

SKRIPSI

**TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DI RUMAH
MAKAN BEBEK LABUGIS DI KABUPATEN SIDRAP**

Disusun dan diajukan oleh

**ADINDA APRILIA
I011 18 1058**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DI RUMAH
MAKAN BEBEK LABUGIS DI KABUPATEN SIDRAP**

SKRIPSI

**ADINDA APRILIA
I011 18 1058**

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

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DI RUMAH MAKAN BEBEK LABUGIS DI KABUPATEN SIDRAP

Disusun dan diajukan oleh

ADINDA APRILIA
I011 18 1058

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin
Pada Tanggal 14 Mei 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

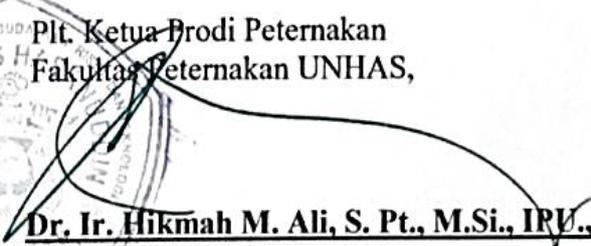
Menyetujui:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Vidyahwati Tenrisanna, S. Pt., M.Ec., Ph.D
NIP. 19750831 199903 2 002


Ir. Veronica Sri Lestari, M.Ec., IPM
NIP. 19590407 198410 2 003


Plt. Ketua Prodi Peternakan
Fakultas Peternakan UNHAS,


Dr. Ir. Hikmah M. Ali, S. Pt., M.Si., IRU., ASEAN Eng.
NIP. 19710819 199802 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adinda Aprilia

NIM : 1011 18 1058

Program Studi : Peternakan

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan yang saya berjudul **Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk di Rumah Makan Bebek Labugis di Kabupaten Sidrap** adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi saya yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya tulis 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, 11 Mei 2023

Yang Menyatakan



Adinda Aprilia

ABSTRAK

ADINDA APRILIA (I011 18 1058) Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk di Rumah Makan Bebek Labugis di Kabupaten Sidrap. Dibimbing oleh **Vidyahwati Tenrisanna** selaku pembimbing utama dan **Veronica Sri Lestari** selaku pembimbing pendamping.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk di Rumah Makan Bebek Labugis di Kabupaten Sidrap. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus - September 2022 di Kabupaten Sidrap. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif. Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan yang makan di Rumah Makan Bebek Labugis sebanyak 96 orang di Kabupaten Sidrap. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Analisis data yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Berdasarkan hasil penelitian mengenai Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk di Rumah Makan Bebek Labugis di Kabupaten Sidrap yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pada analisis IPA atribut yang perlu diperhatikan dan menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan yaitu atribut yang berada pada kuadran I pada kualitas pelayanan yaitu pengetahuan pelayan tentang menu yang ada di rumah makan dan sikap pelayan saat melayani pelanggan dan pada kualitas produk atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki yaitu tampilan produk yang ada di Rumah Makan Bebek Labugis masih dinilai kurang oleh pelanggan dan masih harus ditingkatkan. Pada analisis CSI pelanggan merasa sangat puas terhadap kinerja kualitas pelayanan dan kualitas produk Rumah Makan Bebek Labugis dengan nilai CSI kualitas pelayanan 89,57% dan CSI kualitas produk 91,36%.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Kepuasan Pelanggan, Rumah Makan*

ABSTRACT

ADINDA APRILIA (I011 18 1058) Levels Of Customer Satisfaction With Service Quality and Product Quality In The Labugis Duck Restaurant In Sidrap Regency. Supervised by **Vidyahwati Tenrisanna** as the main supervisor and **Veronica Sri Lestari** as the accompanying supervisor.

