

**SKRIPSI**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN  
RM. BEBEK GAZEBO PERINTIS KEMERDEKAAN  
MAKASSAR**

**MUSTAKIM  
I111 16 027**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN  
RM. BEBEK GAZEBO PERINTIS KEMERDEKAAN  
MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**MUSTAKIM  
I111 16 027**



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

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

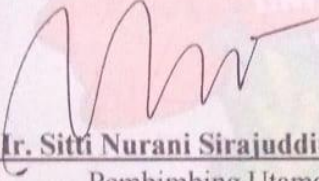
## HALAMAN PENGESAHAN


**Judul Skripsi** : Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan RM Bebek Gazebo  
Perintis Kemerdekaan Makassar

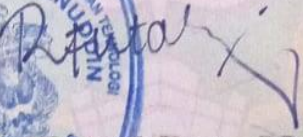
**Nama** : Mustakim

**NIM** : 1111 16 027

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :

  
Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt. M.Si, IPU  
Pembimbing Utama

  
Ir. Veronica Sri Lestari, M. Ec., IPM  
Pembimbing Pendamping

  
Dr. Agr. Ir. Renny Fatmahan Utamy, S.Pt., M. Agr., IPM  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 04 Agustus 2023

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mustakim  
Nim : I111 16 027  
Program Studi : Peternakan  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

“Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan Rm. Bebek Gazebo Perintis  
Kemerdekaan Makassar”

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

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

Makassar, 4 Agustus 2023

Peneliti  
  
Mustakim



## ABSTRAK

**MUSTAKIM.** I111 16 027. Persepsi Konsumen Terhadap pelayanan RM Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan Makassar. Dibimbing Utama: **Sitti Nurani Sirajuddin**, Pembimbing Pendamping **Veronica Sri Lestari**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan RM Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan Makassar. Penelitian Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan RM Bebek Gazebo dilakukan pada Bulan Juli sampai Agustus 2023 Makassar. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data mengenai persepsi konsumen terhadap pelayanan rumah makan Bebek Gazebo dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, menggunakan analisa deskriptif distribusi frekuensi dan model pengukuran dengan menggunakan skala likert. *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala likert yaitu 1, 2, 3, 4, 5. Berdasarkan hasil penelitian Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan RM Bebek Gazebo Perintis, dapat di simpulkan bahwa tanggapan mengenai kualitas pelayanan rumah makan Bebek Gazebo adalah baik terlihat dari rata-rata skor sebesar 383,75 yang termasuk dalam rentang 323-398 dengan kriteria Baik. Berdasarkan hasil tanggapan mengenai persepsi konsumen pada rumah makan Bebek Gazebo Perintis adalah Baik terlihat dari rata-rata skor sebesar 389 yang termasuk dalam rentang 323-398 dengan kriteria baik dalam pelayanan rumah Makan Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan.

Kata Kunci: Bukti fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati

## **ABSTRACT**

**MUSTAKIM. I111 16 027.** Consumer Perceptions of the service of RM Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan Makassar. Main Supervised: **Sitti Nurani Sirajuddin**, Companion Advisor: **Veronica Sri Lestari**.

This study aims to determine consumer perceptions of RM Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan Makassar. Research on Consumer Perceptions of RM Bebek Gazebo Services was conducted from July to August 2023 in Makassar. The data analysis used in this study is data regarding consumer perceptions of the services of the Bebek Gazebo restaurant using descriptive statistical analysis, using descriptive analysis of frequency distribution and measurement models using a Likert scale. Scoring is done using a Likert scale, namely 1, 2, 3, 4, 5. Based on the results of research on Consumer Perceptions of the Services of RM Bebek Gazebo Perintis, it can be concluded that responses regarding the service quality of the Bebek Gazebo restaurant are good, judging from the average score of 383.75 which is in the range 323-398 with Good criteria. Based on the results of responses regarding consumer perceptions of the Bebek Gazebo Perintis restaurant, it is good, seen from an average score of 389 which is included in the range 323-398 with good criteria in serving the Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan restaurant.

