

## TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN KUE “ROKUPANG” DI KOTA MANADO

### *Level of Customer Satisfaction of Cake "Rokupang" in Manado City*

**Tesalonika Ariela Apouw, Leonardus R. Rengkung, dan Melissa L. G. Tarore**  
**Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi**

#### **ABSTRACT**

*This study aimed to determine the level of customer satisfaction of the cake "Rokupang" based on the product, price, place, promotion, and service variables. This research was conducted from January to March 2020. The data used in this study were primary data and secondary data. Primary data were taken by survey by direct interviewing 42 respondents using a questionnaire. Respondents were selected using the accidental sampling method. Secondary data were taken from the business management. Measurement of the level of satisfaction was carried out using a Likert scale and followed by an analysis of the consumer satisfaction index.*

*The results showed that the general level of customer satisfaction in Rokupang based on product, price, place, promotion, service variables was 76.47%, which fell into the satisfied category. When looked per variable, it was found that for prices and products were included in the very satisfied category, where prices got a value of 86% and products are 85%. Meanwhile, the variables of Place (74.00%), Service (71.00%), and Promotion (68.81%) fell only into the satisfied category.*

**Keywords:** *Satisfaction Level, Consumer, Cake, Rokupang.*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen kue “Rokupang” terhadap produk, harga, tempat, promosi, dan pelayanan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Januari sampai Maret 2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diambil secara survei dengan wawancara langsung pada 42 responden dengan menggunakan kuisioner. Responden yang dipilih menggunakan metode sampel kebetulan. Data sekunder diambil dari manajemen usaha tersebut. Pengukuran tingkat kepuasan dilakukan dengan menggunakan skala Likert dan dilanjutkan dengan analisis indeks kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan konsumen Rokupang secara umum berdasarkan variabel produk, harga, tempat, promosi, pelayanan adalah sebesar 76.47%, dimana masuk dalam kategori puas. Jika dilihat per variabel, didapatkan bahwa untuk Harga dan Produk masuk dalam kategori sangat puas, dimana harga mendapatkan nilai 86% dan Produk 85%. Sedangkan variabel Tempat (74,00%), Pelayanan (71,00%), dan Promosi (68,81%) hanya masuk kategori puas.

**Kata kunci:** Tingkat Kepuasan, Konsumen, Kue, Rokupang.

## PENDAHULUAN

Duniabisnissaatini memilikiperkem-banganyangsangatpesatdanpersaingan yang sangat ketat bisnis dalam kategori apapun itu pasti akan selalu ada persaingan maka para pelaku bisnis diharuskan untuk selalu mengeks-plore hal yang baru lebih inovatif agar produk atau jasa yang dijual belikan tidak kalah ber-saing dalam memenuhi permintaan pasar. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntu-tuntuk memiliki kepekaan terhadap setiap peru-bahan yang terjadi dan menempatkanorientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan uta-ma (Kotler dalam Wulandari, 2013).

Menurut Umar (2005), kepuasan kon-sumen adalah perasaan konsumen setelah mem-bandingkan dengan harapannya. Membangun kepuasan konsumen tidak hanya berfokus pada satu faktor saja, tetapi faktor lainnya agar bisnis yang dijalankan tidak akan kalah bersaing. Di kota manado banyaknya bisnis kuliner yang berkembang membuatparapelaku-bisnisdibidanginidituntutuntukbersaing-garmemilikipotensi untuk mendapatkan profit yangbesar.

Rokupang merupakan salah satu usaha dari banyak bisnis kuliner lainnyayang memiliki potensi untuk mendapatkan profit yang besar. Rokupang berdiri pada 12 Februari 2019 Rokupang artinya adalah roti kukus panggang, terletak di Jl. Kompleks. Bahu Mall. No. 8 Bahu Malalayang. Banyaknya bisnis kuliner yang berkembang dan semakin kompetitif, menuntut kinerja dari usaha ini untuk lebih ditingkatkan melalui tingkat kepuasan konsumen yang dilihat dari produk, harga, tempat, promosi dan pelaya-nanagardapatbersaingdantetapmempertahan-kanusahanyadibidangtersebut.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang rumusan penelitian adalah: bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk, harga, tempat, pro-mosi dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh pihak Rokupang?