This study aims to determine the level of customer satisfaction with service quality and product quality at Labugis Duck Restaurant in Sidrap Regency. This research was conducted in August–September 2022 in Sidrap Regency. This type of research is descriptive quantitative. The population in this study consisted of 96 customers who ate at the Labugis Duck Restaurant in Sidrap Regency. The data collection methods used are observation, interviews using questionnaires, and literature studies. The data analyses used are Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). Based on the results of the research that has been carried out on the level of customer satisfaction with service quality and product quality at Labugis Duck Restaurant in Sidrap Regency, it can be concluded that in the IPA analysis, the attributes that need to be considered and become the top priority for improvement are those that are in quadrant I on service quality, namely the waiter's knowledge of the menu in the restaurant and the waiter's attitude when serving customers, and on product quality. The attributes that are the top priority to be improved are the appearance of the products in the Labugis Duck Restaurant, which are still rated poorly by customers and still have to be improved. Customers are very satisfied with the service quality and product quality performance of Labugis Duck Restaurant, according to the CSI analysis, with a service quality CSI value of 89.57% and a product quality CSI value of 91.36%.

Keyword : *Customer satisfaction, Customer Satisfacton Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Restaurant*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat serta salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua penulis bapak **Muhammadong** dan ibu **Hertiana Husain** yang telah melahirkan, mendidik, dan membesarkan dengan kasih sayang dan senantiasa memeberikan harapan, semangat, perhatian, kasih sayang serta doa yang tulus.

Pada kesempatan ini dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc** selaku rektor Universitas Hasanuddin
2. Dekan **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M. Si** dan Wakil Dekan Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin.
3. **Vidyahwati Tenrisanna, S.Pt., M.Ec., Ph.D** selaku Dosen Pembimbing Utama dan **Ir. Veronica Sri Lestari, M.Ec., IPM** selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah membimbing penulis dalam mengerjakan Makalah Seminar Usulan Penelitian.
4. Teman-teman **Penghuni Lantai 3** yang banyak memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis.

5. Teman-teman **CRANE 2018** yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.

Demikian yang saya sampaikan, semoga tugas akhir ini bisa diterima dengan baik dan bisa bermanfaat bagi setiap orang yang membacanya, serta ilmu ini bisa diterapkan dan dapat berguna bagi setiap masyarakat. Kami mengharapkan kritik dan saran untuk makalah ini, agar kedepannya bisa lebih baik lagi.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, Mei 2023

Adinda Aprilia

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN SAMPUL | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| PENDAHULUAN | |
| Latar Belakang..... | 1 |
| Rumusan Masalah..... | 4 |
| Tujuan dan Kegunaan..... | 4 |
| TINJAUAN PUSTAKA | |
| Tinjauan Umum Ternak Bebek | 5 |
| Tinjauan Umum Rumah Makan | 7 |
| Tinjauan Umum <i>Importance Performance Analysis</i> dan <i>Customer Satisfaction Index</i> | 8 |
| Tinjauan Umum Kepuasan Pelanggan..... | 9 |
| Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan | 11 |
| Tinjauan Umum Kualitas Produk | 14 |
| Penelitian Terdahulu..... | 15 |
| Kerangka Pikir | 17 |
| METODE PENELITIAN | |
| Waktu dan Tempat..... | 18 |
| Jenis Penelitian | 18 |
| Jenis dan Sumber Data | 18 |
| Metode Pengumpulan Data | 19 |
| Populasi dan Sampel..... | 19 |
| Metode Analisis Data | 22 |
| Variabel Penelitian..... | 26 |
| Konsep Operasional..... | 27 |

DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN

| | |
|--|----|
| Gambaran Umum Rumah Makan Bebek Labugis Kabupaten Sidrap | 30 |
| Struktur Organisasi | 32 |

DESKRIPSI UMUM RESPONDEN

| | |
|---------------------|----|
| Umur | 33 |
| Jenis Kelamin | 34 |
| Pendidikan | 34 |
| Pekerjaan | 35 |

HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| Analisi kepuasan konsumen dengan metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> | 37 |
| Diagram Kartesius tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk | 43 |
| Analisis tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> | 53 |