Keywords: Physical evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

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

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara, kepada ayah **M.Arief** dan ibu **Hasni** yang telah melahirkan, mendidik, dan membesarkan dengan cinta dan kasih sayang yang begitu tulus serta senantiasa memanjatkan do'a dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis. Terimakasih tak terhingga kepada Pembimbing Utama **Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt. M.Si, IPU** dan kepada Pembimbing Anggota **Ir. Veronica Sri Lestari, M. Ec., IPM** atas didikan, bimbingan, serta waktu yang telah diluangkan untuk memberikan petunjuk dan menyumbangkan pikirannya dalam membimbing penulis mulai dari pembuatan laporan sampai selesainya makalah usulan penelitian ini.

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis hanturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M. Sc** selaku Rektor Universitas Hasanuddin,
2. Dekan Fakultas Peternakan **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si** dan Wakil Dekan Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin.
3. **Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt. M.Si, IPU** selaku pembimbing utama, Ibu **Ir. Veronica Sri Lestari, M.Ec., IPM** selaku Pembimbing anggota Yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat bagi penulis..
4. **Dosen Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin** yang telah banyak memberi ilmu yang sangat bernilai bagi penulis dan **Seluruh Staf** dalam lingkungan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
5. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Peternakan kepada **adinda angkatan 18, 19 dan 20** terima kasih atas kerjasamanya.
6. Teman-teman seperjuangan **BOSS 16** yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu dan telah banyak membantu dalam memberikan semangat.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa makalah usulan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan kepada pemakalah. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Makassar, Agustus 2023

Mustakim



# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR KEASLIAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>PENDAHULUAN</b>	
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	3
Tujuan Penelitian .....	3
Kegunaan Penelitian .....	3
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
Tinjauan umum Unggas .....	4
Tinjauan umum Ayam .....	5
Persepsi Konsumen.....	7
Kualiatas Pelayanan.....	8
Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	11
Penelitian Terdahulu .....	13
Kerangka Pemikiran .....	14
<b>METODE PENELITIAN</b>	
Waktu dan Tempat Penelitian .....	16
Jenis Penelitian .....	16
Jenis dan Sumber Data .....	17
Metode Pengumpulan Data .....	17
Populasi dan Sampel.....	18
Teknik Pengambilan Sampel .....	20
Variabel Penelitian.....	22

Analisis Data.....	22
Konsep Operasional.....	23
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
Gambaran Umum Rumah Makan.....	25
Karakteristik Responden.....	26
Uji Validitas .....	30
Uji Realibilitas .....	31
Tanggapan Jawaban Responden.....	31
Rekapitulasi Jawaban Responden.....	41
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
Kesimpulan.....	45
Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR TABEL

No.	<i>Text</i>	Halaman
1.	Skala Likert .....	21
2.	Variabel Penelitian .....	22
3.	Karakteristik Umur .....	27
4.	Karakteristik Jenis Kelamin .....	27
5.	Karaktekstik Pendidikan .....	28
6.	Karakteristik Pekerjaan .....	28
7.	Karakteristik Penghasilan .....	29
8.	Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	30
9.	Uji Validitas Persepsi Konsumen .....	31
10.	Uji Realibilitas .....	31
11.	Tanggapan Jawaban Responden Kualitas Pelayanan.....	32
12.	Tanggapan Jawaban Responden Persepsi Konsumen.....	38
13.	Pengelompokan Nilai .....	41
14.	Rekapitulasi Kualitas Pelayanan .....	42
15.	Rekapitulasi Persepsi Konsumen .....	43

## DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Berfikir .....	15
----------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	<i>Text</i>	Halaman
1.	Kuisisioner Responden .....	48
2.	Tabulasi Data Responden.....	51
3.	Uji Validasi.....	56
4.	Uji Reliabilitas.....	58
5.	Dokumentasi.....	60

# **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang**

Indonesia merupakan Negara yang memiliki kekayaan alam dan keanekaragaman budaya dengan ciri khas masing-masing. Tidak hanya kekayaan alam dan budaya, Indonesia juga dikenal dengan berbagai macam makanan khas daerah. Sektor jasa mengambil peran penting dalam perekonomian Indonesia, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat.

