



**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAYANAN RUMAH MAKAN PONDOK
LESEHAN PAK DANI, MAKASSAR**

SKRIPSI

OLEH

ANDI KARTIKA SARY. AL



PERPUSTAKAAN FISIKI UNW. HASANUDDIN	
Tgl. Terima	10-10-05
Asal Bori	Fale Peterhalean
Ban. Bawa	1 (satu) ek
Harga	H .
No. Inventaris	242/11-10-05
No. Klas	

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2005**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN PONDOK
LESEHAN PAK DANI MAKASSAR**



OLEH

A. KARTIKA SARY AL


*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin
Makassar*


**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2005**

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada
Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani, Makassar
Nama : A. Kartika Sary, AL
No.Pokok : I 311 00 042



Skripsi ini telah diperiksa dan
Disetujui Oleh :


Ir. Tanrigiling Rasyid, MS
Pembimbing Utama


Siti Nurlaelah, S.Pt, M.Si
Pembimbing Anggota


Prof. Dr. Ir. H. Basit Welip, M.Sc
Dekan




Ir. Hastang M.Si
Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : 10 Agustus 2005

ABSTRAK

A. Kartika Sary AL. I 311 00 042. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar. Di bawah bimbingan bapak Tanrigiling Rasyid selaku pembimbing Utama dan Ibu St Nurlaelah, S.Pt, M.Si selaku pembimbing anggota.

Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perbandingan antara harapan kinerja sebelum membeli dan persepsi kinerja yang diterima konsumen setelah membeli. Jika harapan kinerja sebelum membeli lebih besar dari kinerja yang diterima setelah membeli, maka dikatakan konsumen mengalami ketidakpuasan. Sebaliknya jika harapan kinerja sebelum membeli lebih kecil dari persepsi kinerja yang diterima setelah membeli maka konsumen mengalami kepuasan (Peter dan Olson (1999) dalam Harjati (2003 : 37).

Pada dasarnya tujuan dari suatu organisasi bisnis adalah memproduksi barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan pelanggannya. Dengan kata lain perusahaan berusaha untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Untuk dapat menciptakan para pelanggan yang merasa puas, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan.

Rumah makan pondok lesehan Pak Dani merupakan salah satu rumah makan yang terdapat di Kota Makassar yang memiliki ciri khas yaitu produk ayam bakar, ayam goreng dan sate ayam yang diolah secara tradisional dan cita rasa yang berbeda. Dalam melakukan aktivitas pemasaran produk, hal yang diperhatikan oleh pihak perusahaan yaitu berupa memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya, antara lain memberikan pelayanan yang lebih cepat, keramahan pimpinan dan karyawan, suasana tempat yang lebih baik dan lebih nyaman. Strategi tersebut tidak terlepas dari upaya pihak perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen.

Dari latar belakang tersebut diatas maka dilakukan penelitian tentang "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pelanggan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar".

Penelitian ini dilaksanakan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar selama 2 bulan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode Deskriptif.

Berdasarkan penilaian kepuasan pelanggan dengan membandingkan antara harapan (tingkat kepentingan) dengan kinerja yang diperoleh pelanggan menunjukkan bahwa kinerja pelayanan perusahaan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar masih berada dibawah harapan konsumen yang berarti bahwa konsumen belum puas dengan pelayanan pelanggan pada rumah makan tersebut.

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan inayahNya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Olehnya itu ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya, penulis haturkan kepada :

1. Bapak Ir. Tanrigiling Rasyid M.S sebagai Pembimbing Utama dan Ibu St. Nurlaelah, S.Pt, M.Si sebagai Pembimbing Anggota yang telah banyak memberi masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dekan Fakultas Peternakan beserta seluruh Staf Dosen dan pegawai yang telah memberikan ilmu selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Peternakan.
3. Bapak Ir. Tanrigiling Rasyid M.S selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehat dan dorongan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Peternakan.
4. Kepada Ayahanda Ibunda yang senantiasa mendoakan dan memotivasi serta segenap keluarga yang telah memberikan dorongan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Peternakan.

5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, Terima Kasih atas bantuannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Olehnya itu tegur sapa dan sumbang saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kemajuan dunia usaha peternakan.

Makassar, Agustus 2005.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN	
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	4
Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	
Tinjauan Umum Rumah Makan	5
Tinjauan Umum Pemasaran.....	7
Perilaku Konsumen.....	8
Kepuasan Pelanggan	11
Pengukuran Kepuasan Pelanggan	13
METODOLOGI PENELITIAN	
Waktu dan Tempat	15

Jenis Penelitian	15
Populasi dan Sampel.....	15
Pengumpulan Data	17
Jenis dan Sumber Data	17
Variabel Penelitian	18
Analisa Data	19
Konsep Operasional.....	22

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Singkat Perusahaan.....	25
Letak dan Luas Perusahaan	26
Keadaan Tenaga Kerja Perusahaan	26
Fasilitas Perusahaan	27

KEADAAN UMUM RESPONDEN

Umur	29
Pendidikan	30
Jenis Kelamin	31
Pekerjaan	32
Tanggungjawab Keluarga	33
Pendapatan	34

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelayanan Pelanggan	36
1. Analisis Keandalan Pelayanan (Realibility)	37
2. Analisis Keresponsifan	42

3. Analisis Keyakinan	48
4. Analisis Empati	53
5. Analisis Berwujud	69
Analisis Indikator Kepuasan dengan Menggunakan Diagram Kartesius	71

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan	76
Saran	76

DAFTAR PUSTAKA	77
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Komposisi Jabatan dan Jumlah Tenaga Kerja pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	26
2.	Fasilitas yang Dimiliki Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	28
3.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	29
4.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	30
5.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	31
6.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	31
7.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	33
8.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	35
9.	Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Ketepatan Waktu Pelayanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	37
10.	Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Ketepatan Waktu Pelayanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	39
11.	Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kesesuaian dengan Permintaan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar....	41
12.	Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesesuaian dengan Permintaan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar...	43

13. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kesigapan Pekerja Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	45
14. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesigapan Pekerja Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	47
15. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Penanganan Keluhan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	49
16. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Penanganan Keluhan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	51
17. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Keramahan, Perhatian dan Kesopanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar...	52
18. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Keramahan, Perhatian dan Kesopanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	55
19. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Prestasi dan Reputasi Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	57
20. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Prestasi dan reputasi Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	59
21. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kemudahan Menghubungi Restoran Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	61
22. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kemudahan Menghubungi Restoran Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	63
23. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kemudahan Pekerja Berkomunikasi dengan Tamu Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	65
24. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kemampuan Pekerja Berkomunikasi dengan Tamu Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	67
25. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Penampilan Fisik Rumah Makan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	69

26. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Penampilan Fisik Rumah Makan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	71
27. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kebersihan dan Kerapihan Rumah Makan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	73
28. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kebersihan dan Kerapihan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	75
29. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kenyamanan Ruangan Restoran Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	77
30. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kenyamanan Ruangan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	79
31. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Penampilan Pekerja Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	81
32. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Penampilan Pekerja Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	83
33. Rata-Rata Perhitungan Dari Penilaian Pelaksanaan Dan Penilaian Kepentingan Pada Atribut Atau Yang Membentuk Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	<u>Teks</u>	Hal
2.	Identitas Responden Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	40
3.	Tabulasi Data Tingkat Kepentingan Indikator Kepuasan Palanggan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	44
4.	Tabulasi Data Tingkat Kinerja/Kepuasan Indikator Kepuasan Palanggan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	46
5.	Skor Data Tingkat Kepentingan Indikator Kepuasan Palanggan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar	48
6.	Skor Data Tingkat Kinerja/Kepuasan Indikator Kepuasan Palanggan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.....	50

DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Teks</u>	Hal
1.	Diagram Kartesius Atribut Kepuasan Pelanggan.....	40

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan pemenuhan gizi, khususnya yang bersumber dari hewan ternak atau protein hewani, merupakan salah satu faktor pendukung dalam pembangunan dan pengembangan sub sektor Peternakan di Indonesia sebagai salah satu pemasok sumber protein bergizi tinggi seperti daging, susu maupun telur.

Melihat fenomena semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan hal tersebut di atas, maka semakin banyak pula pelaku bisnis dan pemilik modal yang memanfaatkan peluang usaha di sektor pengolahan produk Peternakan seperti ayam bakar, ayam goreng, sate ayam dan produk olahan lainnya. Sehingga konsumen atau masyarakat lebih mudah dan praktis dalam mengkonsumsi produk hasil peternakan tersebut. Salah satu perusahaan pengolahan produk Peternakan tersebut di antaranya adalah rumah makan dan restoran.

Perkembangan usaha di bidang rumah makan dan restoran dewasa ini semakin menunjukkan perkembangan yang meningkat dari hari ke hari. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya bermunculan rumah makan dan restoran dengan nama dan menu yang beraneka ragam, baik yang berasal dari dalam negeri (perusahaan lokal dan nasional) maupun perusahaan global (perusahaan Internasional). Kondisi tersebut tentunya akan berdampak pada semakin tajamnya persaingan antara perusahaan dalam merebut konsumen atau pelanggan.

Dalam merebut dan mempertahankan pangsa pasar konsumen, maka perusahaan rumah makan khususnya dan perusahaan pada umumnya harus menerapkan strategi pemasaran, khususnya mengenai pentingnya memahami dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga tercipta kepuasan pelanggan.

Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perbandingan antara harapan kinerja sebelum membeli dan persepsi kinerja yang di terima konsumen setelah membeli. Jika harapan kinerja sebelum membeli lebih besar dari kinerja yang di terima setelah membeli, maka di katakan konsumen mengalami ketidakpuasan. Sebaliknya jika harapan kinerja sebelum membeli lebih kecil dari persepsi kinerja yang di terima setelah membeli maka konsumen mengalami kepuasan (Peter dan Olson (1999) dalam Harjati (2003: 37).

Pada dasarnya tujuan dari suatu organisasi bisnis adalah memproduksi barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan pelanggannya. Dengan kata lain perusahaan berusaha untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Untuk dapat menciptakan para pelanggan yang merasa puas, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan.

Untuk memberikan kepuasan yang terbaik kepada pelanggan, maka salah satu yang penting untuk di lakukan perusahaan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang di harapkan oleh pelanggan. Perusahaan harus melembagakan pemberian kepuasan pelanggan dengan berfokus pada pelayanan dan dukungan. Perusahaan harus menciptakan kemampuan pelayanan

dengan berpendapat bahwa pelanggan pasti memiliki pengalaman kualitas dan harus di senangkan serta di puaskan. Pelayanan yang di berikan kepada pelanggan tidak hanya terpusat pada pelayanan sebelum dan pada saat penjualan akan tetapi perusahaan penting pula untuk memperhatikan pelayanan pelanggan setelah pembelian (purna pembelian).

Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani merupakan salah satu rumah makan yang terdapat di Kota Makassar yang memiliki ciri khas yaitu produk ayam bakar, ayam goreng dan sate ayam yang di olah secara tradisional dengan cita rasa yang berbeda. Dalam melakukan aktivitas pemasaran produk, hal yang diperhatikan oleh pihak perusahaan yaitu berupa memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya, antara lain memberikan pelayanan yang lebih cepat, keramahan pimpinan dan karyawan, suasana tempat yang lebih baik dan lebih nyaman. Strategi tersebut tidak terlepas dari upaya pihak perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen.

Dari latar belakang tersebut di atas maka, dilakukan penelitian tentang **"Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar"**.

