maret 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

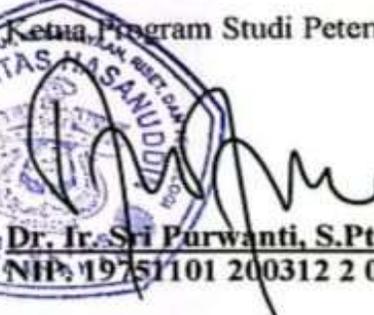
Menyetujui

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si., IPU
NIP. 19760616 200003 1 001

Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Kasmiyati Kasmin, S.Pt., M.Si.
NIP. 19730719 200604 2 012

Ketua Program Studi Peternakan


Dr. Ir. Sri Purwanti, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN Eng
NIP. 19751101 200312 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isnul Arfani Sabhan

NIM : 1011 18 1314

Program Studi : Peternakan

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul **Tingkat Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua Kota Makassar** 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, 2 Maret 2023

Yang Menyatakan

(Isnul Arfani Sabhan)

ABSTRAK

ISNUL ARFANI SABHAN (I011 18 1314) Tingkat Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua Kota Makassar. Dibawah bimbingan **Muh. Ridwan** selaku pembimbing utama dan **Kasmiyati Kasim** selaku pembimbing anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua Kota Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2022 di Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif. Populasi pada penelitian ini konsumen rumah makan mbak Daeng yang sudah menikmati olahan ayam minimal 2 kali pembelian sebanyak 96 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Analisis data yang digunakan yaitu *Importance Satisfaction Index (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua Kota Makassar secara rata-rata dapat disimpulkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg.Sirua yaitu 85,27 % dan pada kualitas pelayanan 85,84% yang termasuk pada kategori Sangat Puas.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Kepuasan Konsumen*, *Importance Performance Analysis (IPA)*.

ABSTRACT

ISNUL ARFANI SABHAN (I011 18 1314) The level of consumer satisfaction at the restaurant processed chicken mbak daeng branch of Abdullah with sirua, Makassar city. Under the guidance of **Muh. Ridwan** as the main supervisor and **Kasmiyati Kasim** as the member's supervisor.

This study aims to determine the level of customer satisfaction with the quality of products and services at the Mbak Daeng Chicken Processed Restaurant, Abdullah Dg Branch. Makassar City Sirua. This research was conducted in August-September 2022 at the Mbak Daeng Restaurant, Abdullah Dg Branch. Sirua. This type of research is descriptive quantitative. The population in this study is the consumers of Ms. Daeng's restaurant who have enjoyed processed chicken at least 2 times, as many as 96 people. The sampling technique uses a purposive sampling technique. Data collection methods used are observation, interviews using questionnaires and literature study. The data analysis used is the Importance Satisfaction Index (IPA) and the Customer Satisfaction Index (CSI). Based on the results of research on the level of consumer satisfaction with product quality and service at the Mbak Daeng Chicken Processed Restaurant, Abdullah Dg Branch. Sirua, Makassar City, on average, it can be concluded that the Customer Satisfaction Index (CSI) value of consumer satisfaction with product quality at the Mbak Daeng Chicken Processed Restaurant, Abdullah Dg. Sirua Branch, is 85.27% and at service quality 85.84% which is included in the Very Satisfied category.

Keyword : *Customer Satisfaction Index (CSI), Consumer Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA).*

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur kepada Allah ta'ala yang masih melimpahkan rahmat sehingga penulis mampu menyelesaikan Makalah Seminar Usulan Penelitian dengan judul **“Tingkat Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua Kota Makassar”** dan tak lupa pula penulis hanturkan shalawat serta salam kepada junjungan baginda Nabi Muhammad Sallallahu'alaihi Wasallam, yang telah memimpin umat islam dari jalan addinul yang penuh dengan cahaya kesempurnaan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan dan kendala yang dihadapi. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun kearah penyempurnaan pada skripsi ini sehingga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasihat, do'a serta saran-saran yang membangun.

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara, kepada ayah **Muh. Sabhan, N** dan ibunda **Almahumah Hasnariah** yang telah mendidik, menasehati, memberikan semangat dan membesarkan dengan cinta dan kasih sayang yang begitu tulus serta senantiasa memanjatkan do'a dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis.

Kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada ibu **Dr. Ir. Muh. Ridwan, S. Pt, M. Si., IPU** selaku pembimbing utama dan ibu **Dr.**

Ir.Kasmiyati Kasim, S.Pt., M.Si selaku pembimbing anggota yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai bantuan dan dukungan dari berbagai pihak.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak **Dr. Ir. Syahriadi Kadir, S.Pt., M.Si** selaku dosen pembahas pertama yang telah memberikan masukan dan memberikan arahan buat penulis dan bapak **Prof. Dr.Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M.S** selaku pembahas kedua yang telah memberikan nasihat dan masukan buat penulis. Olehnya itu penulis juga banyak mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc**, sebagai Rektor Universitas Hasanuddin.
2. **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si**, sebagai Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
3. **Dr. Ir. Sri Purwanti, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN Eng**, sebagai Ketua Program Studi Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
4. **Dosen Pengajar Fakultas Peternakan** yang telah banyak memberi ilmu yang sangat bernilai bagi penulis dan **Seluruh Staf** dalam lingkungan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
5. **Prof. Dr. Ir. Budiman, MP**, selaku Pembimbing Akademik yang selama ini telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis.
6. Sahabat-sahabat penulis, **Umrah Hamdana Hidayah, Anita, Chaerunnisa Amir, Hayatun Mutmainna, S. Nurul Azizah, Sri Rahayu,**

Nurul Ikramiah dan Yusriani terima kasih atas doa dan dukungannya kepada penulis.

7. **Penghuni Lantai 3 (Dinda, Winda, Jannah, Dewi, Lisa, dan Dibah), Semester Akhir, Pemburu Dollar** yang merupakan teman semester 1 sampai sekarang, melewati suka dan duka bersama dan sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. **Teman-teman “Crane 2018” dan Humanika (Ivory’18)** yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah mendukung penulis selama kuliah.

Semoga makalah ini dapat memberi manfaat kepada kita semua.
Aamiin Ya Robbal Aalamiin. Akhir Qalam Wassalamu'alaikum
Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 2 Maret 2023



Isnul Arfani Sabhan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	4
Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Tinjauan Umum Ayam Ras Pedaging	5
Tinjauan Umum Rumah Makan	6
Tinjauan Umum Kepuasan Konsumen	7
Tinjauan Umum Kualitas Produk	8
Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan	11
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Berpikir	14
METODE PENELITIAN	16
Waktu dan Tempat	16
Jenis Penelitian	16
Jenis dan Sumber Data	16
Metode Pengumpulan Data	17
Populasi dan Sampel	17
Metode Analisis Data	20
Variabel Penelitian	25

Konsep Operasional.....	26
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	29
Gambaran Umum Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua	29
Visi dan Misi Perusahaan	30
Struktur Organisasi	32
KEADAAN UMUM RESPONDEN	36
Umur	36
Jenis Kelamin	36
Pendidikan	37
Pekerjaan	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua dengan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	40
Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kepuasan terhadap Kepuasan Kualitas Produk dan Pelayanan pada rumah Makan Mbak Daeng Abdullah Dg. Sirua	50
Diagram kartesius tingkat kepentingan dan kinerja kualitas produ Olahan ayam.....	50
Diagram kartesius tingkat kepentingan dan kinerja kualitas pelayan	54
Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	59
PENUTUP.....	64
Kesimpulan	64
Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	70
RIWAYAT HIDUP	93

DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
1.	Bobot Penilaian Kusioner	19
2.	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	24
3.	Variabel Penelitian	25
4.	Karakteristik responden berdasarkan umur.....	36
5.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
6.	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	37
7.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	38
8.	Penilaian Konsumen Terhadap Kepentingan Atribut Kualitas Produk dan Pelayanan pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg Sirua Kota Makassar	41
9.	Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja Atribut Kualitas Produk dan Pelayanan pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg Sirua Kota Makassar	46
10.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) pada kualitas kualitas produk pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg Sirua Kota Makassar	60
11.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) pada kualitas kualitas pelayanan pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg Sirua Kota Makassar	62

DAFTAR GAMBAR

No.	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Kerangka Pikir	15
2.	Diagram Kartesius	22
3.	Struktur Organisasi Rumah Makan Mbak Daeng	32
4.	Diagram Kartesius Kualitas Produk.....	51
5.	Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian Tingkat Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua Kota Makassar	70
2.	Indentitas Responden pada pada Rumah Makan Olahan Ayam Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg. Sirua Kota Makassar	74
3.	Perhitungan Kualitas produk terhadap atribut kepentingan dan kinerja	77
4.	Perhitungan Kualitas pelayanan terhadap atribut kepentingan dan kinerja.....	83
5.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> terhadap Kualitas Produk.....	88
6.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> terhadap Kualitas Pelayanan.....	89
7.	Dokumentasi Penelitian	90

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era sekarang ini usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dalam bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan makin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pengusaha harus mampu mengambil keputusan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan agar dapat berkembang dengan baik. Perusahaan harus mampu mengetahui kebutuhan, dan keinginan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan bertahan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya (Situmeang, 2017).