### Tujuan Penulisan

Penelitian bertujuan untuk Mengetahui ting-kat kepuasan konsumen Rokupang terhadap

produk, harga, tempat, promosi dan kualitas pe-layanan.

### Manfaat Penulisan

1. Bagi Pemilik usaha Rokupang, diharapkan dapat menjadi bahan masukkan dalam menentukan produk, harga, tempat, promosi dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan usaha.
2. Bagi Penelitian lain, diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam berbagai temuan dan permasalahan yang belum terungkap dilapangan serta dapat menjadi bahan referensi dalam bidang penelitian yangserupa.

## METODELOGI PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian berlangsung sejak bulan Januari 2020 sampai bulan Maret 2020 dari persiapan-hinggapenyusunanlaporanhasil-penelitian.Tempat penelitian dilaksanakan di Jl.Komp. Bahu MallNo.8 Malalayang Manado Pada Roti Nogat Rokupang Manado.

### Jenis Data dan SumberData

Dalam penelitian ini akan menggunakan data primer dan sekunder

1. Jenis data primer terkait dengan variabel-variabel produk, harga, tempat, promosi, danpelayanan.
2. Data Sekunder, berkaitan dengan penelitian ini seperti alamat tempat usaha,luas bangunan, dan sejarah yang diambil dari pihakRokupang.

### Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer diambil secara survei dengan cara wawancara langsung kepada konsumen, dengan menggunakan kuisioner sebagai alat bantu pengumpulan data, yang berisi pertan-yaan-pertanyaan berkaitan dengan peneltia-nini.
2. DataSekunderdiambil darimanajemenusa-hatersebutsepertisejarahRokupang.

**Metode Pengambilan Sampel**

Dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yakni dengan meminta kesediaan konsumen yang ditemui saat berbelanja untuk diwawancara dan mengisi kuesioner penelitian. Jumlah responden yang berhasil ditemui, diwawancara dan mengisi kuesioner sebanyak 42 orang.

**Konsep Pengukuran Variabel**

Adapun yang terjadi konsep pengukuran variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden
  - a. Umur(tahun)
  - b. Jenis Kelamin (Laki-laki/Perempuan)
  - c. Pekerjaan (profesi responden pada saat wawancaradilaksanakan)
  - d. Frekuensiberkunjung
2. Mengukur kepuasan konsumen yang diberikan kepada Rokupang, adapun variabel-variabel yang diukur Candova (2019), adalah:
  - a. Produk, indikator- indikator pertanyaan:
    - Desain kemasan: Desainnya menarik/ tidak menarik, Rapih
    - Tampilan fisik produk: Bentuk
    - Ukuran isi produk yang disajikan : besar kecilnya potongankue
    - Citarasa produk: rasa enak dan cocok dengan selera konsumen
  - b. Harga, indikator-indikator pertanyaan:
    - Harga jual produk: terjangkau/ tidak terjangkau
    - Kesesuaian harga dengan isi : harga sesuai dengan isi produk
    - Kesesuaian harga dengan citarasa produk yang disajikan
  - c. Tempat (lokasi), indikator- indikator pertanyaan:
    - Kemudahan dalam menjangkau lokasi : lokastrategis
    - Kebersihanruangan
    - Kenyamanan
    - Fasilitasparkir
  - d. Promosi, indikator-indikator pertanyaan:
    - Iklan: tampilan iklan melalui mediasosial
    - Potongan harga: diskon yang di berikan melalui aplikasi grab atau gojek
  - e. Pelayanan indikator-indikator pertanyaan:

- Keandalan jasa pelayanan : kecepatan dalam menyajikan produk yangdipesan.
- Kerapihan dan penampilan darikaryawan
- Empati: keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani
- Keyakinan: pengetahuan karyawan terhadap produk yangdijual.

**Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah menggunakan pengukuran skala Likert.

Analisis skala Likert

Untuk setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang dibagikan dalam 5 kategori yakni:

- a. Sangat Puas (SP) diberi skor 5(S5)
- b. Puas (P) diberi skor 4(S4)
- c. Cukup (C) diberi skor 3 (S3)
- d. Tidak Puas (TP) diberi skor 2 (S2)
- e. Sangat Tidak Puas (STP) diberi skor 1(S1)

Dengan cara perhitungan skor masing-masing pertanyaan: jumlah skor tiap kriterium x jumlah responden. Jadi:

$$S5= 5 \times 42 = 210$$

$$S4= 4 \times 42 = 168$$

$$S3= 3 \times 42 = 126$$

$$S2= 2 \times 42 = 84 \quad S1 = 1 \times 42 = 42$$

Jumlah skor ideal untuk setiap pernyataan (skor tertinggi)=210, jumlah skor terendah=42.