Perumusan Masalah

Masalah yang dapat di rumuskan pada penelitian ini adalah :

Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

- a. Sebagai bahan informasi bagi pihak perusahaan dalam mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang di berikan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam mengambil kebijakan pemasaran, khususnya peningkatan kepuasan pelanggan.
- c. Sebagai bahan rekomendasi bagi peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai pelayanan rumah makan.
- d. Sebagai bahan rekomendasi bagi pelaku bisnis yang akan membuka usaha sejenis

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Rumah Makan

Restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum bagi umum dan di kelola secara profesional. Hotel besar maupun sedang kebanyakan memiliki lebih dari satu restoran untuk memberi kesempatan para pelanggan memilih jenis restoran maupun makanan serta gaya penyajian dengan harga yang bervariasi sesuai keinginan mereka. Dengan banyaknya restoran yang tumbuh dan berkembang di perkotaan akhir-akhir ini perlu kiranya kita untuk mengidentifikasi klasifikasi restoran yang ada (Soekresno, 2001 : 17).

Usaha pelayanan makanan merupakan kegiatan yang sangat besar dan kompleks, antara lain meliputi stand hot dog di pantai-pantai, pojok hamburger di drive in, kafetaria di lingkungan perkantoran, coffee shop di kanan kirinya, sekolah untuk praktik makan siang di kelas, warung makan, rumah makan padang, ayam goreng, restoran-restoran kelas menengah di hotel-hotel, kedai-kedai makanan kecil di tepi jalan tol, bagian dapur dari rumah sakit, pelayanan catering di pesawat, dan sebagainya. Tentu saja masing-masing mempunyai masalah sendiri di dalam menjalankan operasinya. (Marsum, 1999: 1).

Kemajuan usaha penyajian makanan dan minuman sekarang ini tidak terlepas dari sejarah perkembangan perjalanan peradaban manusia di masa lalu. Menyebut kata restoran, yang terpikir di benak kita adalah jajaran meja-meja yang tertata rapi, kehadiran pelanggan menikmati sajian, pramusaji sibuk dengan pelayanannya, juru

masak sibuk mengolah hidangan, suara berdenting peralatan makan dan minum, aroma hidangan yang mendominasi ruangan serta keluar masuknya pelanggan yang silih berganti, bahkan suara musik terdengar sayup-sayup ikut mengisi ruangan apakah musik berasal dari suara kaset ataupun musik hidup, tergantung kesesuaian restoran yang bersangkutan (Soekresno, 2001 : 15).

Apa yang mendorong orang memaksakan diri untuk membuka usaha restoran ini? Sebagian besar inspirasi datang dari beberapa kekeliruan faham tentang bisnis ini. Mereka kebanyakan berpikir bahwa investasi untuk usaha ini rendah. Diawali dengan melihat-lihat sekeliling restoran waktu sedang makan dan kemudian mendapatkan pemikiran bahwa untuk membuka usaha seperti ini tidak banyak biaya, meskipun pada kenyataannya biayanya besar sekali, dapat mencapai jutaan rupiah hanya untuk membuka sebuah restoran kelas menengah saja bukan restoran kelas tinggi atau high class restaurant (Marsum, 1999: 2).

Rasyaf (1995 : 134) menyatakan bahwa karena konsumen di Indonesia tidak mudah begitu saja di pengaruhi dalam hal aroma dan selera akan daging ayam, maklum ada faktor pendapatan pula yang menjadi pertimbangan mereka. Kalaupun pendekatan ini akan di pilih lebih baik bila pengolahan lengkap yang di lakukan, artinya hingga jadi suatu masakan yang siap santap. Contoh sukses cara ini adalah pada penjualan makanan asing seperti "Pizza Hut" yang memakai prinsip ini didukung dengan "outlet" yang tersebar di lokasi yang tepat untuk masakan semacam ini. Pola pendapatan penduduk Indonesia di antisipasi dengan memotong Pizza Hut kecil-kecil atau di jual dalam pola eceran.

Tinjauan Umum Pemasaran

Dalam konsep pemasaran, volume penjualan yang menguntungkan memang menjadi tujuannya, tetapi laba yang di dapat dari volume penjualan itu harus diperoleh melalui kepuasan konsumen. Disamping itu sangat di perlukan adanya koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran, yaitu dengan cara memupuk kerjasama dan menghindari pertentangan agar mudah di lakukan suatu koordinasi, sehingga pada akhirnya nanti akan di capai tujuan perusahaan sekaligus dapat memberi kepuasan kepada kosumen (Sumarni dan Soeprihanto, 1997: 233).

Sebagai konsumen, seseorang kadang-kadang tergugah oleh banyaknya jenis produk yang di tawarkan di pasar swalayan setempat, dan ingin mengetahui bagaimana semua produk ini berpindah dari tempat asalnya ke toko setempat. Proses yang mengakibatkan aliran produk melalui suatu system dari produsen ke konsumen di sebut pemasaran. Secara khusus, pemasaran dapat di defenisikan sebagai aliran produk secara fisis dan ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen. Pemasaran melibatkan banyak kegiatan yang berbeda yang menambah nilai produk pada saat produk bergerak melalui system tersebut (Downey dan Erickson (1992 : 278).

Menentukan tujuan pemasaran dan strategi pemasaran, biasanya di dasarkan pada falsafah bisnis dan pemasaran, dan untuk menentukan keduanya merupakan bagian yang penting dan sulit dari seluruh proses pemasaran. Untuk menyederhanakannya, tujuan pemasaran hanya mengenai produk dan pasar. Oleh karena itu, kerangka Ansoff merupakan analisis yang paling bermanfaat untuk



menentukan tujuan pemasaran, dimana paling tidak ada empat kemungkinan tujuan pemasaran : penetrasi pasar, pengembangan produk, perluasan pasar dan difersifikasi (Dongoran, 2003 : 13).

Kotler dan Armstrong (1997 : 17) menyatakan bahwa konsep pemasaran yakin bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyampaian kepuasan yang di dambakan itu lebih efektif dan efisien ketimbang pesaing.

Irawan, Widjaya, dan Sudjono (2001 : 15-16) menyatakan bahwa konsep penjualan ini berpendapat bahwa para konsumen jika di biarkan sendiri, biasanya tidak akan membeli produk-produk dari organisasi tersebut. Oleh karena itu organisasi harus melakukan kegiatan penjualan yang agresif dan usaha promosi gencar. Konsumen akan membeli apabila di rangsang dengan promosi. Konsep pemasaran menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila keinginannya terpenuhi secara terus-menerus. Seorang teoritis manajemen terkemuka Peter Drucker menyatakan bahwa penjualan hanya puncak dari gunung es pemasaran. Konsep ini berpendapat bahwa untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk secara lebih efisien dan efektif dibanding pasar sasaran.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami "*why do consumers do what they do*". Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika

membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal atau kegiatan mengevaluasi. Shchiffman dan Kanuk (1994) menyatakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, usaha dan energi) (Sumarwan, 2003 : 26).

Amirullah (2000 : 22) menyatakan bahwa beberapa defenisi perilaku konsumen dari para ahli :

- a. David L. Loudon dan Albert J. Delia Bitta (1993 : 5) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dapat didefenisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik melibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.
- b. James F. Engle et al (1992 3) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen didefenisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.
- c. American Marketing Association mendefenisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai "interaksi dinamis antara pengaruh dan kondisi perilaku, dan kejadian disekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka" Simamoran (2002 : 2) menyatakan sebagai berikut :
 - Perilaku konsumen menyoroti perilaku individu dan rumah tangga
 - Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian

serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk.

- Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, oleh siapa, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi. Juga termasuk variabel-variabel yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi alternatif, dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

Umar (2003 : 14) menyatakan bahwa perilaku konsumen terdiri atas semua tindakan konsumen untuk memperoleh, menggunakan dan membuang barang atau jasa. Sebelum bertindak, seseorang seringkali mengembangkan keinginan berperilaku berdasarkan kemungkinan tindakan yang akan dilakukan. Keinginan berperilaku didefinisikan sebagai keinginan konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, membuang, menggunakan produk atau jasa.

Setiawan (2003 : 201) menyatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh tiga hal yaitu perbedaan individu, kondisi lingkungan dan usaha pemasaran (marketing mix). Perbedaan individu meliputi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kebutuhannya meliputi motivasi, keinginan, pengetahuan, kepribadian, demografi dan sebagainya. Sedangkan faktor lingkungan adalah kondisi diluar konsumen yang mempengaruhi secara langsung perilaku pembeliannya. Secara luas, faktor lingkungan antara lain pesaing, pemasok,

pertumbuhan industri dan kebijakan industri. Adapun marketing mix merupakan usaha perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa.

Kepuasan Pelanggan

Di dalam suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti hanya sampai proses konsumsi. Konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Inilah yang disebut sebagai proses evaluasi alternatif tahap kedua. Hasil dari proses evaluasi pasca konsumsi adalah konsumen puas atau tidak puas terhadap produk atau merek yang telah dilakukannya. Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut (Sumarwan, 2003 : 321).

Selanjutnya Sumarwan (2003 : 322) menyatakan bahwa teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *The Expectancy Disconfirmation Model*, yakni kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi (*product performance*).

Produk akan berfungsi sebagai berikut :

- a. produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Jika ini terjadi maka konsumen akan merasa puas.
- b. Produk berfungsi seperti yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, dan produk tersebut tidak mengecewakan konsumen. Konsumen akan memiliki perasaan netral.
- c. Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi negatif (*negatif disconfirmation*). Produk yang berfungsi buruk, tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan, sehingga konsumen merasa tidak puas.

Umar (2003 : 14) menyatakan bahwa terdapat beberapa defenisi mengenai kepuasan pelanggan yang dikemukakan para ahli. Namun, defenisi yang banyak diacu dari Oliver (1997) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan di defenisikan sebagai evaluasi purna beli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Tjiptono (1997 : 30 - 34) menyatakan bahwa teori dan model kepuasan pelanggan sangat beranekaragam, karena topik ini masih terus berkembang sehingga belum mencapai suatu kesepakatan tentang konsep atau model yang paling efektif. Meskipun demikian berikut ini dikemukakan beberapa konsep atau model yang

banyak dijumpai dan digunakan, yaitu berdasarkan teori ekonomi mikro, perspektif psikologis dari kepuasan pelanggan, dan berdasarkan perspektif TQM.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Umar (2003 : 15) menyatakan bahwa apa saja konsep yang dapat dipakai untuk pengukuran kepuasan pelanggan ? Ada 6 konsep yang umumnya dipakai.

Berikut ini paparannya :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan. Caranya, yaitu dengan menanyakan pelanggan mengenai tingkat kepuasan atas pelayanan yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan atas pelayanan yang mereka terima dari pesaing.
2. Dimensi kepuasan pelanggan. Prosesnya melalui empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
3. Konfirmasi harapan. Pada cara ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa yang dijual perusahaan.
4. Minat pembelian ulang. Kepuasan konsumen diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas produk atau jasa yang sama yang dia

konsumsi.

5. Kesiediaan untuk merekomendasi. Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relatif lama, seperti jasa pendidikan tinggi.
6. Ketidakpuasan pelanggan. Dapat dikaji misalnya dalam hal komplain, biaya garansi, *word of mouth* yang negatif, serta *defections*.