PENUTUP

| | |
|------------------|----|
| Kesimpulan | 57 |
| Saran | 57 |

DAFTAR PUSTAKA

58

LAMPIRAN

63

RIWAYAT HIDUP

92

DAFTAR TABEL

| No. | Halaman |
|--|---------|
| 1. Bobot Penilaian Kusisioner | 21 |
| 2. Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Indek (CSI)</i> | 26 |
| 3. Variabel Penelitian | 26 |
| 4. Karakteristik responden berdasarkan umur..... | 33 |
| 5. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 34 |
| 6. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan | 35 |
| 7. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan..... | 36 |
| 8. Tingkat kepentingan atribut kualitas pelayanan dan kualitas produk di Rumah Makan Bebek Labugis Kabupaten Sidrap | 37 |
| 9. Tingkat kinerja atribut kualitas pelayanan dan kualitas produk di Rumah Makan Bebek Labugis Kabupaten Sidrap | 40 |
| 10. Perhitungan Customer Satisfaction Index pada kualitas pelayanan dan kualitas produk di Rumah Makan Bebek Labugis Kabupaten Sidrap | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| No. | Halaman |
|---|---------|
| 1. Bebek | 5 |
| 2. Kerangka Pikir | 17 |
| 3. Diagram Kartesius | 24 |
| 4. Rumah Makan dan Produk Bebek Labugis..... | 30 |
| 5. Struktur Organisasi Rumah Makan Bebek Labugis..... | 32 |
| 6. Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan..... | 43 |
| 7. Diagram Kartesius Kualitas Produk..... | 49 |

DAFTAR LAMPIRAN

| No. | Halaman |
|---|---------|
| 1. Kusioner Penelitian | 61 |
| 2. Identitas Responden Rumah Makan Bebek Labugis | 65 |
| 3. Tabel Data Primer Kinerja/Kepuasan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk | 68 |
| 4. Tabel Data Primer Kepentingan/Harapan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk..... | 74 |
| 5. Hasil Perhitungan Menggunakan Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) pada Kualitas Pelayanan..... | 80 |
| 6. Hasil Perhitungan Menggunakan Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) pada Kualitas Produk | 82 |
| 7. Hasil Perhitungan metode CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) Kualitas Pelayanan..... | 83 |
| 8. Hasil Perhitungan metode CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) Kualitas Produk..... | 85 |
| 9. Dokumentasi Penelitian | 86 |

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu bidang yang memiliki potensi bagus untuk dikembangkan, salah satunya ternak bebek (Intan dkk., 2001). Bebek merupakan salah satu sumber protein hewan yang saat ini banyak disukai oleh masyarakat di Indonesia. Banyak olahan makanan dari bahan baku bebek yang dijual di rumah makan. Selain menghasilkan telur yang cukup banyak, bebek juga memiliki tingkat produksi daging tinggi. Produksi daging bebek/itik di Indonesia pada tahun 2021 yakni sebesar 44.198 ton dengan rekor produksi tertinggi dipegang oleh Provinsi Jawa Timur sebanyak 9.548 ton, kemudian diikuti oleh Provinsi Jawa Barat sebanyak 8.525 ton dan Provinsi Jawa Tengah sebanyak 6.204 ton. Untuk Provinsi Sulawesi Selatan berada pada urutan ke-6 dengan produksi daging itik sebesar 1.991 ton. Sedangkan untuk produksi telur itik di Indonesia pada tahun 2021 yakni sebanyak 363.134 ton dengan rekor produksi tertinggi dipegang oleh Provinsi Jawa Barat yakni 73.155 ton kemudian diikuti oleh Provinsi Jawa Timur yakni 45.112 ton dan Provinsi Sulawesi Selatan yakni sebesar 39.520 ton (Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2021).

Perkembangan usaha peternakan bebek bersegmentasi pada bisnis, dari berwirausaha bebek dapat dihasilkan aneka produk yang mempunyai pemasaran dan manfaat yang cukup banyak bagi masyarakat. Peluang bisnis bebek masih terbuka lebar dan hampir di seluruh dan segmen bisnis bebek berpotensi pada peningkatan ekonomi masyarakat. Sebelum memutuskan untuk memasuki salah satu segmen bisnis bebek khususnya dibidang pascaproduksi antara lain meliputi

pengolahan telur asin, telur beku, tepung telur dan aneka masakan bebek. Segmentasi pasar mengenai pengolahan daging bebek berupa masakan misalnya bebek panggang dan bebek goreng, masakan daging bebek merupakan salah satu bisnis yang paling menjanjikan, hal ini ditandai dengan menjamurnya rumah makan dan warung makan yang menyediakan menu khas daging bebek (Rohmah, 2020).