Dengan interpretasi nilai:

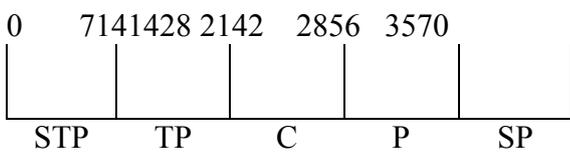
0	42	84	126	168	210
STP	TP	C	P	SP	

Gambar 1. Interpretasi Nilai tiap pertanyaan

Cara perhitungan skor keseluruhan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Rokupang dari segi produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan : jumlah skor seluruh kriterium = capaian jumlah skor x jumlah responden x instrument pernyataan.

S5= 5x42x17=3570  
 S4= 4x42x17=2856  
 S3= 3x42x17= 2142  
 S2= 2x42x17=1428  
 S1 = 1x42x17=714

Jumlah Skor ideal untuk keseluruhan pertanyaan =3570 (tertinggi), jumlah skor terendah=714. Berdasarkan data yang dihimpun dari 17 pertanyaan yang diajukan kepada 42 responden. Dengan interpretasi nilai



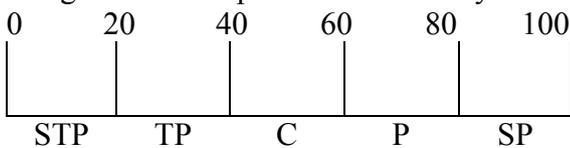
Gambar 2. Interpretasi Nilai berdasarkan data

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IKK)

Indeks kepuasan konsumen adalah data dan informasi tentang kepuasan konsumen yang diperoleh dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan variabel dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan.

$$IKK = \frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data}}{\text{Jumlah Skor Ideal (tertinggi)}} \times 100\%$$

Dengan indeks kepuasan konsumen yaitu:



Gambar 3. Persentase Kepuasan Konsumen

- Angka 0%-20% = Sangat Tidak Puas
- Angka 20%-40% = Tidak Puas
- Angka 40% - 60% = Cukup Puas
- Angka 60%-80% = Puas
- Angka 80% - 100% = Sangat Puas

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Deskripsi Umum Usaha Rokupang**

Rokupang merupakan kepanjangan dari Roti kukus panggang yang merupakan usaha milik dari Bpk Lucky Tampenawas dan Ibu Claudia Indah Togas yang adalah suami istri. Usaha ini berdiri pada 12 Februari 2019 yang juga mengklaim sebagai roti nogat pertama di Kota Manado. Berlokasi di Jl. Kompleks. Bahu Mall. No. 8 Bahu Malalayang Manado. Saat ini dengan adanya pandemic covid-19 lokasi usaha Rokupang pindah di alamat rumah pemilik usaha yang berlokasi di Brentwood 1, Citraland Manado atau dapat di order melalui media sosial Instagram @rotinogat\_rokupang\_manado. Rokupang ini adalah roti yang bisa di kukus atau bisa di panggang. Dengan varian rasa topping di bagi menjadi dua topping yaitu standart seperti vanilla, coklat, meises, strawberry, blueberry, durian, srikaya, selai kacang, butter caramel. Varian topping premium choco white, kit-kat, nutella, tiramisu, cadbury, silverqueen. Kemudian pada topping standart diberikan harga Rp8.000 dan topping premium diberikan harga Rp11.000 jika ingin menambahkan keju pada topping diberikan tambahan harga Rp3.000. Selanjutnya ada roti gandum dengan varian nogat, meises, srikaya untuk harga 1 porsi Rp23.000 dan juga ada yang ½ porsi dengan harga Rp19.000, kemudian roti gandum dengan varian telur kornet 1 porsi Rp25.000 dan ½ porsi Rp15.000. Jika ingin menambahkan keju pada masing-masing varian di kenakan harga Rp8.000 untuk yang 1 porsi dan Rp4.000 untuk yang ½ porsi.