Adapun dimensi kepuasan terhadap kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

- a. Sarana fisik (*tangibles*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Responsif (*responsiveness*)
- d. Meyakinkan (*assurance*)
- e. Menaruh perhatian (*empathy*) (Sumarwan, 2003:232)

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini akan dilaksanakan pada tanggal 16 Pebruari sampai dengan 16 April 2005 pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu suatu jenis penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan tentang suatu fenomena atau keadaan serta suatu jenis penelitian yang menjelaskan atau memaparkan suatu variabel mandiri yaitu kepuasan pelanggan. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan survey, dimana pengumpulan data primer dilakukan melalui pendekatan langsung secara individual terhadap konsumen rumah makan pondok lesehan Pak Dani Makassar.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Penentuan besarnya populasi yang melakukan pembelian ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar adalah mengalihkan jumlah konsumen yang melakukan pembelian selama satu bulan. Rata-rata jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar adalah 150 orang perhari sehingga, diperoleh rata-rata jumlah populasi selama satu bulan adalah 4500 orang.

b. Sampel

Dari jumlah populasi tersebut di atas, dapat ditentukan besarnya yang digunakan sebagai sumber data dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2001 : 78) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kelonggaran (10 %)

Sehingga diperoleh jumlah sampel :

$$n = \frac{4500}{1 + 4500 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{4500}{1 + 4500 (0,01)}$$

$$n = \frac{4500}{1 + 45}$$

$$n = \frac{4500}{46}$$

$$n = 97,82$$

$$n = 98 \text{ responden}$$

Jadi sampel minimum yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 98 responden. Pengambilan sampel di akukan secara *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara sengaja dengan pertimbangan kesiapan responden untuk di wawancarai atau dijadikan sebagai sumber data. Pengambilan sampel di lakukan selama satu bulan. Sampel adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada

Rumah Makan Pondok Lesehan Pak dani \pm 3 kali, dan cara pengambilan sampelnya dilakukan pada waktu-waktu tertentu yaitu pagi, siang, sore, dan malam.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- a. Observasi yaitu dengan melakukan pendekatan langsung pada lokasi penelitian dan konsumen yang melakukan pembelian pada rumah makan pondok lesehan Pak Dani Makassar.
- b. Wawancara yaitu dengan melakukan wawancara langsung terhadap konsumen dan pihak perusahaan dengan bantuan kuisisioner atau daftar pertanyaan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang di gunakan yaitu :

- a. Data kualitatif, yaitu data yang berupa kalimat, tanggapan yang diberikan oleh konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.
- b. Data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka berdasarkan hasil quisioner dari konsumen yang meliputi tingkat kepentingan atribut serta kinerja perusahaan.

Adapun sumber data yang di gunakan pada penelitian ini adalah

1. Data Primer yaitu data yang bersumber dari hasil wawancara langsung dengan konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar serta pihak pimpinan perusahaan.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari insatansi-instansi terkait, Biro Pusat Statistik, pemerintah setempat dan lain-lain yang telah tersedia, seperti keadaan

umum lokasi, meliputi gambaran lokasi, ketenagakerjaan dan kepustakaan.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Variabel Mandiri yaitu : kepuasan pelanggan terhadap pelayanan. Dimensi yang digunakan pada pengukuran kepuasan pelanggan menurut Umar (2003 : 206) yaitu sebagai berikut :

1. Reliability atau keterandalan, terdiri atas dua atribut :
 - a. Ketepatan dan kecepatan pelayanan.
 - b. Kesesuaian dengan permintaan
2. Responsiviness atau kesigapan, terdiri atas dua atribut :
 - a. Kesigapan pekerja.
 - b. Penanganan keluhan.
3. Assurance atau jaminan, terdiri atas dua atribut:
 - a. Keramahan, perhatian dan kesopanan pekerja
 - b. Prestasi dan reputasi rumah makan
4. Empathy atau empati, terdiri atas dua atribut :
 - a. Kemudahan menghubungi rumah makan.
 - b. Kemampuan pekerja berkomunikasi dengan pelanggan.
5. Tangibles atau nyata, terdiri atas empat atribut :
 - a. Penampilan fisik rumah makan.
 - b. Kebersihan dan kerapihan
 - c. Kenyamanan ruangan
 - d. Penampilan pekerja

Analisa data

Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar digunakan analisis *deskriptif*.
- b. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan digunakan *Importance Performance Analysis* atau analisis tingkat kepentingan dan kinerja/kepuasan pelanggan (Supranto, 2001 : 239) sebagai berikut :
 - Untuk mengukur tingkat kepentingan atribut diberikan penilaian dengan menggunakan data Skala Likert dengan bobot sebagai berikut
 - a. Jawaban sangat penting diberi bobot 5.
 - b. Jawaban penting diberi bobot 4.
 - c. Jawaban cukup penting diberi bobot 3.
 - d. Jawaban kurang penting diberi bobot 2.
 - e. Jawaban tidak penting diberi bobot 1.
 - Untuk mengukur kinerja/penampilan pelayanan diberikan penilaian dengan menggunakan data Skala Likert dengan bobot sebagai berikut
 - a. Jawaban sangat baik diberi bobot 5, berarti pelanggan sangat puas.
 - b. Jawaban baik diberi bobot 4, berarti pelanggan puas.
 - c. Jawaban cukup baik diberi bobot 3, berarti pelanggan cukup puas.
 - d. Jawaban kurang baik diberi bobot 2, berarti pelanggan kurang puas.

e. Jawaban tidak baik diberi bobot 1, berarti pelanggan tidak puas.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja/penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana : X merupakan tingkat kinerja pelayanan yang dapat memberikan tingkat kepuasan pelanggan dan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Dimana T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja perusahaan

Y_i = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya digunakan Diagram Cartesius untuk mengetahui gambaran atribut kepuasan pelayanan pelanggan, dimana sumbu mendatar (X) akan diisi, oleh skor tingkat pelaksanaan dan sumbu mendatar (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan digunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana, \bar{X} = Skor rata-rata, tingkat pelaksanaan

\bar{Y} = Skor rata rata tingkat kepentingan

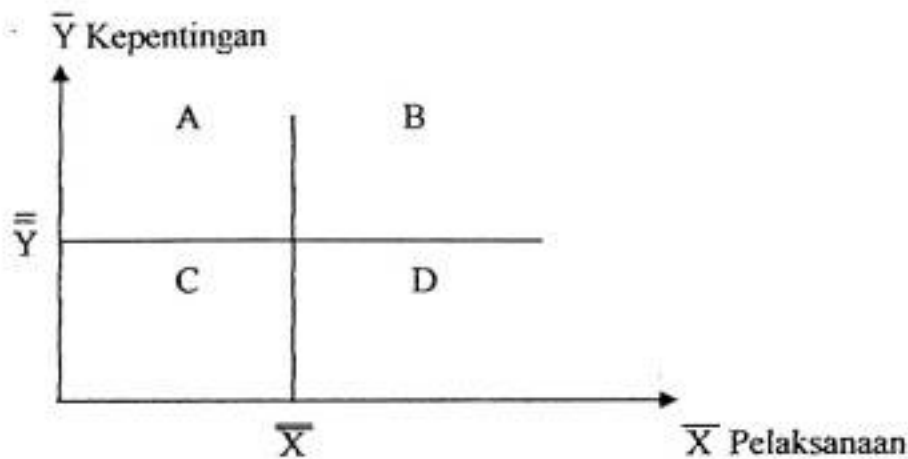
n = Jumlah responden



Untuk menentukan garis yang membatasi Diagram Cartesius digunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum i = \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum i = \bar{Y}_i}{K} \quad (\text{Supranto, 2001 : 242})$$

Dimana K = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Model Diagram Cartesius dalam Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelanggan

Dimana :

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan /kepuasan

$\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan

A = Prioritas utama, yaitu menunjukkan atribut pelayanan yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur pelayanan yang dianggap penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan.

B = Pertahankan prestasi, yaitu unsur pelayanan pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan.

- A = Prioritas utama, yaitu menunjukkan atribut pelayanan yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur pelayanan yang dianggap penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan.
- B = Pertahankan prestasi, yaitu unsur pelayanan pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan.
- C = Prioritas rendah, yaitu beberapa indikator yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja.
- D = Berlebihan, yaitu indikator yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan

Konsep Operasional

- Kepuasan adalah tingkat perasaan konsumen terhadap pelayanan setelah membandingkan antara kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya, pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.
- Pelanggan adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.
- Populasi adalah seluruh pelanggan atau konsumen Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar selama satu bulan (orang perbulan).
- Responden adalah konsumen Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yang menjadi obyek penelitian.

- *Realibility* atau keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk melaksanakan pelayanan yang diberikan dengan tepat atau sesuai dengan permintaan yang diminta.
- *Responsiveness* atau kesigapan adalah kemauan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti membantu pelanggan serta, memberikan pelayanan dengan cepat atau ketanggapan.
- *Assurance* atau jaminan adalah kemampuan perusahaan untuk menimbulkan kepercayaan dan jaminan atau assurance termasuk keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan, prestasi dan reputasi rumah makan .
- *Empathy* atau empati adalah kesediaan pihak Rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar untuk peduli, dan memberikan perhatian secara pribadi kepada para pelanggannya kemudahan menghubungi restoran dan kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan.
- *Tangibles* atau nyata adalah penampilan fisik rumah makan, kebersihan dan kerapian, kenyamanan ruangan dan penampilan pekerja.
- Pendapatan adalah total uang yang dimiliki oleh pelanggan, baik yang diperoleh dari usaha sendiri maupun dari pihak lain (orang tua) yang dinyatakan dalam Rupiah perbulan.
- Kriteria tingkat kesesuaian (Tki) antara tingkat kepentingan dan kinerja yaitu jika :
 - a. Nilai Tki > 100 % maka konsumen sangat puas

- b. Nilai $T_{ki} = 100\%$ konsumen puas
- c. Nilai $T_{kin} < 100\%$ konsumen belum puas
- Untuk mengetahui kategori tingkat kepentingan dan kinerja kepuasan konsumen maka digunakan klasifikasi sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Nilai ideal tertinggi} &= \text{skor tertinggi} \times \text{jumlah responden} \\ &= 5 \times 98 = 490 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai terendah} &= \text{skor terendah} \times \text{jumlah responden} \\ &= 1 \times 98 = 98 \end{aligned}$$

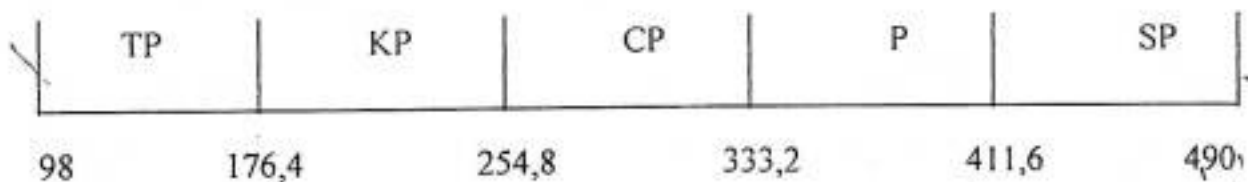
Untuk mengetahui interval kelas maka digunakan rumus :

$$\text{Rentang Kelas} = \frac{\text{Angka Tertinggi} - \text{Angka Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Rentang Kelas} = \frac{490 - 98}{5}$$

$$\text{Rentang Kelas} = \frac{392}{5}$$

$$\text{Rentang Kelas} = 78,4$$



Keterangan :

- TP = Tidak Penting/ Tidak Puas
- KP = Kurang Penting/ Kurang Puas
- CP = Cukup Penting/ Cukup Puas
- P = Penting/Puas
- SP = Sangat Penting/Sangat Puas

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Singkat Perusahaan

Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar merupakan salah satu rumah makan yang terdapat di Makassar tepatnya di perumahan Bumi Tamalanrea Permai (BTP). Rumah makan tersebut menyediakan menu asli dari Jawa Timur diantaranya ayam bakar. Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar memiliki desain rumah makan yang bernuansa tradisional yang merupakan salah satu ciri khas dari rumah makan tersebut.