Usaha kuliner adalah usaha yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan jumlah penduduk semakin bertambah setiap tahunnya dan tidak semua mampu untuk melakukan kegiatan memasak. Keterbatasan waktu, banyaknya kesibukan serta gaya hidup mempengaruhi seseorang untuk melakukan kegiatan pembelian makan. Saat ini banyak usaha kuliner yang merebak diberbagai kota, tidak terkecuali kota Sidrap. Salah satu usaha kuliner yang saat ini populer di Sidrap yakni usaha bebek palekko.

Rumah makan Bebek Labugis merupakan salah satu rumah makan yang menawarkan menu utama yaitu bebek palekko dan juga terdapat menu lain yaitu seperti bebek goreng, bebek goreng rica, bebek panggang dan lain-lain. Variasi jenis makanan ini tentu akan memberikan penilaian dari konsumen yang berbeda-beda setelah mengonsumsi berbagai olahan makanan bebek tersebut. Rumah makan Bebek Labugis memiliki fasilitas yang nyaman, dan juga tempat yang strategis untuk dijangkau oleh masyarakat. Berdasarkan pengamatan sebelumnya rumah makan ini lebih besar penjualannya jika dibandingkan dengan rumah makan yang sejenis lainnya. Rata-rata konsumen perharinya berjumlah 80-100 orang dan pada saat bulan Ramadan konsumen meningkat menjadi 200 orang perharinya dikarenakan banyak konsumen yang menjadikan rumah makan ini

tempat berbuka puasa dengan kerabat. Bukan hanya pada bulan Ramadan, konsumen juga biasa meningkat pada hari sabtu dan minggu dikarenakan sebagian orang memanfaatkan hari sabtu dan minggu untuk berkumpul dengan kerabat dan konsumen yang datang ke Rumah Makan Bebek Labugis tidak hanya dari daerah Sidrap tetapi banyak dari luar daerah, oleh karena itu, rumah makan ini selalu ramai pengunjung.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar, kualitas produk merupakan karakteristik yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang diimplikasikan. Mengingat bahwa persaingan pada bidang kuliner yang semakin berkembang, maka rumah makan atau restoran tersebut harus pandai menentukan dan memilih produk yang dihasilkan dengan menyesuaikan pada selera konsumen agar lebih diminati oleh konsumen. Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah sejauh mana pelayanan memenuhi spesifikasinya. Rumah makan atau restoran harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk mencapai kepuasan konsumen. Selain itu apabila konsumen merasa puas maka mempunyai kecenderungan yang rendah untuk berpindah pilihan pada rumah makan yang lainnya (Cahyani dan Sitohang, 2016).

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk atau jasa dengan mutu yang dirasakan. Konsumen akan merasa

sangat tidak puas jika suatu produk tidak sesuai dengan harapan sebaliknya konsumen akan merasa puas jika suatu produk sesuai dengan harapan konsumen (Fatmaningrum, 2016). Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen puas sehingga pada akhirnya konsumen akan kembali datang untuk melakukan pembelian ulang dan juga konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pendapat mereka tentang produk pada rumah makan tersebut. Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai “Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk di Rumah Makan Bebek Labugis di Kabupaten Sidrap”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk di Rumah Makan Bebek Labugis di Kabupaten Sidrap ?

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk di Rumah Makan Bebek Labugis di Kabupaten Sidrap.