**Karakteristik Responden**

Responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 42 responden umum dari keadaan responden pada penelitian ini dijelaskan oleh umur, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi berkunjung.

Umur

Umur merupakan ukuran satuan tahun dalam menentukan lamanya hidup seseorang. Pada Tabel 1 dapat dilihat sebaran umur responden

Tabel 1. Usia Responden Rokupang

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	20-29	25	60
2	30-39	13	30
3	>40	4	10
Total		42	100

Dapat dilihat pada Tabel 1 sebaran usia responden yang cukup variatif dengan menunjukkan umur responden yang paling banyak adalah berkisar 20-29 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 60% ini menyatakan bahwa konsumen dengan umur 20-29 tahun sangat mudah menerima makanan apapun untuk dikonsumsi, dan untuk umur seperti itu masih ingin mengetahui berbagai macam rasa dan bentuk makanan sehingga mereka lebih gampang beradaptasi dengan setiap jenis makanan. Responden terendah adalah umur di atas 40 tahun dengan persentase 10% dimana konsumen dengan umur seperti itu lebih memperhatikan kesehatan sehingga mereka lebih selektif atau lebih berhati-hati dalam memilih jenis makanan yang ingin dikonsumsi.

Jenis kelamin

Jenis kelamin konsumen merupakan identitas perbedaan antara perempuan dan laki-laki sejak lahir. Berikut tabel jenis kelamin responden

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden Rokupang

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	29	69
2	Laki-laki	13	31
Total		42	100

Data pada Tabel 2. menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak adalah konsumen yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 29 responden dengan persentase 69%. Hal ini karena perempuan lebih suka dengan makanan yang baru memiliki aneka rasa dan juga makanan yang unik seperti varian selai kacang, vanilla, butter caramel yang tentunya sesuai dengan selera konsumen per-

empuan. Sedangkan jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 13 orang dengan persentase 31% ini karena laki-laki lebih cenderung memilih makanan yang mempunyai porsi besar atau yang banyak di bandingkan ingin makan makanan yang manis atau yang memiliki banyak varian rasa.

Pekerjaan

Pekerjaan adalah kegiatan sehari-hari yang utama dilakukan oleh setiap manusia atau tanggung jawab yang dilakukan untuk mendapatkan uang dan juga memenuhi biaya hidup. Setiap responden tentunya memiliki pekerjaan yang berbeda-beda pada Tabel 3 berikut dapat dilihat jenis pekerjaan responden

Tabel 3. Pekerjaan Responden Rokupang

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Mahasiswa	24	57
2	Karyawan Swasta	10	24
3	PNS	4	10
4	Ibu Rumah Tangga	2	5
5	Dosen	1	2
6	Wartawan	1	2
Total		42	100

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung di Rokupang adalah mahasiswa/i yaitu sebanyak 24 responden dengan persentase 57% ini karena tempat pada Rokupang merupakan tempat yang berjarak tidak jauh dengan area kampus dan dekat dengan pusat belanja sehingga di dominasi oleh mahasiswa/i yang juga berusia muda dan senang untuk berkumpul sehingga dalam mengkonsumsi makanan dapat diterima dengan mudah. Sedangkan responden menurut jenis pekerjaan, terendah adalah Wartawan dan Dosen sebanyak 1 responden dan masing-masing memiliki persentase 2%.

Frekuensi berkunjung

Frekuensi berkunjung setiap konsumen tentunya berbeda-beda pada Tabel 4 berikut dapat dilihat frekuensi berkunjung responden.

Pada Tabel 4 hasil penelitian menunjukkan bahwa responden paling banyak berkunjung

jung dan membeli Rokupang yaitu sekitar lebih dari 6 kali sebanyak 19 orang dengan persentase 45% hal ini karena responden mengatakan bahwa produk yang dijual oleh Rokupang murah, dan juga memiliki rasa yang enak sesuai dengan selera konsumen sehingga responden selalu datang lagi dan membeli produk Rokupang.

Sedangkan responden yang berkunjung paling sedikit adalah 1-3 kali sebanyak enam orang dengan persentase 14%. Responden juga mengatakan bahwa rasa yang dimiliki oleh produk Rokupang enak dan sesuai selera.