Awalnya Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar memulai membuka usahanya pada tanggal 7 Juli 1979 yang berlokasi di Blok G Bumi Tamalanrea Permai (BTP), namun karena melihat jumlah pelanggan semakin banyak, maka Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar berpindah lokasi di Blok C Bumi Tamalanrea Permai (BTP) yang mana lokasinya lebih luas. Secara resmi Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar memulai melayani pelanggan ditempat tersebut yaitu pada tanggal 1 Januari 2000.

Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar didirikan oleh Bapak Rais yang biasa disapa "Pak Dani" sapaan ini diambil dari nama anak pertamanya yang bernama Ari Armadani. Beliau adalah asli dari Banyuwangi Jawa Timur, oleh karena itu ciri khas dari Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar ini adalah masakan khas asli dari Jawa Timur.

Letak dan Luas Perusahaan

Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar terletak di Jalan Tamalanrea Raya Blok C No 46-47 Bumi Tamalanrea Permai (BTP) Makassar. Dengan luas sekitar 17 x 17 m².

Keadaan Tenaga Kerja Perusahaan

Karyawan atau tenaga kerja adalah sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi, dan harus di pekerjakan secara efisien, manusiawi dan efektif. Untuk itu, organisasi perlu membuat suatu rencana yang sebaik-baiknya tentang pegawai yang dibutuhkan, tingkat pendidikannya, jumlah dan lain sebagainya.

Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar, keberadaan tenaga kerja atau karyawan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan roda perusahaan. Adapun jumlah karyawan yang dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebanyak 25 orang yang masing-masing memiliki jabatan dan tugas yang telah ditetapkan.

Adapun jabatan dan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Komposisi Jabatan dan Jumlah Tenaga Kerja pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

No	Jenis Fasilitas	Jumlah (Unit)
1	Manajer	1
2	Bagian Adiministrasi	1
3	Bagian Pelayanan (Costumer Service)	20
4	Bagian Produksi	3
	Jumlah	25

Sumber : Data Sekunder Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar, 2005

Pada Tabel 1, terlihat bahwa Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar memiliki tenaga kerja sebanyak 25 orang dengan tugas dan jabatan yang berbeda. Pihak perusahaan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar tidak terlalu banyak mempekerjakan karyawan yang terpenting adalah kualitas tenaga kerja dapat meningkatkan kemajuan dan kinerja perusahaan.

Fasilitas Perusahaan

Untuk meningkatkan kelancaran setiap kegiatan dalam perusahaan, maka kualitas dan kuantitas perusahaan sangat mendukung tercapainya tujuan tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka pihak perusahaan melengkapi berbagai fasilitas yang dapat menunjang kegiatan operasional perusahaan. Tanpa kelengkapan sarana dan prasarana dalam suatu perusahaan akan berdampak pada kelancaran usaha, yaitu kegiatan operasional akan menjadi lambat serta dapat menyebabkan pemborosan waktu sehingga kerja karyawan menjadi tidak efisien. Selain itu

ketersediaan fasilitas bagi pelanggan dalam mengkonsumsi produk akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Adapun fasilitas yang dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Fasilitas yang Dimiliki Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

No	Jenis Fasilitas	Jumlah (Unit)
1	Ruang Manajer	1
2	Ruang Adiministrasi	1
3	Ruang Pelayanan	1
4	Ruang Dapur	1
5	Lemari Etalase	1
6	Westafel	2
7	Kulkas	2
8	Kursi	20
9	Meja	40

Sumber : Data Sekunder Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar, 2005

Pada Tabel 2, terlihat bahwa fasilitas yang tersedia pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar cukup tersedia sesuai dengan kebutuhan seperti ruang kerja manajer, dapur untuk mengolah masakan, ruang pelayanan, meja dan kursi serta berbagai sarana lainnya yang dibutuhkan dalam melayani pelanggan.

GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Umur

Umur merupakan hal yang paling penting untuk diketahui oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Hal ini disebabkan karena seseorang akan mengalami perubahan kebutuhan seiring dengan meningkatnya umur seseorang. Perbedaan usia juga akan berpengaruh terhadap selera dan kesukaan terhadap produk maupun jasa. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwan (2003 : 198) bahwa memahami umur konsumen adalah penting, karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda. Perbedaan umur juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap merek.

Adapun klasifikasi responden berdasarkan umur pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	19 – 24	47	47,98
2.	25 – 29	24	24,49
3.	30 – 34	9	9,18
4.	35 – 40	11	11,22
5.	41 – 45	2	2,04
6.	46 – 50	2	2,04
7.	51 – 55	0	0,00
8.	56 – 60	1	1,02
Jumlah		98	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 3, terlihat bahwa berdasarkan umur responden, kelompok responden terbesar adalah responden dengan umur antara 19 – 30 tahun yaitu sebanyak 47 orang (47,98 %), sedangkan jumlah terkecil adalah responden dengan umur antara 56 – 60 tahun yaitu sebanyak 1 orang (1,02 %). Melihat fenomena tersebut maka dapat dikatakan bahwa berdasarkan umur maka segmen pasar konsumen pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar adalah remaja sampai dewasa.

Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang sangat berpengaruh terhadap kemampuan berpikir, cara pandang dan bahkan persepsi terhadap sesuatu. Tingkat pendidikan seseorang umumnya ditunjukkan pada tingkat pendidikan formal yang telah diselesaikan. Adapun tingkat pendidikan responden pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD/ sederajat	0	0,00
2.	SLTP/ sederajat	2	2,04
3.	SMU/ sederajat	49	50,00
4.	Diploma/ Sederajat	8	8,16
5.	Sarjana	39	39,80
Jumlah		98	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 4, terlihat bahwa sebagian besar responden pada rumah makan tersebut adalah responden dengan tingkat pendidikan SMU/ sederajat yaitu sebanyak 49 orang (50,00%) dan hanya terdapat sebanyak 2 orang (2,04 %) responden dengan tingkat pendidikan SMP/ sederajat. Bahkan terdapat pula responden dengan tingkat pendidikan sarjana. Melihat kenyataan tersebut maka dapat di katakan bahwa tingkat pendidikan responden pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar cenderung bervariasi. Kondisi tersebut tentunya dapat berdampak pada nilai-nilai yang dianut, cara berpikir dan cara pandang bahkan persepsinya terhadap ayam bakar. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwan (2003 : 201) bahwa tingkat pendidikan seseorang juga akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianut, cara berpikir dan cara pandang bahkan persepsinya terhadap suatu masalah.

Jenis Kelamin

Adapun klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	44	44,90
2.	Perempuan	54	55,10
Jumlah		98	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 5, terlihat bahwa berdasarkan jenis kelamin responden konsumen ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar cenderung seimbang. Namun demikian jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 54 orang (55,10 %) sementara jenis kelamin laki-laki sebanyak 44 orang (44,90 %).

Pekerjaan

Jenis pekerjaan seseorang umumnya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Seseorang yang memiliki pendidikan tertentu umumnya berkerja sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki, sebagai contoh, seseorang yang memiliki pendidikan dokter akan memiliki pekerjaan sebagai dokter dan lain sebagainya.

Adapun klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	49	50,00
2.	Pegawai Negeri Sipil	10	10,20
3.	Karyawan Swasta	24	24,49
4.	Wiraswasta	10	10,20
5.	Ibu Rumah Tangga	5	5,10
Jumlah		98	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 6, terlihat bahwa jenis pekerjaan yang digeluti oleh responden pada Rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar cenderung bervariasi.

Adapun jumlah terbanyak yaitu responden dengan jenis pekerjaan yaitu pelajar atau mahasiswa sebanyak 49 orang (50,00 %) dan hanya terdapat sebanyak 5 orang responden yang berkerja sebagai ibu rumah tangga. Pada tabel tersebut, juga menunjukkan bahwa jenis pekerjaan yang dimiliki oleh responden cukup bervariasi.

Tanggungannya Keluarga

Faktor keluarga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk maupun jasa. Hal ini disebabkan karena umumnya anggota keluarga dalam sebuah rumah tangga umumnya saling mempengaruhi dalam menentukan jenis produk yang dibeli.

Adapun klasifikasi responden berdasarkan jumlah tanggungan keluarga pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

No	Jumlah Tanggungan (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1	50	51,02
2.	2	14	14,29
3.	3	12	12,24
4.	4	11	11,22
5.	5	5	5,10
6.	6	3	3,06
7.	7	3	3,06
Jumlah		98	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 7, terlihat bahwa jumlah tanggung keluarga responden pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar berkisar antara 1 sampai dengan 7 orang. Adapun jumlah terbanyak adalah responden dengan jumlah tanggungan sebanyak 1 orang atau dengan kata lain responden hanya menanggung dirinya sendiri yaitu sebanyak 50 orang (50,02 %) dan hanya terdapat sebanyak masing-masing 3 orang (3,06 %) responden yang memiliki tanggungan keluarga sebanyak 6 dan 7 orang. Banyaknya responden yang memiliki jumlah tanggungan keluarga sebanyak 1 orang disebabkan karena sebagian besar responden adalah mahasiswa yang belum berkeluarga.

Pendapatan

Pendapatan seseorang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi daya beli konsumen terhadap produk maupun jasa. Selain itu tingkat pendapatan merupakan salah satu indikator tingkat kesejahteraan. Semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraannya.

Adapun klasifikasi responden berdasarkan pendapatan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

No	Pendapatan (Rp/Bulan)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	300.000 – 1.866.667	82	83,67
2.	1.866.668 – 3.433.333	9	9,18
3.	3.433.334 – 5.000.000	7	7,14
Jumlah		98	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 8, terlihat bahwa tingkat pendapatan responden pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar cukup bervariasi. Adapun jumlah responden terbanyak yaitu responden dengan tingkat pendapatan antara Rp. 300.000 – Rp. 1.866.668,- perbulan yaitu sebanyak 82 orang (83,67 %) dan hanya terdapat sebanyak 7 orang (7,14 %) reponden yang berpendapatan antara Rp. 3.433.334 – Rp. 5.000.000,- perbulan. Banyaknya responden yang berpendapatan Rp. 300.000 – Rp. 1.866.668,-/bulan disebabkan sebagian besar responden adalah mahasiswa yang memperoleh pendapatan dari orang tua mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Hal ini didasarkan pada pendapat Oliver (1980) bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua variabel kognitif yakni harapan pra pembelian (*prepurchase expectations*) yaitu keyakinan tentang kinerja yang diantisipasi dari suatu produk/jasa dan "*disconfirmation*" yakni perbedaan antara harapan pra pembelian dan persepsi purna pembelian (*post-purchase-perception*).