Saat ini, usaha dalam bidang jasa mengalami perkembangan yang sangat baik, salah satunya usaha yang bergerak dibidang jasa kuliner atau rumah makan. Melihat kondisi penduduk Indonesia yang semakin padat, jasa kuliner merupakan usaha yang memiliki prospek yang sangat bagus. Hal ini menyebabkan bisnis jasa kuliner menjadi bisnis yang menarik minat banyak orang. Oleh karena itu, persaingan pada usaha jasa kuliner sangat pesat. Semakin ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler dan Philip, 2005).

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

Pelayanan konsumen merupakan suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Jika produk tersebut tidak memenuhi harapan maka konsumen akan merasa kecewa, sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Khusus untuk kualitas produk akan dinilai memuaskan jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pendapat mereka tentang produk pada rumah makan tersebut. Begitu pula yang harus dilakukan oleh Rumah Makan Bebek Gazebo agar dapat memberikan pelayanan bagi konsumennya.

Rumah Makan Bebek Gazebo merupakan salah satu rumah makan yang menawarkan menu utama bebek gazebo dengan berbagai jenis yaitu bebek goreng original, bebek palekko, bebek goreng palekko, bebek goreng kremes, bebek goreng balado, ayam goreng original, ayam goreng kremes, ayam kampung original, ayam kampung balado, ayam kampung kremes dan lain-lain. Variasi jenis makanan ini tentu akan memberikan penilaian dari konsumen yang berbeda-beda setelah mengonsumsi berbagai olahan makanan bebek dan ayam tersebut. Menu yang baik dapat membuat konsumen puas sehingga pada akhirnya konsumen akan kembali datang untuk melakukan pembelian ulang. Hasil survei awal menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung rumah makan Bebek Gazebo  $\pm 70$  orang perhari dan omset yang di peroleh setiap harinya Rp  $\pm 6.000.000$  perhari. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan pada Rumah Makan Bebek Gezebo Perintis Kemerdekaan Makassar.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan pada RM Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan Makassar.

## **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan RM Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan Makassar.

### **Kegunaan penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Dari segi rumah makan, penelitian ini memberikan rekomendasi perbaikan agar dapat mengetahui respon konsumen terhadap rumah makan, penelitian ini dapat penilaian konsumen terhadap pelayanan rumah makan sehingga tercipta kenyamanan pada konsumen. Dari segi pemerintah, penelitian ini dapat memberikan informasi dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi Dinas kesehatan perintis kemerdekaan makassar dalam menentukan kealayaan sebuah rumah makan atau restoran.



## TINJAUAN PUSTAKA

### Tinjauan Umum Unggas

Kata “bebek” merupakan istilah yang populer di Indonesia untuk menyebut unggas air. Istilah tersebut sering dicampuradukkan antara unggas air petelur (seperti itik Khaki Campbell dan itik Indian Runners) dengan unggas air pedaging. Padahal kedua unggas air itu menurut Ilmu Peternakan dalam berbagai aspek ilmu produksi, ilmu nutrisi dan tata laksana peternakannya jauh berbeda. Sedangkan istilah yang tepat dalam bahasa Indonesia untuk membedakannya belum ditemukan (Rasyaf, 1992).