Tabel 4. Frekuensi Kunjungan Responden Rokupang

No	Kunjungan	Jumlah (orang)	Persen (%)
1	1 – 3	6	14
2	4	12	29
3	5	5	12
4	>6	19	45
Total		42	100

### Analisis Kepuasan Konsumen

Untuk analisis tingkat kepuasan konsumen agar dapat mengetahui apa saja yang diinginkan oleh konsumen.

#### Produk

Pengukuran kepuasan konsumen yang dilihat dari produk pada Rokupang untuk mengetahui apabila produk yang digunakan berkualitas maka hasil evaluasi konsumen akan puas berikut pada Tabel 5 dapat dilihat tingkat kepuasan konsumen terhadap produk.

Tabel 5. Tabel Kepuasan Konsumen Rokupang Pada Variabel Produk

Indikator	SKOR						IKK (%)	Kriteria
	1 STP	2 TP	3 C	4 P	5 SP	Jumlah		
Desain Kemasan	0	0	10	31	1	159.00	75.71	Puas
Tampilan Produk	0	0	11	26	5	162.00	77.14	Puas
Ukuranisi Produk	0	0	5	17	20	183.00	87.14	Sangat Puas
Cita rasa Produk	0	0	1	19	22	186.00	88.57	Sangat Puas
Jumlah						690.00		Sangat Puas
Rata-Rata						172.50	85.00	Puas

Pada Tabel 5 menunjukkan hasil bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel produk Rokupang adalah sangat puas dengan indeks kepuasan konsumen rata-rata 85%. Ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan kepuasan dan juga kualitas yang baik dari produk Rokupang yang ditawarkan. Kemudian indikator pada variabel produk yang memiliki kepuasan konsumen tertinggi adalah cita rasa produk sebesar 88.57% dengan kriteria sangat puas hal ini karena cita rasa dari produk enak

sesuai selera. Sedangkan indikator pada variabel produk yang memiliki kepuasan konsumen terendah adalah desain kemasan yaitu sebesar 75.71%.

#### Harga

Harga akan berpengaruh terhadap pembelian konsumen karena disini konsumen akan membandingkan harga dari satu produk dengan produk yang lainnya. Tabel 6 akan memperlihatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap harga.

Tabel 6. Kepuasan Konsumen Rokupang Pada Variabel Harga

No	Indikator	S K O R					Jumlah	IKK (%)	Kriteria
		1 STP	2 TP	3 C	4 P	5 SP			
1	Harga jual produk	0	0	5	16	20	179.00	85.24	Sangat Puas
2	Kesesuaian harga dengan isi produk	0	0	10	18	14	172.00	81.90	Sangat Puas
3	Kesesuaian harga dengan cita rasa	0	0	4	16	22	186.00	88.57	Sangat Puas
Jumlah							537.00	259	
Rata-rata							179.00	86.00	Sangat Puas

Pada Tabel 6 menunjukkan hasil penelitian terhadap variabel harga sebesar 86 persen dengan kriteria sangat puas hal ini karena harga yang di tawarkan dari produk Rokupang termasuk pada harga yang terjangkau dengan memiliki citarasa yang enak dan isi produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. Kemudian indikator yang memiliki kepuasan konsumen tertinggi pada variabel harga adalah kesesuaian harga dengan cita rasa yaitu sebesar 88.57 persen dengan kriteria sangat puas. Hal ini karena harga yang di tawarkan murah dan rasa produk enak. Sedangkan indikator kepuasan konsumen yang terendah ada pada variabel kesesuaian harga dengan isi produk yaitu sebesar 81.90 persen. Hal ini karena pengunjung menyatakan harga sudah murah tetapi penataan produk yang kurang rapih.

**Tempat**

Tempat dimana kita dapat menjual suatu produk tempat juga sangat mempengaruhi konsumen untuk datang dan membeli produk oleh karena itu setiap usaha menginginkan usahanya berada di tempat yang strategis, mudah di jangkau sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk berkunjung dan berbelanja.