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting dan merupakan tujuan hampir semua perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Hal ini disebabkan karena faktor kepuasan konsumen merupakan salah satu penentu loyalitas konsumen. Seseorang yang merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diperoleh tidak mudah tergoda dengan perusahaan lain dan akan membentuk sikap yang setia. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2002 : 42 – 43) bahwa banyak perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya hanya biasa-biasa saja mudah untuk merubah pikiran bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu. Bukan hanya kesukaan/preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Seperti halnya pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar, kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan perusahaan dengan memberikan

pelayanan yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Adapun hasil pengukuran kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada Rumah Makan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Analisis Keandalan Pelayanan (*Realibility*)

Analisis keandalan pelayanan (*Realibility*) merupakan analisis terhadap sejauh mana kemampuan perusahaan dalam melaksanakan pelayanan dengan cepat dan terpercaya. Pada penelitian ini analisis keandalan pelayanan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dilakukan dengan menggunakan beberapa indikator keandalan yaitu ketepatan pelayanan serta kesesuaian dengan permintaan. Adapun hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut :

a. Ketepatan Waktu Pelayanan

Faktor waktu bagi sebagian besar konsumen merupakan hal yang sangat penting. Mereka umumnya ingin di layani lebih cepat, dan malas untuk menunggu lebih lama. Oleh karena itu, maka setiap perusahaan penting untuk memperhatikan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, apalagi jika konsumen yang dilayani adalah konsumen yang sibuk.

Adapun tingkat kepentingan pelanggan terhadap ketepatan waktu pelayanan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Ketepatan Waktu Pelayanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	73	74,49	365
2	Penting	4	23	23,47	92
3	Cukup penting	3	2	2,04	6
4	Kurang Penting	2	0	0,0	0
5	Tidak penting	1	0	0,0	0
Total			98	100,00	463

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 9, terlihat bahwa sebagian besar konsumen ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar menyatakan bahwa ketepatan waktu pelayanan adalah sangat penting yaitu sebanyak 73 orang (74,49 %). Hanya terdapat sebanyak 2 orang (2,04 %) konsumen yang menyatakan cukup penting, dan ini tidak terdapat konsumen yang menyatakan ketepatan waktu pelayanan adalah kurang dan tidak penting. Total skor penilaian tingkat kepentingan pelanggan terhadap ketepatan waktu yaitu sebesar 463. Hal ini berarti bahwa tingkat kepentingan tersebut berada pada kategori sangat penting. Pentingnya ketepatan waktu pelayanan disebabkan karena umumnya konsumen ingin dilayani dengan tepat dan cepat, hal ini juga disebabkan karena faktor kesibukan yang dimiliki konsumen sehingga tidak memiliki waktu yang banyak.

Sementara itu, tanggapan konsumen terhadap tingkat kinerja/kepuasan pelanggan terhadap ketepatan dan kecepatan pelayanan di Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Ketepatan Waktu Pelayanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	8	8,16	40
2	Puas	4	31	31,63	124
3	Cukup puas	3	48	48,98	144
4	Kurang puas	2	11	11,22	22
5	Tidak puas	1	0	0	0
Total			98	100,00	330

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 10, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kepuasan konsumen mengenai ketepatan waktu pelayanan yaitu sebagian besar konsumen menyatakan cukup puas sebanyak 48 orang (48,98 %) dan sebanyak 31 orang (31,63 %) yang merasa puas. Dan tidak terdapat konsumen yang menyatakan tidak puas terhadap ketepatan waktu pelayanan pada Rumah Makan Ponsok Lesehan Pak Dani Makassar. Secara total tingkat kepuasan pelanggan terhadap ketepatan pelayanan yaitu sebesar 330. skor tersebut secara keseluruhan berada pada kategori cukup puas. Fenomena ini berarti bahwa pihak rumah makan pondok Lesehan Pak Dani Makassar telah memberikan ketepatan yang pelayanan yang cukup baik, meskipun masih perlu untuk ditingkatkan.

bahwa konsumen belum puas. Belum puasnya konsumen terhadap ketepatan dan kecepatan pelayanan disebabkan oleh kinerja rumah makan tersebut dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen yang belum maksimal. Hal ini dialami oleh sebagian besar konsumen yang harus menunggu lama untuk mendapatkan atau menikmati pesanan mereka.

b. Kesesuaian dengan permintaan

Salah satu harapan yang diinginkan oleh konsumen untuk mendapatkan kepuasan adalah kesesuaian antara produk yang diminta dengan produk yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan karena beberapa konsumen meminta suatu produk yang sesuai dengan selera mereka. Adapun tingkat kepentingan indikator kesesuaian dengan permintaan dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kesesuaian dengan Permintaan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	73	74,49	365
2	Penting	4	22	22,45	88
3	Cukup penting	3	3	3,06	9
4	Kurang Penting	2	0	0	0
5	Tidak penting	1	0	0	0
Total			98	100,00	462

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 11, terlihat bahwa tanggapan tingkat kepentingan konsumen terhadap kesesuaian dengan permintaan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebagian besar menyatakan sangat penting sebanyak 73 orang

(74,49 %), dan hanya terdapat sebanyak 3 orang (3,06 %) konsumen yang menyatakan tidak penting. Secara total, skor tingkat kepentingan konsumen terhadap faktor kesesuaian dengan permintaan yaitu sebesar 462. Skor tersebut menunjukkan bahwa secara total tingkat kepentingan kesesuaian dengan permintaan berada pada kategori sangat penting. Hal ini disebabkan karena permintaan ayam bakar merupakan salah satu bentuk kebutuhan konsumen yang harus dipenuhi oleh pihak rumah makan.

Selanjutnya tanggapan konsumen terhadap tingkat kinerja/kepuasan terhadap kesesuaian dengan permintaan pada Rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Tingkat Kinerja/Keputusan Pelanggan Terhadap Kesesuaian dengan Permintaan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	11	11,34	55
2	Puas	4	50	51,55	200
3	Cukup puas	3	28	28,87	84
4	Kurang puas	2	6	6,18	12
5	Tidak puas	1	2	2,06	2
Total			95	100,00	353

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 12, terlihat bahwa tanggapan tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap kesesuaian dengan permintaan yaitu diperoleh sebanyak 28 orang (28,87 %) konsumen yang merasa cukup puas dan terdapat sebagian kecil konsumen yang merasa tidak puas terhadap kesesuaian dengan permintaan yaitu sebanyak 2 orang

(2,06 %). Secara total, skor tingkat kinerja kesesuaian dengan permintaan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebesar 353. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara total tanggapan konsumen terhadap kesesuaian dengan permintaan pada Rumah Makan tersebut berada pada kategori puas. Puasnya konsumen tersebut terhadap kesesuaian permintaan disebabkan karena produk yang diminta oleh konsumen sama dengan produk ayam bakar yang diberikan oleh pihak rumah makan.

Adapun tingkat kesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja atau kepuasan yang diperoleh yaitu sebesar 76,41 %. Dengan demikian bahwa kinerja perusahaan masih berada dibawah harapan konsumen. Atau dengan kata lain bahwa konsumen belum puas terhadap kesesuaian dengan permintaan pelanggan.

2. Analisis Keresponsifan

Analisis keresponsifan adalah analisis terhadap kemauan perusahaan untuk memberikan pelayanan dan membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan cepat atau tanggap. Pada penelitian ini analisis keresponsifan perusahaan dilihat melalui kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan di Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

a. Kesigapan pekerja

Kemauan pekerja dan perusahaan untuk sigap dalam melayani konsumen atau pelanggan akan dapat menyebabkan konsumen menjadi puas. Hal ini disebabkan karena dengan kesigapan pekerja konsumen akan merasa mendapat perhatian yang

lebih dari pekerja. Adapun tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan faktor kesigapan perkerja pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kesigapan Pekerja Pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	73	74,49	365
2	Penting	4	21	21,43	84
3	Cukup penting	3	4	4,08	12
4	Kurang Penting	2	0	0	0
5	Tidak penting	1	0	0	0
Total			98	100,00	461

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 13, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan faktor kesigapan pekerja pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar yaitu sebagian besar menyatakan sangat penting yaitu sebanyak 73 orang (74,49 %) dan hanya terdapat sebanyak 4 orang (4,08 %) konsumen yang menyatakan kurang penting. Pada Tabel 13, terlihat pula bahwa tidak terdapat konsumen yang menyatakan bahwa hal tersebut kurang penting dan tidak penting. Secara keseluruhan total skor tanggapan konsumen terhadap kesigapan pekerja yaitu sebesar 461. Skor tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepentingan kesigapan pekerja pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani berada pada kategori sangat penting. Hal ini disebabkan karena setiap konsumen ingin dilayani oleh perusahaan dengan sebaik – baiknya, dengan kesigapan karyawan menunjukkan bahwa

perusahaan tersebut memperhatikan dan memperlakukan pelanggan seperti seorang raja.

Selanjutnya tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap kesigapan pekerja pada Rumah Makan Ponsok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesigapan Pekerja Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	5	5,10	25
2	Puas	4	27	27,55	108
3	Cukup puas	3	45	45,91	135
4	Kurang puas	2	21	21,41	42
5	Tidak puas	1	0	0	0
Total			98	100,00	310

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 14, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kinerja kesigapan pekerja dalam melayani pelanggan yaitu sebagian besar menyatakan cukup puas yaitu sebanyak 45 orang (45,91 %) dan tidak terdapat konsumen yang menyatakan tidak puas. Secara keseluruhan total skor tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap kesigapan pekerja yaitu sebesar 310. Skor tersebut menunjukkan bahwa kinerja kesigapan pekerja dalam melayani konsumen yaitu berada pada kategori cukup puas. Adapun besarnya tingkat kesesuaian antara harapan dengan kinerja/kepuasan konsumen terhadap kesigapan pekerja yaitu sebesar 67,25 % artinya konsumen belum puas terhadap kesigapan pekerja. Hal ini disebabkan karena masih terdapat beberapa dari karyawan rumah makan yang kurang

memperhatikan pelanggan yang masuk ke rumah makan tersebut, contoh kekurangan siapa karyawan seperti pelanggan tidak disambut dengan baik pada saat memasuki rumah makan, karyawan tidak membersihkan dengan cepat meja yang masih kotor yang digunakan oleh pelanggan yang baru datang.

b. Penanganan keluhan

Dalam mengkonsumsi produk maupun jasa perusahaan, biasanya konsumen memperoleh hasil berbeda yang mereka inginkan. Dalam kondisi seperti ini biasa pihak konsumen melakukan keluhan atau keluhan terhadap perusahaan. Kecepatan penanganan keluhan yang disampaikan oleh konsumen menyebabkan konsumen merasa diperhatikan dan akan menyebabkan kepuasan bagi konsumen. Adapun tanggapan konsumen terhadap seberapa penting penanganan keluhan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Penanganan Keluhan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	49	50,00	245
2	Penting	4	34	34,69	136
3	Cukup penting	3	13	13,26	39
4	Kurang Penting	2	2	2,04	4
5	Tidak penting	1	0	0	0
Total			98	100,00	424

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 15, terlihat bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap penanganan keluhan yang disampaikan kepada pihak perusahaan yaitu sebagian besar

menyatakan sangat penting yaitu sebanyak 49 orang (50,00 %) dan hanya terdapat sebanyak 2 orang (2,04 %) konsumen yang menyatakan kurang penting. Skor total tingkat kepentingan konsumen terhadap penanganan keluhan yaitu sebesar 424. Skor total tersebut menunjukkan bahwa tanggapan konsumen penanganan keluhan berada pada kategori sangat penting. Hal ini disebabkan karena masih banyaknya hal yang perlu diperbaiki oleh pihak perusahaan rumah makan pondok Lesehan Pak Dani Makassar dalam melayani pelanggan, sehingga harapan konsumen yaitu keluhan yang diberikan dapat ditanggapi dengan baik dan cepat.