Persepsi konsumen terhadap harga dan cita rasa produk pada rumah makan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dimana semakin rendah nilai harga dan semakin tinggi nilai cita rasa akan meningkatkan keputusan pembelian. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pendapat mereka tentang produk pada rumah makan tersebut. Begitu pula strategi yang harus dilakukan oleh Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg Sirua Kota Makassar agar pembelian semakin meningkat. Penelitian Mantik dkk. (2015) menemukan bahwa persepsi konsumen terhadap suatu produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik persepsi konsumen, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

Rumah makan mbak daeng Cabang Abdullah Dg.Sirua Kota Makassar merupakan salah satu cabang dari badan usaha yang bergerak dibidang kuliner yaitu CV. Daeng Kuliner Makassar (DKM) yang didirikan oleh Ahmad Tonang sebagai

pemilik perusahaan. Rumah Makan Mbak daeng Didirikan Pada tahun 2012 di Jl. Sultan Alauddin No. 84 kota Makassar yang merupakan cabang pertama dari Rumah makan mbak daeng. Ada berbagai menu olahan makanan yang di sediakan di rumah makan mbak daeng salah satunya adalah varian makanan olahan ayam dengan jenis produk olahan ayam meliputi : ayam bakar rica-rica, ayam bakar sambal cobek, ayam goreng rica-rica, ayam goreng sambal cobek, dan ayam palekko.

Banyaknya rumah makan yang menawarkan produk sejenis menyebabkan jumlah pesaing pada usaha ini juga semakin banyak. Hal ini 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 yaitu dengan memahami keinginan konsumen. Dalam hal ini, pelaku usaha harus mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen serta memberikan kualitas produk dan pelayanan yang lebih maksimal agar konsumen merasa puas dan melakukan pembelian kembali. Kualitas layanan memiliki hubungan erat dengan minat pembelian ulang. Restoran perlu mencari cara untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan kualitas layanan yang buruk akan membuat konsumen tidak puas dan memberikan persuasi kepada orang lain untuk pergi ke restoran lain (Laela,2021).

Pelayanan juga merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk menghadapi persaingan yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik dan berkualitas agar konsumen merasa puas, karena konsumen memiliki harapan terhadap kinerja kualitas pelayanan yang diberikan. Konsumen akan merasa puas jika persepsi terhadap produk atau jasa itu sama atau lebih dari yang diharapkan

dan salah satunya adalah pelayanan yang diberikan penyedia jasa. Salah satu dalam peningkatan kepuasan pelanggan yaitu dengan memperbaiki kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian). Peningkatan kelima dimensi tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Semakin meningkat kualitas pelayanan, maka meningkat pula kepuasan konsumen (Jufriyanto, 2020).

Kepuasan pelanggan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen salah satunya adalah kualitas produk. Pada penelitian Tombeng dkk (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk akan membuat pelanggan merasa puas dengan hasil yang mereka tunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara inilah yang dilakukan pebisnis agar produk yang dihasilkan memenuhi standart sehingga tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut. Pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Hal inilah yang melatar belakangi dilakukannya penelitian mengenai “Tingkat kepuasan konsumen pada rumah makan olahan ayam mbak daeng cabang Abdullah Dg.Sirua Kota Makassar”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk olahan ayam di Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg.Sirua Kota Makassar.
- b. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg.Sirua Kota Makassar.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

- a. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk olahan ayam di Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg.Sirua Kota Makassar.
- b. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg.Sirua Kota Makassar.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai referensi dan sebagai masukan bagi peneliti-peneliti yang akan datang,yang akan melakukan penelitian serupa.
2. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan informasi pada Rumah Makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg.Sirua Kota Makassar.
3. Penelitian ini berguna sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti sendiri dalam bisnis rumah makan.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Ayam Ras Pedaging

Ayam broiler atau ayam ras pedaging merupakan bangsa unggas yang arah kemampuan utamanya adalah untuk menghasilkan daging yang banyak dengan kecepatan pertumbuhan yang sangat pesat. Dalam waktu 5-6 minggu ayam broiler sudah memiliki bobot tubuh hingga 2 kg. Ayam ini merupakan jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki produktivitas tinggi terutama dalam memproduksi daging (Cahyono, 2010).