Adapun kegunaan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebaga berikut :

1. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai referensi dan sebagai masukan bagi peneliti yang akan datang, yang akan melakukan penelitian serupa.
2. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan informasi pada Rumah Makan Bebek Labugis Kabupaten Sidrap.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Ternak Bebek

Bebek berasal dari Amerika Utara awalnya merupakan bebek liar yang dikenal dengan sebutan (*Anas moscha*) atau *Wild mallard* yang kemudian melalui upaya yang keras berhasil dijinakkan hingga dapat dipelihara seperti sekarang ini dan di namakan *Anas domesticus* (ternak bebek). Sebahagian orang menilai bahwa beternak bebek lebih potensial dibandingkan dengan menternakkan unggas jenis lain. Hal ini dikarenakan beberapa sebab, yaitu: Pertama, telur bebek memiliki harga jual lebih bagus karena perhitungannya didasarkan kepada butir telur bukan dihitung secara kiloan seperti telur ayam. Kedua, teknik pemeliharaan yang gampang karena bebek memiliki imunitas yang tinggi. Ketiga, adanya permintaan pasar terhadap telur bebek yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Keempat, yaitu permintaan pasar terhadap daging konsumsi yang juga terus meningkat (Fawaid dkk., 2018). Bebek merupakan salah satu unggas air yang taksonominya diklasifikasikan sebagai berikut :



Gambar 1. Bebek
(Kartikasari, 2018)

Kerajaan : Animalia
Filum : Chordata
Kelas : Aves

Ordo : Anseriformes
Famili : Anatidae
Genus : *Anas / Cairina*
Spesies : *Anas platyrhynchos / Cairina moschata*
Subspesies : *A.p. domesticus*

Usaha peternakan bebek semakin diminati sebagai alternatif sumber pendapatan bagi masyarakat di pedesaan maupun di sekitar perkotaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa kondisi lingkungan strategis yang lebih memihak pada usaha peternakan itik atau bebek, antara lain adalah semakin terpuruknya usaha peternakan ayam ras skala kecil dan munculnya wabah penyakit flu burung yang sangat merugikan peternakan ayam ras maupun ayam kampung. Di samping itu, semakin terbukanya pasar produk bebek ikut mendorong berkembangnya peternakan bebek di Indonesia. Pasar telur bebek yang selama ini telah terbentuk masih sangat terbuka bagi peningkatan produksi karena permintaan yang ada pun belum bisa terpenuhi semuanya, sedangkan pasar daging bebek yang selama ini hanya dipenuhi secara terbatas oleh daging itik Peking yang diimpor secara perlahan mulai terbuka lebih luas (Al Asy'ari, 2017) .

Daging bebek lebih dikenal sebagai menu makanan yang sangat lezat serta memiliki rasa yang khas. Pada dasarnya daging bebek memiliki tekstur daging yang memiliki banyak serat. Cita rasanya yang khas membuat daging bebek mudah untuk diolah untuk berbagai menu masakan. Umumnya, masyarakat mengkonsumsi jenis makanan yang memiliki kandungan sumber protein pada ayam dan jenis ikan saja. Akan tetapi, masyarakat mulai beralih untuk mengkonsumsi daging bebek sebagai salah satu varian makanan untuk menambah

sumber protein bagi tubuh. Tidak ada perbedaan untuk kandungan protein pada daging ayam dan daging bebek, akan tetapi daging bebek memiliki keunggulan tersendiri dalam hal kandungan lemak, kalsium, energi dan berbagai vitamin (Rohmah, 2020).

Tinjauan Umum Rumah Makan

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

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

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

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

Tinjauan Umum *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan prosedur dalam menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan serta produknya. Metode IPA mengkombinasikan pengukuran dimensi *performance* (kinerja) dengan *importance* (kepentingan) ke dalam dua grid, kemudian kedua dimensi tersebut diplotkan ke dalamnya. Nilai kepentingan sebagai sumbu vertikal dan nilai kinerja sebagai sumbu horizontal dengan menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan kinerja sebagai pusat pemotongan garis (Noer, 2016).

Selain metode IPA, metode lain yang dapat mendukung perbaikan atribut adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk mengetahui tingkat

kepuasan konsumen. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi (Anggraini dkk., 2015).