Sedangkan tanggapan kosnumen terhadap tingkat kinerja/kepuasan konsumen mengenai kesigapan pekerja dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Penanganan Keluhan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	7	7,07	35
2	Puas	4	19	19,19	76
3	Cukup puas	3	60	60,60	180
4	Kurang puas	2	10	10,10	20
5	Tidak puas	1	3	3,03	3
Total			98	100,00	314

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 16, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap kinerja/kepuasan penanganan keluhan yaitu sebagian besar konsumen menyatakan cukup puas sebanyak 60 orang (60,60 %) dan sebagian kecil menyatakan tidak puas yaitu sebanyak 3 orang (3,03 %). Total skor tanggapan konsumen terhadap tingkat

kinerja penanganan keluhan yaitu sebesar 314. Skor tersebut menunjukkan bahwa secara total tanggapan konsumen terhadap penanganan keluhan oleh rumah makan tersebut berada pada kategori cukup puas. Hal ini disebabkan karena pihak perusahaan telah berusaha untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja melalui keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Selain itu, pelanggan yang mengeluh akibat keterlambatan pelayanan dengan segera akan dilayani.

Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja/kepuasan penanganan keluhan yaitu sebesar 70,06 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas terhadap penanganan keluhan pada Rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar. Hal dapat disebabkan karena sebagian besar konsumen merasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan belum mengalami peningkatan atau perubahan kearah yang lebih baik.

3. Analisis Keyakinan

Analisis keyakinan atau assurance adalah analisis terhadap kemampuan karyawan termasuk pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Beberapa indikator yang berkaitan dengan keyakinan pada Rumah makan Pondok Lesehan pak dani Makassar adalah sebagai berikut :

a. Keramahan, Perhatian, dan Kesopanan

Adapun tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan pelanggan terhadap keramahan, perhatian dan kesopanan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Keramahan, Perhatian dan Kesopanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	65	66,33	325
2	Penting	4	23	23,47	92
3	Cukup penting	3	10	10,20	30
4	Kurang Penting	2	0	0	0
5	Tidak penting	1	0	0	0
Total			98	100,00	447

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada tabel 17, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebagian besar menyatakan sangat penting sebanyak 65 orang (66,33 %) dan hanya terdapat sebanyak 10 orang (10,20 %) konsumen yang menyatakan cukup penting. Skor total tingkat kepentingan keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan yaitu sebesar 447. Skor tersebut menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan berada pada kategori sangat penting. Hal ini disebabkan karena keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan akan menyebabkan konsumen merasa diperhatikan dan merasa penting bagi perusahaan atau rumah makan.

Sementara tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Keramahan, Perhatian dan Kesopanan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	4	4,08	20
2	Puas	4	27	27,55	108
3	Cukup puas	3	51	52,04	153
4	Kurang puas	2	15	15,30	30
5	Tidak puas	1	1	1,02	1
Total			98	100,00	312

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 18, terlihat bahwa tingkat kepuasan/kinerja konsumen terhadap keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan pada rumah makan tersebut yaitu sebagian besar menyatakan bahwa mereka cukup puas sebanyak 51 orang (52,04 %) dan hanya terdapat sebanyak 1 orang (1,02 %) konsumen yang merasa tidak puas. Total skor tanggapan konsumen terhadap keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan pada Rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebesar 312. Skor tersebut menunjukkan bahwa secara total tanggapan konsumen terhadap kinerja/kepuasan konsumen terhadap keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan berada pada kategori cukup puas. Hal ini disebabkan karena pekerja atau karyawan pada rumah makan tersebut umumnya memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan tetap ramah terhadap pelanggan. Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan sebesar 69,79 %. Nilai tersebut menunjukkan

bahwa konsumen belum puas. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan dalam memberikan perhatian, bersikap ramah dan sopan terhadap pelanggan perlu untuk ditingkatkan.

b. Prestasi dan Reputasi

Prestasi dan reputasi perusahaan atau rumah makan menunjukkan nilai prestise bagi konsumen. Umumnya rumah makan yang memiliki reputasi dan prestasi yang tinggi memberikan kebanggaan bagi konsumen. Adapun tingkat kepentingan konsumen terhadap prestasi dan reputasi rumah makan dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Prestasi dan Reputasi Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	33	34,02	165
2	Penting	4	31	31,96	124
3	Cukup penting	3	28	28,87	84
4	Kurang Penting	2	3	3,09	6
5	Tidak penting	1	2	2,06	2
Total			98	100,00	381

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 19, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan reputasi dan prestasi rumah makan yaitu sebagian besar menyatakan sangat penting yaitu sebanyak 33 orang (34,02) dan terdapat pula sebagian kecil konsumen yang menyatakan tidak penting yaitu sebanyak 2 orang (2,06 %). Skor total tingkat kepentingan reputasi dan prestasi rumah makan yaitu sebesar 381. skor tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepentingan reputasi dan prestasi rumah makan

berada pada kategori penting. Hal ini disebabkan karena reputasi rumah makan bagi konsumen menunjukkan prestise bagi mereka, konsumen akan merasa lebih bangga dengan mengkonsumsi pada rumah makan yang memiliki reputasi baik.

Sementara tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap prestasi dan reputasi rumah makan dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Tingkat Kinerja/Keputusan Pelanggan Terhadap Prestasi dan reputasi Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	13	13,26	65
2	Puas	4	43	43,87	172
3	Cukup puas	3	41	41,84	123
4	Kurang puas	2	1	1,02	2
5	Tidak puas	1	0	0	0
Total			98	100,00	362

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 20, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kinerja/kepuasan konsumen mengenai reputasi dan prestasi rumah makan yaitu sebagian besar menyatakan puas terhadap reputasi dan prestasi Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar sebanyak 43 orang (43,87 %) dan hanya terdapat sebanyak 1 orang (1,02 %) konsumen yang menyatakan kurang puas. Skor total tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap reputasi dan prestasi rumah makan yaitu sebesar 362. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap reputasi dan prestasi berada pada kategori puas. Hal ini disebabkan karena selama ini rumah makan pondok Lesehan Pak Dani Makassar tidak pernah mendapatkan

kasus yang berbahaya dan berdampak negatif terhadap pelanggan seperti keracunan dan lain sebagainya.

Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap reputasi dan prestasi rumah makan yaitu sebesar 95,01. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas terhadap reputasi dan prestasi Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar. Melihat tingkat kesesuaian tersebut maka penting bagi pihak perusahaan untuk lebih memperhatikan dan mempertahankan reputasi rumah makan dengan melakukan promosi dan membangun image positif kepada pelanggan.

4. Analisis Empati

Empati merupakan kesediaan pihak perusahaan, dalam hal ini pihak Rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar untuk peduli, dan memberikan perhatian secara pribadi kepada para pelanggannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler (1997 : 93) bahwa empati merupakan kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Adapun analisis terhadap pelayanan pelanggan yang bersifat empati dari pihak Rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar adalah sebagai berikut :

a. Kemudahan menghubungi rumah makan

Lokasi merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan seseorang dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk maupun jasa. Lokasi yang dekat, mudah terjangkau dan lain sebagainya merupakan keunggulan tersendiri bagi

perusahaan. Oleh karena itu maka penting bagi perusahaan dalam menentukan lokasi tempat mendirikan perusahaan.

Adapun tanggapan konsumen terhadap kemudahan menghubungi rumah makan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kemudahan Menghubungi Restoran Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	25	25,51	125
2	Penting	4	33	33,67	132
3	Cukup penting	3	32	32,65	96
4	Kurang Penting	2	8	8,16	16
5	Tidak penting	1	0	0	0
Total			98	100,00	369

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 21, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap kemudahan menghubungi rumah makan yaitu sebagian besar menyatakan penting yaitu sebanyak 33 orang (33,67 %) dan hanya terdapat sebanyak 8 orang (8,16 %) konsumen yang menyatakan tidak penting. Sedangkan total skor penilaian tanggapan konsumen terhadap kemudahan menghubungi rumah makan yaitu sebesar 369. Skor tersebut menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan faktor kemudahan menghubungi rumah makan berada pada kategori penting. Hal ini disebabkan karena bagi konsumen lokasi yang strategis akan menyebabkan

Sedangkan tingkat kinerja/kepuasan kemudahan menghubungi Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kemudahan Menghubungi Restoran Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	10	10,20	50
2	Puas	4	37	37,75	148
3	Cukup puas	3	45	45,91	135
4	Kurang puas	2	5	5,10	10
5	Tidak puas	1	1	1,02	1
Total			98	100,00	344

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 22, terlihat bahwa tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap kemudahan menghubungi Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani yaitu sebagian besar menyatakan cukup puas sebanyak 45 orang (45,91 %), dan sebagian kecil yang menyatakan tidak puas yaitu hanya sebanyak 1 orang (1,02 %). Sementara total skor tanggapan konsumen terhadap kemudahan menghubungi Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar sebesar 344. Skor tersebut menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap kemudahan menghubungi rumah makan berada pada kategori puas. Hal ini disebabkan karena lokasi rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yang cukup strategis yaitu merupakan jalur lalu lintas yang sangat

lancar, sehingga bagi mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi akan mudah mengunjungi rumah makan tersebut dengan menggunakan kendaraan umum.

Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja kemudahan menghubungi rumah makan yaitu sebesar 93,22 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan belum puas terhadap kemudahan menghubungi Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar. Meskipun demikian, nilai kesesuaian yang diperoleh sudah cukup tinggi dan mendekati nilai 100 %. Salah satu yang mungkin dapat dilakukan oleh pihak rumah makan dalam memberikan kemudahan menghubungi rumah makan yaitu melalui pembukaan cabang di lokasi lain yang lebih mudah dihubungi oleh konsumen di tempat lain.

b. Kemampuan pekerja berkomunikasi dengan tamu

Komunikasi dalam suatu perusahaan termasuk usaha rumah makan sangat penting. Hal ini dikarenakan agar terjadi kesepahaman antara apa yang diinginkan konsumen dan apa yang harus dilakukan oleh pekerja/karyawan dalam melayani tamu atau pelanggan.

Adapun tingkat kepentingan konsumen terhadap kemampuan pekerja berkomunikasi dengan tamu/konsumen dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kemudahan Pekerja Berkomunikasi dengan Tamu Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	38	38,77	190
2	Penting	4	33	33,67	132
3	Cukup penting	3	24	24,49	72
4	Kurang Penting	2	3	3,06	6
5	Tidak penting	1	0	0	0
Total			98	100,00	400

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 23, terlihat bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap kemampuan komunikasi pekerja/karyawan yaitu sebagian besar menyatakan sangat penting sebanyak 38 orang (38,77 %) dan hanya terdapat sebanyak 3 orang (3,06 %) konsumen yang menyatakan kurang penting. Skor total tingkat kepentingan konsumen terhadap kemampuan pekerja berkomunikasi dengan konsumen sebesar 400. Skor tersebut menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan konsumen terhadap kemampuan pekerja berkomunikasi dengan konsumen berada pada kategori penting. Hal ini disebabkan karena kemampuan komunikasi yang pada karyawan maka kebutuhan pelanggan akan mudah dipahami oleh karyawan, selain itu dengan komunikasi yang baik maka kesalahpahaman yang mungkin terjadi antara pelanggan dengan pelayan atau karyawan akan dapat dihindari.