Dalam usaha ternak ayam broiler, peternak harus mengusahakan agar ternaknya tetap hidup dengan memenuhi segala kebutuhan hidup ternaknya. Makanan sebagai syarat utama harus diberikan agar kebutuhan nutrisi terpenuhi. Tanpa makanan yang sesuai dengan kebutuhan nutrisi untuk hidup dan produksi, alat produksi ini tidak akan bekerja baik. Bahkan kematian dapat terjadi akibat pemberian makanan yang tidak sesuai dengan kebutuhannya (Rizqan dkk, 2010).

Ayam ras pedaging mempunyai sifat seperti ukuran badan yang besar penuh daging yang berlemak serta bergerak lambat dan tenang. Pertumbuhan badannya cepat dan efisien ransum tinggi untuk membentuk daging. Contoh ayam kelas pedaging yaitu bangsa Brahma, Langshan, Cornish dan lain sebagainya. daging ayam broiler merupakan daging yang paling familiar bagi seluruh lapisan masyarakat untuk dikonsumsi atau dimakan dalam kehidupan sehari-hari oleh karena itu daging ayam broiler banyak digunakan sebagai olahan masakan di berbagai rumah makan (Narantaka, 2012)

Ciri khas ayam ras pedaging adalah rasanya enak dan khas, dagingnya empuk dan banyak, serta pengolahannya mudah tetapi mudah hancur dalam proses

perebusan yang lama. tekstur daging ayam lebih halus dan lebih lunak, sehingga lebih mudah dicerna. Pada umumnya, daging ayam mengandung air sekitar 75% - 80%. Selain itu juga mengandung bahan kering yang terdiri atas protein, lemak, dan abu (Murtidjo ,2007).

Tinjauan Umum Rumah Makan

Jenis usaha bisnis yang berkembang pesat saat ini adalah bisnis kuliner, seperti rumah makan. makanan adalah kebutuhan pangan yang di konsumsi oleh manusia setiap hari. Banyak para pelaku bisnis sukses mengambil bidang kuliner ini. Semakin berkembangnya zaman, para konsumen semakin teliti dalam memilih produk atau jasa yang ingin dikonsumsinya. Sedikit saja para pelaku bisnis mengecewakan konsumen, maka konsumen tersebut tentunya tidak akan pernah kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang bahkan konsumen akan menyampaikan kekecewaannya kepada teman atau kerabatnya. Hal tersebut tentu saja akan berakibat buruk bagi kelangsungan hidup bisnis kita. Itu lah mengapa kepuasan konsumen sangat harus diperhatikan pemasar (Amelia, 2017).

Rumah makan adalah usaha yang menyajikan hidangan kepada konsumen dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Walaupun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan *take-out dining* dan *delivery service* untuk melayani konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dan jenis makanan yang dihidangkannya misalnya: rumah makan *chinese food*, rumah makan *western food*, rumah makan *indonesian food* dan rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) dan sebagainya. Apabila kita mencermati pertumbuhan bisnis rumah makan baik di kota-kota besar

di Indonesia sungguh sangat signifikan kenaikan jumlahnya, begitu banyak orang membuka investasi rumah makan. Berbagai variasi menu dan jenis etnik yang ditawarkan, aneka ragam interior design yang ditampikan. Hal ini yang sangat membanggakan perkembangan bisnis ini (Siregar dan Fadillah, 2018).

Perkembangan jumlah pelaku bisnis kuliner merupakan fenomena yang terjadi akibat adanya dukungan untuk kemudahan membuka bisnis kuliner. Bisnis kuliner menjadi pilihan banyak orang dengan alasan jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Maraknya pelaku bisnis kuliner yang membuka usaha rumah makan menjadikan tingginya tingkat persaingan yang antar pelaku bisnis. Keunikan, kreatifitas, dan metode promosi yang mumpuni digunakan sebagai salah alat untuk melewati persaingan yang sangat ketat (Indraswari dan Kusuma, 2018).