Menurut Srigandono bahwa bebek adalah salah satu unggas air (waterfowls) yang memiliki susunan taksonomi sebagai berikut (Srigandono, 1991)

Ordo : Anseriformes

Famili : anatidae

Subfamili : anatinae

Tribus : anatini

Genus : anas

Spesies : *Anas platyrhynchos*

Penggolongan bebek berdasarkan produk atau jasa utama yang dihasilkan oleh bebek untuk kepentingan manusia menurut tujuan utama pemeliharaannya dibagi atas; tipe pedaging, petelur dan ornamen. Bebek yang termasuk dalam golongan tipe pedaging biasanya bersifat pertumbuhan yang cepat serta struktur perdagingan yang baik. Bangsa bebek yang termasuk dalam golongan ini adalah: *Aylesbury*, *Cayuga*, *Orpington*, *Muskovi*, *Peking* dan *Rouen*. Bangsa bebek yang

termasuk dalam golongan petelur biasanya badannya kecil dibandingkan dengan tipe pedaging. Bangsa bebek yang termasuk dalam golongan ini adalah: *Campbell* dan *Indian Runner*. Selain itu ada juga segolongan bebek yang biasanya mempunyai warna bulu yang menarik atau bentuk badan yang bagus, termasuk dalam golongan itik tipe ornamen atau sebagai ternak hiasan, terutama di dalam kolam hias. Bebek yang termasuk dalam golongan ini adalah : *Calls*, *East India*, *Mallard*, *Mandarin* dan *Wood duck*. Ada bangsa bebek yang mempunyai tujuan ganda, misalnya disamping tujuan utama hasil berupa daging, juga menghasilkan telur, misalnya Bangsa *Orpington*. Demikian juga ada bangsa pedaging yang sekaligus sebagai Bangsa Ornamen, misalnya Bangsa Rouen (Srigandono, 1991).

### **Tinjauan Umum Ayam**

Ayam kampung merupakan turunan panjang dari proses sejarah perkembangan genetik perunggasan di tanah air. Ayam kampung diindikasikan dari hasil domestikasi ayam hutan merah atau red jungle fowls (*Gallus gallus*) dan ayam hutan hijau atau green jungle fowls (*Gallus varius*). Awalnya, ayam tersebut hidup di hutan, kemudian didomestikasi serta dikembangkan oleh masyarakat pedesaan (Yaman, 2010). Ayam kampung merupakan ayam asli yang sudah beradaptasi dengan lingkungan tropis Indonesia. Masyarakat pedesaan memeliharanya sebagai sumber pangan keluarga akan telur dan dagingnya (Iskandar, 2010). Ayam-ayam tersebut mengalami seleksi alam dan menyebar atau bermigrasi bersama manusia kemudian dibudidayakan secara turun temurun sampai sekarang (Suharyanto, 2007).

Ayam kampung atau dikenal juga sebagai ayam buras mempunyai banyak kegunaan dan manfaat untuk menunjang kehidupan manusia antara lain

pemeliharaannya sangat mudah karena tahan pada kondisi lingkungan, pengelolaan yang buruk, tidak memerlukan lahan yang luas, bisa dilahan sekitar rumah, harga jualnya stabil dan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan ayam pedaging lain dan tidak mudah stress terhadap perlakuan yang kasar dan daya tahan tubuhnya lebih kuat di bandingkan dengan ayam pedaging lainnya (Nuroso, 2010). Selain kelebihan-kelebihan tersebut, ayam kampung juga memiliki beberapa kelemahan, antara lain sulitnya memperoleh bibit yang baik dan produksi telurnya yang lebih rendah dibandingkan ayam ras, pertumbuhannya relatif lambat sehingga waktu pemeliharaannya lebih lama, keadaan ini terutama disebabkan oleh rendahnya potensi genetik (Suharyanto, 2007).

Ayam ras pedaging disebut juga Broiler, yang merupakan jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. ayam pedaging adalah jenis ternak bersayap dari kelas aves yang telah didomestikasikan dan cara hidupnya diatur oleh manusia dengan tujuan untuk memberikan nilai ekonomis dalam bentuk daging (Yuwanta, 2004).