Tabel 7. Kepuasan Konsumen Rokupang Pada Variabel Tempat

Indikator	S k o r					Jumlah	IKK (%)	Kriteria
	1 STP	2 TP	3 C	4 P	5 SP			
1. Kemudahan menjangkau lokasi	0	0	9	22	11	170.00	80.95	Sangat Puas
2. Kebersihan ruangan	0	2	22	15	3	145.00	69.05	Cukup
3. Kenyamanan ruangan	0	1	19	20	2	146.00	69.52	Puas
4. Fasilitas parkir	0	1	15	19	7	158.00	75.24	Puas
Jumlah						619.00		
Rata-rata						154.75	74.00	Puas

Tabel 7 menunjukkan hasil penelitian dari variabel tempat, rata-rata tanggapan responden terhadap variabel tempat sebesar 74% artinya secara keseluruhan responden menyatakan puas dengan variabel tempat. Indikator kepuasan konsumen tertinggi pada variabel tempat adalah keterjangkauan lokasi yaitu sebesar 80.95%. Hal ini karena, usaha Rokupang memiliki lokasi yang strategis di tempat yang ramai dimana berdekatan dengan pusat perbelanjaan yang besar di Kota Manado seperti Transmart dan Freshmart juga dekat dengan area kampus.

Kemudian indikator kepuasan konsumen variabel tempat yang paling rendah adalah kebersihan ruangan sebesar 69.05% dimana responden merasakan ruangan yang kurang bersih pada tempat produk dijual.

Promosi

Upaya agar konsumen dapat mengenal suatu produk yang ditawarkan oleh pihak produsen

Tabel 8. Kepuasan Konsumen Rokupang Pada Variabel Promosi

No	Indikator	Skor						IKK (%)	Kriteria
		1 STP	2 TP	3 C	4 P	5 SP	Jumlah		
1	Iklan	0	17	20	5	0	114.00	54.29	Cukup
2	Promosi penjualan	0	0	8	19	15	175.00	83.33	Sangat Puas
Jumlah							289.00	137.62	
Rata-rata							144.50	68.81	Puas

Pada Tabel 8 menunjukkan hasil penelitian bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel promosi yaitu sebesar 68.81% dengan kriteria puas. Indikator kepuasan konsumen tertinggi pada promosi adalah promosi penjualan yaitu sebesar 83.33% dengan kriteria sangat puas hal ini karena responden merasa puas dengan promosi penjualan yang ditawarkan Rokupang dalam hal ini promosi penjualan dari produk, yang dilakukan oleh Rokupang adalah dengan pemberian diskon harga. Sedangkan, indikator kepuasan konsumen terendah pada variabel promosi adalah iklan yaitu sebesar 54.29% dengan kriteria cukup. Hal ini karena iklan yang dilakukan oleh pihak Rokupang hanya pada satu media sosial yaitu Instagram.

Pelayanan

Jika kualitas pelayanan di suatu usaha tinggi maka kepuasan pada pelanggan juga akan

semakin tinggi sehingga pelayanan tersebut dianggap berkualitas.

Hasil penelitian dari Tabel 9 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel pelayanan adalah sebesar 71% dengan kriteria puas. Hal ini menunjukkan bahwa responden rata-rata merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Rokupang. Dengan indikator kepuasan konsumen yang paling tinggi adalah kecepatan dalam penyajian yaitu sebesar 84.29% dengan kriteria puas. Ini karena makana atau produk yang di sediakan sudah setengah jadi dan karyawan tinggal menambahkan varian rasa yang kemudian di panggang atau di kukus. Indikator kepuasan konsumen paling rendah pada pelayanan adalah kerapihan dan penampilan dari karyawan yaitu sebesar 54.29% hal ini karena karyawan yang bekerja di Rokupang belum memiliki seragam.