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 adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapannya (Tombong dkk, 2019).

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).

Menurut Walker (2001) kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan konsumen dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya.

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. Konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan, yaitu bila produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi, maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas. Namun sebaliknya jika produk sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa puas sehingga suatu saat akan mengkonsumsi kembali produk tersebut (Shiddiq, dkk., 2018).

Tinjauan Umum Kualitas Produk

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 produk yang memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk, yang akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen. 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 (Mentang dkk, 2016).

Kualitas produk sendiri merupakan hal yang selalu diperhatikan oleh konsumen dalam mengambil keputusan. Produk berkaitan dengan upaya mengembangkan “produk” yang tepat bagi pasar target. Dalam setiap menjalankan proses bisnis, baik produk maupun jasa yang hendak dijual harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan harga yang diberikan. Dengan kualitas produk yang baik, perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Selain itu peningkatan kualitas produk diharapkan dapat terus ditingkatkan bagi yang ingin membuka usaha baru, karena peningkatan kualitas produk secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen, dan diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian ulang atas

produk maupun jasa yang kita jual, sehingga secara otomatis dapat meningkatkan pendapatan (Hendrawan, 2012).

Menurut Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. kualitas produk ialah keahlian sebuah barang memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melampaui dari apa yang diinginkan konsumen.

Dimensi kualitas produk menurut David Garvin dalam (Fandy Tjiptono, 2008) adalah sebagai berikut:

a. *Performance* (Kinerja)

Kinerja merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang dibeli, biasanya hal itu menjadi pertimbangan pertama konsumen dalam membeli suatu produk. Implementasinya kinerja diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap manfaat dasar dari produk yang dikonsumsi misalnya kemudahan, dan kenyamanan yang diperoleh.

b. *Features* (fitur)

Merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk, misalnya kelengkapan pendukung seperti menambahkan komponen-komponen tertentu agar tampilan produk makin menarik.

c. *Reliability* (Kehandalan)

Adalah peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya. Kehandalan juga diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keandalan produk yang dinyatakan dengan kualitas produk yang diproduksi oleh

perusahaan atau rumah makan.

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

Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk..

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. *Aesthetics* (Keindahan)

Daya tarik produk terhadap panca indera. Daya tarik keindahan yang dimiliki produk dengan menunjukkan penampilan produk terhadap pembeli, Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.

Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting di sediakan untuk kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan yang baik akan berdampak pada pelanggan atau konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Semakin bagus pelayanan yang dirasakan maka tingkat kepuasan konsumen makin tinggi. Dalam jangka panjang , ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Rosanti, 2020).

Pelayanan adalah suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang lebih dapat di rasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses konsumsi jasa tersebut (Pane dkk., 2018).

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Tingkat pelayanan merupakan suatu tingkat yang ditunjukkan oleh perusahaan atau instansi dalam menanggapi orang - orang yang memerlukan pelayanan tersebut. Menurut Lovelock dalam (Rangkuti, 2010) Kriteria dalam kualitas pelayanan terdiri dari:

- a. *Tangible* (bukti fisik) merupakan penampilan fasilitas fisik penyedia jasa seperti gedung, sarana parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan fisik dari personel penyedia jasa.
- b. *Reliability* (Kehandalan) mempunyai arti sebagai kemampuan perusahaan memberikan jasa secara akurat sesuai dengan yang dijamin.
- c. *Responsiveness* (Kesigapan) yaitu kemampuan karyawan untuk membentuk pelanggan menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.
- d. *Assurance* (jaminan) diartikan sebagai pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri.
- e. *Empathy* (Empati) yaitu karyawan harus memberikan perhatian kepada pelanggan dan mengerti kebutuhan pelanggan.

Terdapat beberapa cara untuk mengukur tentang kualitas pelayanan, salah satu cara untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dengan menerapkan metode *Importance Performance Analysis* (Analisis Kepentingan dan Kinerja). Metode

analisis yang digunakan adalah analisis kuadran. Analisis kuadran ini digunakan untuk mengetahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut tersebut. Berdasarkan analisis kuadran ini selanjutnya dapat dilihat letak dari masing-masing variabel berada pada kuadran yang berbeda-beda, sehingga dapat diketahui variabel apa saja yang perlu ditingkatkan dan mendapatkan perhatian lebih (Siyamto, 2017).