Hardjosworo dan Rukminasih (2000), menyatakan bahwa ayam broiler dapat digolongkan ke dalam kelompok unggas penghasil daging artinya dipelihara khusus untuk menghasilkan daging. Umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut: kerangka tubuh besar, pertumbuhan badan cepat, pertumbuhan bulu yang cepat, lebih efisien dalam mengubah ransum menjadi daging.

Ayam pedaging mempunyai peranan yang sangat penting sebagai sumber protein hewani. Menurut Amrullah (2004), ayam pedaging merupakan ayam yang mempunyai kemampuan menghasilkan daging yang banyak dengan kecepatan

pertumbuhan yang sangat cepat dalam satuan waktu yang singkat untuk mencapai berat badan tertentu. Bagi konsumen, daging ayam pedaging telah menjadi makanan bergizi tinggi dan berperan penting sebagai sumber protein hewani bagi mayoritas penduduk Indonesia (Muladno et al., 2008). Kontribusi ayam pedaging dalam penyediaan daging di Indonesia berdasarkan angka-angka sebesar 60.75% (Balitbang, 2006).

### **Persepsi Konsumen**

Persepsi adalah tanggapan (penerima) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Secara umum persepsi merupakan pengenalan, penilaian, tanggapan seseorang terhadap suatu objek. Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang terkait sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Berdasarkan persepsi inilah konsumen tertarik dan membeli. Jika konsumen mempersepsikan bahwa produk A memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk lain dan keunggulan itu sangat berarti bagi konsumen, maka konsumen akan memilih produk A, meskipun sebenarnya produk tersebut relatif mirip dengan yang lainnya.

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan mereka, maka kita sebagai produsen atau pihak yang memberikan pelayanan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut.

Menurut Majid (2009), menyatakan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. kebutuhan dan keinginan yang dirasakan pelanggan ketika sedang melakukan transaksi dengan produsen/perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, maka harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan, terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
4. komunikasi melalui iklan dan pemasaran. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan semestinya tidak membuat kampanye yang berlebihan, melewati tingkat ekspektasi pelanggan. Kampanye atau promosi yang berlebihan dan secara aktual tidak mampu memenuhi ekspektasi pelanggan akan mengakibatkan dampak negative terhadap persepsi pelanggan tentang produk.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, persepsi konsumen adalah kemampuan seorang konsumen untuk menerima stimulus dari lingkungannya, secara sadar melalui penginderaan serta alat penerima respon yang lain, dan kemampuan mendeskripsikan kemampuan stimulus sesuai dengan ciri masing-masing.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah pendapat tentang apa yang konsumen rasakan terhadap keseluruhan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan. Pelayanan

dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Malik dan Ehsan, 2012).

Kualitas layanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut (Widjoyo, dkk., 2013). Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Zeithaml *et al*, (2009) menyatakan bahwa ada lima faktor paling dominan atau penentu kualitas jasa dari konsep *servqual* yaitu :

1. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga. Apabila dikaitkan dengan bidang usaha jasa restoran, maka karyawan yang handal adalah karyawan yang selalu tepat menyajikan menu makanan sesuai dengan pesanan pelanggan.

2. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Bila dikaitkan dalam bidang jasa restoran maka sebagai contohnya konsumen tidak harus menunggu pelayanan yang lama dan kecepatan dalam menangani keluhan dari konsumen.
3. *Assurance* (kepastian) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin. Contohnya seperti bank, asuransi, obat-obatan dan broker.
4. *Empathy* (empati) yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami.
5. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi lingkungan fisik seperti exterior dan interior bangunan penampilan personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa. Contohnya dalam jasa restoran, maka

karyawannya memakai seragam yang rapi dan seluruh peralatan makan seperti meja dan kursi tertata dengan rapi dan bersih.

### **Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono, 2003).

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghot shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi



pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei kepuasan pelanggan Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Menurut Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- b. Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya.

- c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila dia memakai produk dengan merek tertentu.

- d. Harga

Produk dengan kualitas sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang unggul kepada konsumennya.