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen sangat penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan yang dapat dipenuhi oleh pihak oleh rumah makan. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan skor rata-rata tingkat harapan dan tingkat persepsi dari masing-masing atribut. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat ditingkatkan dengan melakukan perbaikan pada kinerja atribut dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA). Perbaikan atribut yang diperoleh melalui IPA diharapkan dapat meningkatkan nilai CSI hingga 100% (Muharastari, 2008).

Tinjauan Umum Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menilai kepuasan konsumen, menganjurkan penggunaan multiitem scale yaitu tidak saja mengevaluasi kepuasan pelanggan dari sisi layanan perusahaan, tetapi juga komponen dalam proses layanan. Dalam pengukuran kepuasan, indikator yang digunakan adalah ketanggapan pelayanan, profesionalisme, dan kepuasan menyeluruh dengan jasa (Gultom dkk., 2020).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan

dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya (Normasari dkk., 2013).

Menurut Simamora (2004) sesudah terjadinya pembelian terhadap suatu produk, konsumen akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tergantung harapannya terhadap informasi yang didapatkan tentang produk. Jika harapannya tidak sesuai dengan informasi yang diterima, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika produk tersebut sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa puas.

Menurut Israk (2019) ada beberapa faktor yang harus diperhatikan 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

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai

sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah mutu dari suatu produk atau jasa yang akan memberikan tingkat kepuasan tertentu kepada penggunaannya baik sifatnya pasti atau bersifat persepsi dari pengguna. Apabila yang diukur kualitas barang maka disebut juga kualitas produk sedangkan kualitas jasa, lebih dikenal dengan kualitas pelayanan (Rosanti, 2020).

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

Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang di hasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan.

Menurut Lupyoadi (2001) ada 5 dimensi dalam menentukan pelayanan, yaitu:

1. Keandalan (*rehability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. Daya tangkap (*responsivenees*), yaitu respon atau kesiagaan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap meliputi: kesiagaan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, penanganan keluhan pelanggan.
3. Jaminan (*assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas: pengetahuan produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi ;
 - a. Kompetensi (*compotence*), artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan.
 - b. Kesopanan (*courtesy*), meliputi keramahan, perhatian, dan sikap karyawan.
 - c. Kredibilitas (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, dan sebagainya.

4. Empati (*emphaty*), yaitu perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan perusahaan untuk memahami keinginan dan pelanggannya. Dimensi ini merupakan penggabungan dari dimensi :
 - a. Akses, merupakan kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
 - b. Komunikasi, merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
 - c. Pemahaman pada pelanggan, meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
5. Bukti langsung, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan penampilan karyawan.

Terdapat beberapa cara untuk mengukur tentang kualitas pelayanan, salah satu cara untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dengan menerapkan metode *Importance Performance Analysis* (Analisis Kepentingan dan Kinerja). Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuadran. Analisis kuadran ini digunakan untuk mengetahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut tersebut. Berdasarkan analisis kuadran ini selanjutnya dapat dilihat letak dari masing-masing variabel berada pada kuadran yang berbeda-beda, sehingga dapat diketahui variabel apa saja yang perlu ditingkatkan dan mendapatkan perhatian lebih (Siyamto, 2017).

Tinjauan Umum Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan produk yang memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk, yang akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, ukuran, dan pelayanan agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut (Mentang dkk, 2021).

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

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

a. *Performance* (Hasil Produk)

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

b. *Features* (Ciri-Ciri atau Keistimewaan Tambahan)

Merupakan karakteristik sekunder pelengkap dari produk inti keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan

dengan produk pesaing yang sejenis. Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

c. *Reliability* (Kehandalan)

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

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

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

e. *Aesthetics* (Estetika)

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

Penelitian Terdahulu

1. Mahendraswari dan Nurmalina (2013) dengan judul Tingkat Kepentingan Serta Kinerja Atribut Produk dan Pelayanan di Rumah Makan Bebek Gendut, Bubulak, Kota Bogor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), indeks kepuasan konsumen RM Bebek Gendut adalah sebesar 75,05% yang dapat dikategorikan puas. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *Importance and Performance Analysis* (IPA), atribut yang

perlu diperhatikan dan dilakukan perbaikan kinerja yaitu keramahan dan kesopanan pramusaji. Perbedaan pada penelitian ini yaitu, penelitian yang dilakukan Mahendraswari dan Nuralina menggunakan variable harga. Selain itu juga perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, jumlah sampel yang diteliti dan waktu penelitian.