Penelitian Terdahulu

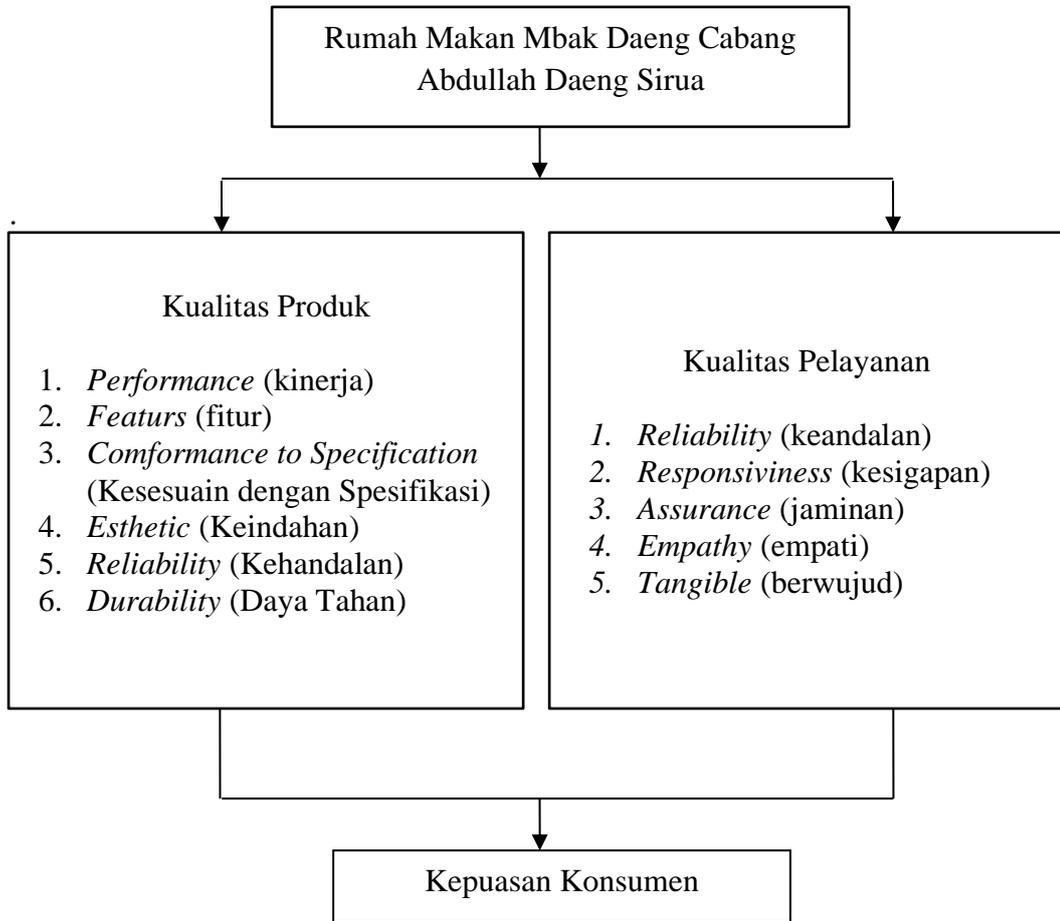
1. Irma (2020) dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Begos (Bebek Goyang Sulawesi) Tamalanrea Kota Makassar. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif dengan menggunakan rumus perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan begos sangat baik karena dapat mencapai indeks kepuasan terhadap kualitas produk olahan itik 84,14 % dan indeks kepuasan terhadap kualitas pelayanan 85,56% serta secara keseluruhan indeks kepuasan konsumen 84,46% berada pada kategori sangat puas/very good.
2. Meristi (2018) dengan judul pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling, dengan hasil penelitian menunjukkan 1) kualitas produk, harga, pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 2) kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen 3) harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, 4) pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

3. 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.

Kerangka Berpikir

Rumah makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg Sirua merupakan rumah makan yang menyajikan berbagai macam olahan seafood dan olahan ayam. Rumah makan Mbak Daeng Cabang Abdullah Dg Sirua ramai dikunjungi oleh konsumen dan memiliki harga terjangkau sehingga memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan. Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi dan layanan yang diberikan.

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



Gambar 1 Kerangka Pikir