- e. Biaya dan kemudahan Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung puas terhadap produk.

### **Penelitian Terdahulu**

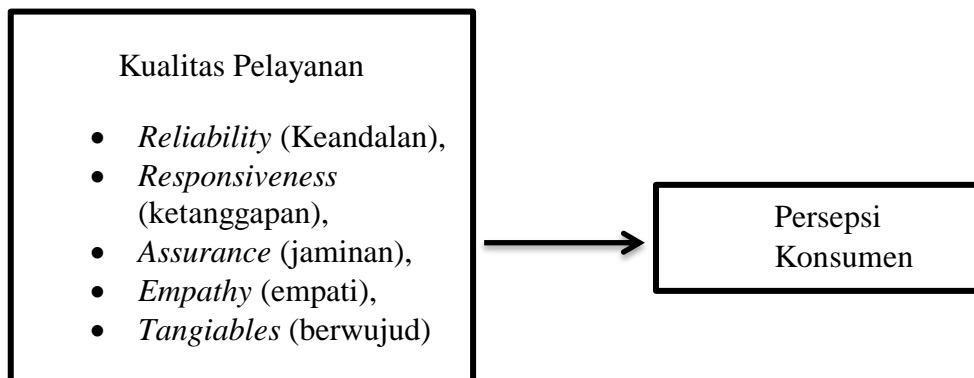
1. Hardiyanti Pratiwi (2017) dengan judul. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Takana Juo di Makassar. Metode penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*) dan jaminan (*Assurance*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pada variabel Ketanggapa (*Responsiveness*) dan Empati (*Emphaty*) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan “Takana Juo”.
2. Asih Widiyanti (2017) dengan judul Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Bebek Belur Bandar Lampung. Desain penelitian menggunakan desain kuantitatif dengan teknik survei. Hasil penelitian diketahui adanya pengaruh persepsi konsumen tentang atribut harga, harga dan kualitas pelayanan.
3. Nursamsi (2015) dengan judul Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Di Mall Panakkukang Kota Makassar. Hasil analisis menunjukkan bahwa Terdapat

hubungan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di KFC Mall Panakkukang Kota Makassar.

### **Kerangka pikir**

Rumah Makan Bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan Makassar merupakan rumah makan yang menyajikan olahan makanan bebek dan ayam. Agar dapat terus bertahan diperlukan suatu strategi agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Persepsi konsumen merupakan kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan. Jika konsumen merasa puas maka mereka akan senang dan biasanya akan melakukan pembelian kembali, sebaliknya jika konsumen tidak puas maka akan menimbulkan perasaan kecewa. Persepsi konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa hal namun yang terpenting adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yaitu memiliki keandalan yang sangat baik, memiliki jaminan kualitas yang sangat baik, terbukti kualitasnya mengerti kebutuhan konsumen dan responsif/ tanggap terhadap keinginan konsumen.

Berdasarkan pemikiran diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada Gambar 1 ;



Gambar 1. Kerangka pikir

Kerangka pemikiran ini muncul dari permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Makan bebek Gazebo Perintis Kemerdekaan Makassar yang berkaitan dengan persepsi pelayanan terhadap konsumen bahwa harapan pelanggan terhadap persepsi pelayanan tidak diketahui secara nyata hanya berdasarkan pada jumlah kunjungan dan omset penjualan saja. Oleh karena itu standar operasional pelayanan yang diterapkan oleh Rumah Makan bebek Gazebo kemudian diinterpretasikan ke dalam dimensi pelayanan dalam teori yang dikemukakan oleh Zeithaml *et al.* (2009) kemudian dimensi persepsi pelayanan ditanggapi dan dievaluasi oleh pelanggan. Pelanggan akan melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan kepada orang lain apabila tanggapan dan evaluasi baik. Persepsi pelayanan dan kepuasan pelanggan inilah yang akan diteliti dalam penelitian ini.