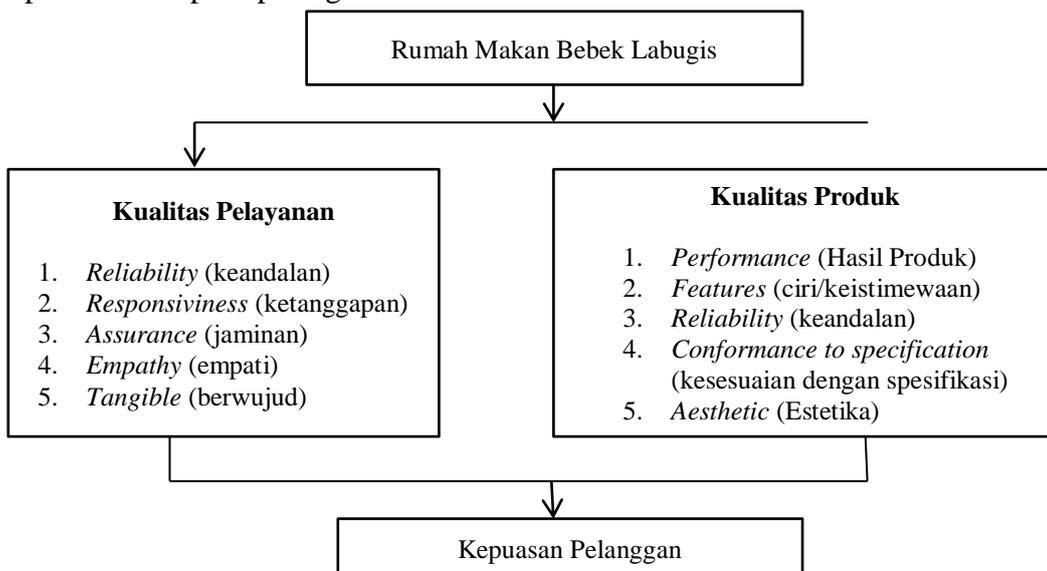
2. Triani dkk (2016) dengan judul Identifikasi Atribut Kepuasan Dan Pelayanan Rumah Makan: Studi Kasus Pada Dua Rumah Makan Olahan Bebek Di Kota Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil pengujian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat 28 atribut kepuasan dan pelayanan terhadap rumah makan yang menyajikan menu olahan bebek teridentifikasi yaitu rasa, harga, kesesuaian produk, inovasi, jaminan nutrisi, keadilan pelayanan, keprioritasan konsumen, keramahan, kesopanan, ketanggapan pada kebutuhan, ketanggapan pada ketidaksesuaian, kemudahan pembayaran, kerapihan menghidangkan, kesadaran meminta maaf, ketanggapan pada saran, lokasi, tempat parkir, tempat duduk, toilet, peralatan makan. Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada lokasi penelitian yang dimana peneliti melakukan studi kasus pada dua rumah makan yang berbeda.
3. Irma (2020) dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Begos (Bebek Goyang Sulawesi) Tamalanrea Kota Makassar. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif dengan menggunakan rumus perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil

penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan begos sangat baik karena dapat mencapai indeks kepuasan terhadap kualitas produk olahan itik 84,14 % dan indeks kepuasan terhadap kualitas pelayanan 85,56% serta secara keseluruhan indeks kepuasan konsumen 84,46% berada pada kategori sangat puas/very good. Perbedaan pada penelitian ini yaitu, pada penelitian Irma hanya menggunakan satu variable yakni variable kualitas pelayanan.

Kerangka Pemikiran

Rumah makan Bebek Labugis merupakan rumah makan yang menyajikan olahan khusus bebek. Rumah makan Bebek Labugis ramai dikunjungi oleh konsumen sehingga memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan. Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

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



Gambar 2. Kerangka Pikir