Sedangkan tanggapan konsumen terhadap kinerja/kepuasan kemampuan pekerja berkomunikasi dengan konsumen dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 24. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kemampuan Pekerja Berkomunikasi dengan Tamu Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	7	7,07	35
2	Puas	4	30	30,30	120
3	Cukup puas	3	35	35,35	105
4	Kurang puas	2	25	25,25	50
5	Tidak puas	1	2	2,02	2
Total			95	100,00	312

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 24, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap kinerja/kepuasan kemampuan pekerja berkomunikasi dengan konsumen pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebagian besar menyatakan cukup puas sebanyak 35 orang (35,35 %) dan sebagian kecil yang menyatakan tidak puas yaitu sebanyak 2 orang (2,02 %). Adapun total tingkat kepuasan konsumen terhadap kemampuan pekerja berkomunikasi dengan konsumen pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebesar 312. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kemampuan pekerja berkomunikasi dengan konsumen berada pada kategori cukup puas. Hal ini disebabkan karena karyawan sudah cukup mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan terutama dalam menanyakan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan.

Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja kemampuan pekerja berkomunikasi dengan konsumen yaitu sebesar 78,00 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan belum puas terhadap

kemampuan pekerja berkomunikasi dengan konsumen pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar. Melihat kenyataan tersebut maka penting bagi pihak perusahaan penting untuk lebih meningkatkan kemampuan komunikasi dengan pelanggan yang lebih baik. Sehingga terdapat kesesuaian antara pemahaman pelanggan dengan pemahaman karyawan.

5. Analisis Berwujud

Analisis berwujud merupakan analisis terhadap penampilan fisik, peralatan personil dan materi komunikasi. Berikut ini beberapa indikator yang bersifat berwujud dalam Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar adalah sebagai berikut :

a. Penampilan fisik rumah makan

Penampilan fisik rumah makan menyangkut keadaan eksterior maupun interior ruangan. Setiap perusahaan berusaha membangun rumah makan yang menarik konsumen untuk dapat menikmati hidangan dengan suasana yang nyaman. Adapun tanggapan yang diberikan oleh konsumen terhadap tingkat kepentingan atau harapan mereka akan penampilan fisik rumah makan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Penampilan Fisik Rumah Makan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	41	41,84	205
2	Penting	4	36	36,73	144
3	Cukup penting	3	20	20,41	60
4	Kurang Penting	2	0	0	0
5	Tidak penting	1	1	1,02	1
Total			98	100,00	410

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 25, terlihat bahwa tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan pelanggan akan penampilan fisik rumah makan diperoleh sebagian besar konsumen menyatakan sangat puas yaitu sebanyak 41 orang (41,84 %). Sedangkan hanya terdapat sebanyak 1 orang (1,02 %) konsumen yang menyatakan tidak puas. Secara total tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan penampilan fisik rumah makan yaitu diperoleh nilai sebesar 410. Nilai tersebut secara kategori berada pada tingkat penting. Penampilan fisik rumah makan menunjukkan kondisi fisik yang dimiliki oleh rumah makan tersebut. Penampilan fisik dapat dilihat dari desain bangunan yang dimiliki.

Sementara itu, tingkat penilaian konsumen terhadap kinerja/kepuasan penampilan fisik Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 26. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Penampilan Fisik Rumah Makan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	8	8,16	40
2	Puas	4	50	51,02	200
3	Cukup puas	3	32	32,65	96
4	Kurang puas	2	7	7,14	14
5	Tidak puas	1	1	1,02	1
Total			98	100,00	351

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 26, terlihat bahwa penilaian konsumen atau pelanggan terhadap penampilan fisik Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebagian besar konsumen menyatakan puas sebanyak 50 orang (51,02 %), dan sebagian kecil menyatakan tidak puas yaitu hanya terdapat sebanyak 1 orang (1,02 %). Skor total penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja/kepuasan akan penampilan fisik Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebesar 351. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap penampilan fisik Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani berada pada kategori puas. Hal ini disebabkan karena kondisi fisik rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani cukup menarik bagi konsumen atau pelanggan.

Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja penampilan fisik Rumah Makan Pondok Lesehan pak dani Makassar yaitu sebesar 85,61 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan belum puas terhadap penampilan fisik Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar.

b. Kebersihan dan kerapihan

Kebersihan tempat dan kerapihan rumah makan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan rumah makan. Hal ini disebabkan karena kebersihan dan kerapihan tersebut sangat berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen dalam menikmati makanan yang disajikan. Selain itu kebersihan dan kerapihan akan menyebabkan meningkatnya selera konsumen untuk menyantap makanan yang disajikan.

Adapun tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan faktor kebersihan dan kerapihan rumah makan dapat dilihat pada Tabel 27.

Tabel 27. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kebersihan dan Kerapihan Rumah Makan Pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	72	73,47	360
2	Penting	4	22	22,45	88
3	Cukup penting	3	4	4,08	12
4	Kurang Penting	2	0	0	0
5	Tidak penting	1	0	0	0
Total			98	100,00	460

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 27, terlihat bahwa kepentingan konsumen terhadap kebersihan dan kerapihan rumah makan yaitu diperoleh sebanyak 72 orang atau 73,47 % konsumen yang menyatakan sangat penting dan hanya terdapat sebanyak 4 orang atau 4,08 % yang menyatakan cukup puas. Total Skor penilaian konsumen terhadap

tingkat kepentingan konsumen terhadap kebersihan dan kerapihan rumah makan yaitu sebesar 460. Skor tersebut berada pada kategori sangat penting. Hal ini berarti bahwa konsumen menyatakan sangat penting kebersihan dan kerapihan rumah makan. Hal ini disebabkan karena rumah makan yang bersih dan rapi akan menyebabkan pelanggan akan lebih merasa aman dalam mengkonsumsi produk ayam bakar.

Selanjutnya tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap kebersihan dan kerapihan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 28.

Tabel 28. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kebersihan dan Kerapihan Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	9	9,18	45
2	Puas	4	41	41,84	164
3	Cukup puas	3	39	39,79	117
4	Kurang puas	2	9	9,18	18
5	Tidak puas	1	0	0	0
Total			98	100,00	344

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 28, terlihat bahwa sebagian besar konsumen menyatakan puas terhadap kebersihan dan kerapihan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebanyak 41 orang (41,84 %), sedang yang terkecil yaitu konsumen yang menyatakan sangat puas dan kurang puas masing-masing sebanyak 9 orang (9,18 %). Secara total skor penilaian konsumen terhadap kebersihan dan kerapihan

yaitu sebesar 344. Skor tersebut secara keseluruhan menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap kebersihan dan kerapihan Rumah Makan Pondok Lesehan pak Dani Makassar. Hal ini disebabkan karena pihak rumah makan selalu menjaga kebersihan dan kerapihan tempat makan dan lantai rumah makan tersebut.

Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja kebersihan dan kerapihan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebesar 74,78 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan belum puas terhadap bersihan dan kerapihan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar. Oleh karena itu maka penting bagi pihak perusahaan Rumah Makan Pondok Dani Makassar untuk lebih meningkatkan kebersihan rumah makan khususnya meja yang digunakan, sebaiknya lebih cepat dibersihkan.

c. Kenyamanan ruangan

Kenyaman ruangan merupakan salah satu merupakan salah satu atribut yang umumnya dianggap penting bagi, karena dengan ruangan yang nyaman akan membuat konsumen tidak merasa asing dan akan menimbulkan keinginan untuk kembali berkunjung. Adapun tingkat kepentingan konsumen terhadap kenyamanan ruangan dapat dilihat pada Tabel 29.

Tabel 29. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Kenyamanan Ruangan Restoran Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	54	54,54	270
2	Penting	4	33	33,33	132
3	Cukup penting	3	12	12,12	36
4	Kurang Penting	2	0	0	0
5	Tidak penting	1	0	0	0
Total			98	100,00	438

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 29, terlihat bahwa sebagian besar konsumen menyatakan bahwa kenyamanan ruangan rumah makan adalah sesuatu yang sangat penting yaitu sebanyak 54 orang (54,54 %) dan hanya terdapat sebanyak 12 orang (12,12 %) konsumen yang menyatakan tidak penting. Pada Tabel 29, terlihat pula bahwa tidak terdapat konsumen yang menyatakan bahwa kenyamanan ruangan rumah makan adalah sesuatu yang kurang dan tidak penting. Secara keseluruhan total tingkat kepentingan konsumen terhadap kenyamanan ruangan yaitu sebesar 438. Nilai tersebut secara keseluruhan berada pada kategori sangat penting. Hal ini disebabkan karena kenyamanan ruangan akan menyebabkan konsumen atau pelanggan akan merasa betah untuk menikmati makanan yang disajikan.

Sedangkan tingkat penilaian konsumen terhadap kenyamanan ruangan pada Rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 30.

Tabel 30. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Kenyamanan Ruangannya Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	3	2,97	15
2	Puas	4	43	42,57	172
3	Cukup puas	3	38	37,62	114
4	Kurang puas	2	15	14,85	30
5	Tidak puas	1	2	1,98	2
Total			98	100,00	333

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 30, terlihat bahwa tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap kenyamanan ruangan rumah makan sebagian besar konsumen menyatakan puas yaitu sebanyak 43 orang (42,57 %) dan hanya terdapat sebagian kecil konsumen yang menyatakan tidak puas yaitu sebanyak 2 orang (1,98 %). Secara keseluruhan total tanggapan konsumen terhadap kinerja dan kepuasan konsumen terhadap kenyamanan ruangan yaitu sebesar 333. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kenyamanan ruangan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar berada pada kategori puas. Hal ini disebabkan karena Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar memiliki desain yang cukup baik, sehingga udara dapat masuk kedalam ruangan tersebut.

Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja kenyamanan ruangan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebesar 76,03 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan belum

puas terhadap kenyamanan ruangan pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar. Belum puasnya karyawan terhadap kenyamanan ruangan, disebabkan salah satu masalah yang dihadapi yaitu letak pembakaran dengan tempat konsumen menikmati makanan yang sangat berdekatan sehingga menyebabkan asap pembakaran ayam tersebut akan masuk ke dalam ruangan.

d. Penampilan pekerja

Adapun tingkat kepentingan konsumen atau pelanggan terhadap penampilan pekerja pada Rumah makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 31.

Tabel 31. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Penampilan Pekerja Pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Penting	5	25	25,51	125
2	Penting	4	48	48,98	192
3	Cukup penting	3	24	24,49	72
4	Kurang Penting	2	0	0	0
5	Tidak penting	1	1	1,02	1
Total			98	100,00	390

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 31, terlihat bahwa sebagian besar konsumen menyatakan bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap penampilan pekerja pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar yaitu penting sebanyak 48 orang (48,98 %) dan hanya terdapat sebanyak 1 orang (1,02 %) konsumen yang menyatakan tidak penting. Secara keseluruhan skor tanggapan konsumen terhadap penampilan pekerja

yaitu sebesar 390. Nilai tersebut secara keseluruhan berada pada kategori penting. Hal ini disebabkan karena selain kebersihan fisik rumah makan, penampilan pekerja atau karyawan juga akan berdampak pada selera konsumen dalam menikmati makanan yang dipesan.

Sedangkan untuk tingkat kinerja/kepuasan konsumen terhadap penampilan pekerja pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar dapat dilihat pada Tabel 32.

Tabel 32. Tingkat Kinerja/Kepuasan Pelanggan Terhadap Penampilan Pekerja Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar

No	Uraian	Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat puas	5	1	1,02	5
2	Puas	4	26	26,53	104
3	Cukup puas	3	57	58,16	171
4	Kurang puas	2	11	11,22	22
5	Tidak puas	1	3	3,06	3
Total			98	100,00	305

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Pada Tabel 32, terlihat bahwa tanggapan konsumen tentang tingkat kinerja/kepuasan pekerja Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebagian besar menyatakan cukup puas yaitu sebanyak 57 orang (58,16 %) dan hanya terdapat sebanyak 3 orang (3,06 %) konsumen yang menyatakan tidak puas. Secara keseluruhan total skor tingkat kepuasan atau kinerja penampilan pekerja pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar yaitu sebesar 305. skor tersebut berada pada kategori cukup puas.