Tabel 9. Kepuasan Konsumen Rokupang Pada Variabel Pelayanan

No	Indikator	S K O R					Jumlah	IKK (%)	Kriteria
		1	2	3	4	5			
		STP	TP	C	P	SP			
1.	Kecepatan Dalam penyajian	0	0	6	21	15	177.00	84.29	Sangat Puas
2.	Kerapihan dan penampilan karyawan	0	16	22	4	0	114.00	54.29	Cukup
3.	Keramahan & kesopanan karyawan	0	2	19	20	1	146.00	69.52	Puas
4.	Kemampuan Karyawan menjelaskan produk	0	0	14	24	4	158.0	72,24	Puas
Jumlah							595.00	283	
Rata-rata							148.75	71.00	puas

**Rekapitulasi**

**Kepuasan Konsumen Rokupang**

Penelitian di Rokupang mengukur 5 variabel terhadap 42 responden. Rekapitulasi total

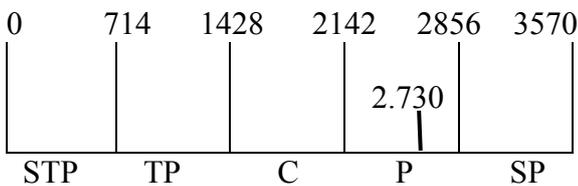
skor tingkat kepuasan konsumen dan interpretasi kepuasan konsumen Rokupang pada Tabel 10 dilihat dari variabel produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan.

Tabel 10. Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Rokupang dari Variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi, Pelayanan.

No.	Ket	Total skor	Tingkat kepuasan (%)	Interpretasi
1	Produk	690	85.0	Sangat Puas
2	Harga	537	86.00	Sangat Puas
3	Tempat	619	74.00	Puas
4	Promosi	289	68.81	Puas
5	Pelayanan	595	71.00	Puas
	Total	2.730	76.47	Puas

Jumlah skor ideal untuk semua pertanyaan adalah 3.570 (Sangat Puas), jumlah skor terendah 714 (Tidak Puas). berdasarkan data yang di peroleh dari 5 variabel dengan 17 indi-

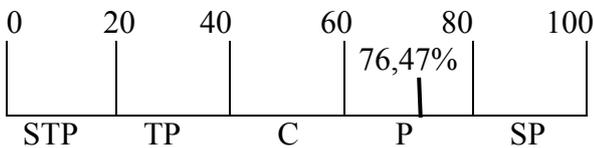
kator pertanyaan yang diberikan kepada 42 responden, maka di peroleh total skor sebanyak 2.730 dengan indeks kepuasan konsumen sebagai berikut:



Gambar 4. Kepuasan Konsumen Rokupang

Secara persentase tingkat kepuasan konsumen Rokupang sebagai berikut: Tingkat Kepuasan Konsumen =  $X \cdot 100\% = 76.47\%$

Dengan indeks kepuasan konsumen yaitu



Gambar 5. Kepuasan Konsumen Rokupang

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala likert, dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen Rokupang dari variabel produk, harga, promosi, tempat, pelayanan dari 0% sampai 100% angka indeks kepuasan konsumen berada diantara range 60% sampai 80% yaitu sebesar 76.47% artinya konsumen secara umum tergolong puas. Hal ini berarti Rokupang sudah mencapai kepuasan konsumen namun ada beberapa indikator yang harus di perhatikan atau di tingkatkan lagi agar nantinya usaha Rokupang dapat mencapai kepuasan yang lebih lagi. Dari pengambilan keseluruhan data yaitu ada 5 variabel yang merupakan penilaian dari konsumen seperti produk, harga, tempat, promosi, pelayanan. Dari penilaian 5 variabel tersebut yang memilikitingkat kepuasan konsumen yang pal-

ing tinggi ada pada variabel harga sebesar 86% hal ini berarti konsumen merasa puas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen Rokupang berdasarkan produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan secara umum pada kategori puas. Tingkat kepuasan konsumen Rokupang pada kategori sangat puas yaitu harga dan produk. Kategori puas yaitu tempat, promosi dan pelayanan.

### Saran

Bagi pemilik usaha diharapkan dapat berguna bagi pemilik dari usaha Rokupang. Memperbaiki kinerja promosi iklan, lebih memperluas jangkauan promosi iklan tidak hanya di satu social media saja. Meningkatkan kinerja tempat dan pelayanan seperti pada kinerja tempat untuk kebersihan dan kerapihan ruangan, kinerja penampilan karyawan seperti memakai seragam, keramahan dan kesopanan karyawan seperti memberikan senyuman. Menambah fasilitas ruangan seperti kipas angin dan tempat sampah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Umar,H.,2005.RisetPemasaran dan Perilaku-Konsumen Cetakan Keempat.Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.Jakarta.
- Wulandari, N., 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis / Manajemen Universitas Diponegoro.