Adapun tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja penampilan pekerja pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar yaitu sebesar 78,21 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan belum puas terhadap penampilan pekerja pada Rumah Makan tersebut.

Analisis Indikator Kepuasan Dengan Menggunakan Diagram Kartesius

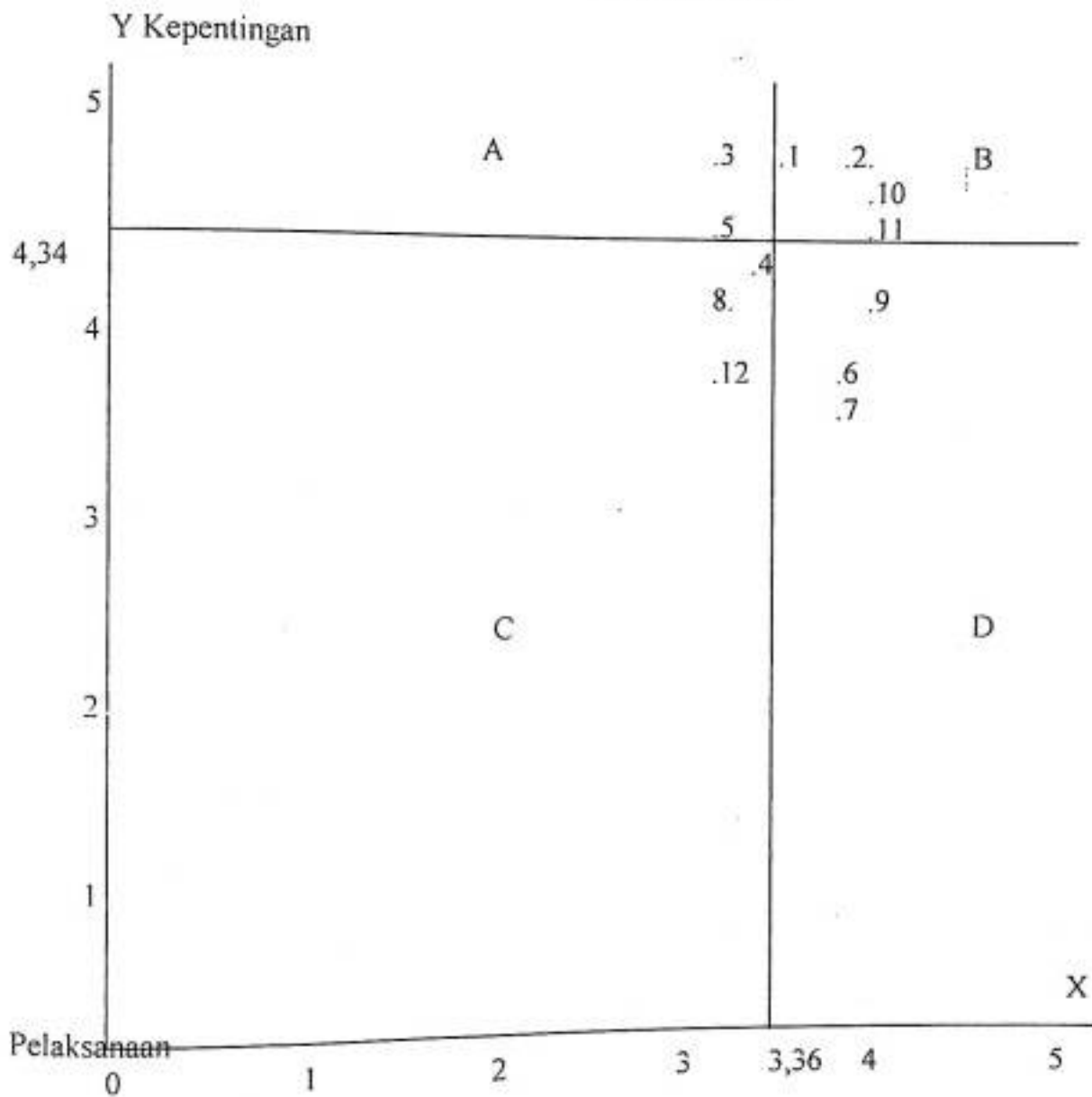
Adapun rata-rata perhitungan penilaian pelaksanaan kepentingan dan kinerja indikator pembentuk kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 33.

Tabel 33. Rata-Rata Perhitungan Dari Penilaian Pelaksanaan Dan Penilaian Kepentingan Pada Atribut Atau Yang Membentuk Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Makassar.

No	Atribut	Nilai Pelaksanaan (X _i)	Nilai Kepentingan (Y _i)	\bar{X}	\bar{Y}
1.	Ketepatan waktu Pelayanan	330	463	3,37	4,72
2	Kesesuaian dgn permintaan	353	462	3,60	4,71
3.	Kesigapan pekerja	310	461	3,16	4,70
4.	Tanggap terhadap keluhan	314	424	3,20	4,33
5.	Keramahan, perhatian dan kesopanan	312	447	3,18	4,56
6.	Prestasi dan reputasi	362	381	3,69	3,89
7.	Kemudahan menghubungi	344	369	3,51	3,77
8.	Kemampuan komunikasi	312	400	3,18	4,08
9.	Penampilan fisik rumah makan	351	410	3,58	4,18
10.	Kebersihan dan kerapihan	344	460	3,51	4,69
11.	Kenyamanan ruangan	333	438	3,40	4,47
12.	Penampilan pekerja	305	390	3,11	3,98
Total		3970	5105	3,36	4,34

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2005.

Dari data pada Tabel 33, maka dapat diketahui penempatan posisi setiap indikator/atribut pembentuk kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram Kartesius Atribut Kepuasan Pelanggan.

Pada Gambar 1, terlihat bahwa dari atribut pembentuk kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar terbagi pada empat bagian. Adapun interpretasi diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Kuadran A**

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan permintaan pelanggan, sehingga menimbulkan perasaan kecewa. Adapun atribut tersebut adalah :

- Kesigapan pekerja atau karyawan dalam melayani pelanggan (3)
- Keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan (5)

Ketepatan dan kecepatan pelayanan kepada konsumen serta keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan merupakan faktor prioritas utama yang harus dilaksanakan oleh pihak perusahaan dalam melayani pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini disebabkan karena faktor ini dari analisis dengan menggunakan diagram kartesius berada pada prioritas utama. Hal ini disebabkan karena umumnya konsumen memiliki keinginan untuk dilayani secara cepat dan tepat mendapatkan perhatian, keramahan dan kesopanan.

2. **Kuadran B**

Menunjukkan bahwa atribut-atribut pelayanan yang dianggap oleh pelanggan telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan, maka kini kewajiban perusahaan dalam mempertahankan kinerjanya. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Kecepatan pelayanan (1)
- Kesesuaian dengan permintaan (2)
- Kebersihan dan kerapian rumah makan dan karyawan (10)

- Kenyamanan ruangan rumah makan (11)

Atribut yang terdapat pada kuadran ini merupakan hal yang penting untuk dipertahankan oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan pelanggan. Pada atribut ini secara rata-rata pelanggan sudah merasa puas dengan pelayanan yang ramah, tanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan serta kebersihan dan kerapian tempat dan karyawan. Hal ini dapat dilihat dari kondisi atau keadaan perusahaan yang selalu menjaga kebersihan tempat, karyawan, keramahan, serta keamanan dan kenyamanan pelanggan.

3. Kuadran C

Menunjukkan bahwa atribut-atribut mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berada dalam kuadran ini dinilai kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Adapun faktor-faktor yang termasuk di dalam kuadran ini adalah :

- Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keluhan (4)
- Kemampuan karyawan untuk melakukan komunikasi dengan pelanggan atau konsumen (8)
- Penampilan pekerja (12)

Secara keseluruhan atribut ini merupakan atribut yang tidak begitu penting bagi pelanggan dan pelaksanaannya oleh pihak perusahaan biasa atau cukup, atribut ini merupakan atribut dengan prioritas rendah. Walaupun demikian pihak perusahaan harus tetap menjaga dan melaksanakan atribut ini untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Kuadran D

Kuadran D merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan, namun dinilai kurang penting oleh pelanggan, sehingga terkesan berlebihan. Adapun atribut yang terdapat pada kuadran ini adalah :

- Prestasi dan reputasi rumah makan (6)
- Kemudahan dalam menghubungi (7)
- Penampilan fisik rumah makan (9)

Dalam mengkonsumsi produk yang dipasarkan, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut tersebut tidak terlalu penting bagi pelanggan dan perusahaan melaksanakannya dengan sangat baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan penilaian kepuasan pelanggan dengan membandingkan antara harapan (tingkat kepentingan) dengan kinerja yang diperoleh pelanggan menunjukkan bahwa kinerja pelayanan perusahaan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Makassar masih berada di bawah harapan konsumen yang berarti bahwa konsumen belum puas dengan pelayanan pelanggan pada rumah makan tersebut.

Saran

Pihak perusahaan perlu untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan khususnya mengenai kesigapan pekerja atau karyawan dalam melayani pelanggan dan keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan. Hal disebabkan karena berdasarkan hasil analisis diagram kartesius menunjukkan bahwa faktor-faktor atau atribut tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan permintaan pelanggan, sehingga menimbulkan perasaan kecewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2002. **Perilaku Konsumen**. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Dongaran, J. 2002. **Strategi Pemasaran Yang Penad Untuk Setiap Lesan Pemasaran : Sustu Kerangka Teoritis**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Downey, W.D dan Erickson, S.P. 1992. **Manajemen Bisnis**. Edisi Kedua. Erlangga, Jakarta.
- Harjati, L. 2003. **Tidak Cukup Hanya Kepuasan Pelanggan Diperlukan Nilai Pelanggan untuk Survival**. Jurnal Ekonomi Perusahaan, STIE IBII, Jakarta.
- Irawan dan Wijaya, F. 1999. **Pemasaran Prinsip dan Kasus**. PT. BPFE- UI, Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 1997. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Jilid I. Edisi Bahasa Indonesia. Prenhalindo, Jakarta.
- Marsum. 1999. **Restoran dan Segala Permasalahannya**. Andi, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1995. **Pengelolaan Usaha Peternakan Ayam Pedaging**. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Setiawan, A. I. 2002. **Analisis Perilaku Konsumen Dan Lingkungan Bisnis Sebagai Masukan Strategi Pemasaran Jasa**. Studi Kasus Pada Wamet Poiter. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Mangister Manajemen Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Simamora, B. 2002. **Riset Perilaku Konsumen**. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soekresno. 2001. **Manajemen Food and Beverage Service Hotel**. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soepranto, J. 2001. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar**. Edisi Baru. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sumarni, M dan Soeprihanto, J. 1997. **Pengantar Bisnis, Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan**. Liberty, Yogyakarta.

Sumarwan, U. 2003. **Perilaku Konsumen Teori dan penerapannya Dalam Pemasaran**. Ghalia Indonesia, Jakarta.

Tjiptono, F. 1997. **Strategi Pemasaran**. Andi, Yogyakarta.

Umar, H. 2001. **Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis**. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

_____ 2003. **Riset Perilaku Konsumen Jasa**. Ghalia Indonesia, Jakarta.