

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DABU – DABU LEMONG BOULEVARD KARANGRIA

Herlina Anggie Tangkere
Joachim Noch Karel Dumais
Tommy Fredy Lolowang

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id : Kamis, 30 Januari 2020
Disetujui diterbitkan : Jumat, 29 Mei 2020

ABSTRACT

*The purpose of this study was to analyze the level of customer satisfaction with the services provided by the "Dabu-Dabu Lemong" restaurant. This research was conducted from December to February 2020. The data used in this study are primary data and secondary data. The sampling method in this study uses accidental sampling. Primary Data is data obtained through interviews and direct observations or observations. Interviews were conducted with management and customers. Questionnaires were distributed to customers as respondents. Secondary Data is the collection of data from other parties in the form of data obtained from various sources of linear study including books, internet, journals, and the results of previous research. Analysis of the data used is descriptive data analysis using a Likert scale. The results showed that the overall level of customer satisfaction with service at "Dabu-dabu Lemong" Boulevard Boulevard Karangria classified as very satisfied with the consumer satisfaction index figure of 80.9%.^{*epm*}*

Keywords: "Dabu-Dabu Lemong" restaurant, service, analysis of customer satisfaction levels

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Restoran "Dabu-Dabu Lemong". Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Desember sampai Februari 2020. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Metode Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan (*Accidental sampling*). Data Primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan langsung atau observasi. Wawancara dilakukan pada pihak manajemen dan pelanggan. Penyebaran kuesioner dilakukan pada para pelanggan sebagai responden sebanyak 60 orang. Data Sekunder adalah pengumpulan data ada pihak lain berupa data yang diperoleh dari berbagai sumber yaity studi literatur diantaranya buku – buku, internet, jurnal, dan hasil – hasil penelitian terdahulu. Analisis data yang digunakan merupakan analisis data deskriptif dengan menggunakan skala likert (*likert scale*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Restoran "Dabu-dabu Lemong" Boulevard Karangria tergolong sangat puas dengan angka indeks kepuasan konsumen 80,9%.^{*epm*}

Kata kunci: Restoran "Dabu-Dabu Lemong", pelayanan, analisis tingkat kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini, membuat semakin banyak juga kebutuhan manusia yang harus dipenuhi. Dalam kenyataannya, kebutuhan yang paling mendasar dalam diri manusia adalah kebutuhan akan

makan dan minum yang berfungsi sebagai keberlangsungan hidup manusia. Sehubungan dengan hal ini, salah satu usaha yang memiliki prospek yang baik adalah usaha Restoran. Keberadaan restoran sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi di luar rumah dengan gaya hidup yang cenderung dinamis.

Kota Manado merupakan salah satu kota yang banyak berdiri usaha dibidang kuliner seperti Restoran hal ini dikarenakan masyarakat Manado yang sangat terkenal dengan masyarakat yang hobi makan, hal inilah yang mengakibatkan bisnis kuliner tumbuh pesat di Kota Manado baik dari makanan pokok hingga makanan ringan. Sebagian masyarakat Kota Manado memilih makan di luar karena mereka mencari yang praktis, cepat, dan nyaman. Berkembangnya jumlah restoran di Kota Manado berdampak pada peningkatan persaingan bisnis yang ketat sesama restoran di Kota Manado. Hal ini mendorong pengusaha untuk membangun dan memperkuat usahanya agar tetap dipilih oleh konsumen. Setiap restoran berusaha memberikan menu-menu dan pelayanan terbaiknya agar mampu bersaing dengan restoran lain. Salah satu restoran yang berada pada persaingan tinggi antar bisnis restoran di Kota Manado adalah Restoran “Dabu – dabu Lemong” yang berlokasi di Boulevard Karangria. Dalam menghadapi persaingan, Restoran “Dabu – dabu Lemong” dituntut untuk dapat menerapkan strategi agar mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen memegang peranan yang sangat penting terhadap kesuksesan dan keberlangsungan sebuah restoran.

Pengertian Konsumen

Istilah konsumen ini berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consumenten*/konsumen (Belanda). Pengertian Konsumen adalah semua pihak yang menggunakan barang/jasa yang ada di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk dijual kembali. Secara harafiah arti kata *consumer* itu adalah (lawan dari produsen), Setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut, begitu pula kamus besar bahasa indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) Kepuasan Konsumen merupakan persepsi konsumen terhadap kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen & Minor 2002). Menurut Sumarwan (2004) kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Produk (*Product*)

Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Produk merupakan bentuk penawaran organisasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Tjiptono, 2007).

Harga (*Price*)

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga memperlihatkan kepada manajemen berbagai 37 biaya yang ditimbulkan pelanggan dalam memperoleh manfaat suatu produk (Lovelock & Wright 2005). Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan memengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Strategi bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis, seperti penetapan tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan (Tjiptono 2007).

Tempat (*Place*)

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap produk dan jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik (misalnya keputusan mengenai di mana restoran harus didirikan) (Tjiptono 2007). Unsur tempat berkaitan dengan lokasi, *prominence*, aksesibilitas, saluran distribusi, dan cakupan distribusi. Pada penelitian ini variabel atribut tempat yang diteliti adalah kestrategisan lokasi restoran.

Pelayanan (*Service*)

Menurut R. A. Supriyono (1999) pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Penelitian Terdahulu

Torey, JR (2016) Dengan Judul “Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Produk Kopi Dan Pelayanan Di Rumah Kopi Billy Cabang Megamas Manado”. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *accidental sampling*. Tujuan penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kopi dan pelayanan di Rumah Kopi Billy Cabang Megamas Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengukuran tingkat kepuasan konsumen di Rumah Kopi Billy Cabang Megamas Manado dari segi produk kopi dan pelayanan mencapai total skor pengambilan data sebesar 2.090 yang menunjukkan angka indeks.

Buton, M (2019) Dengan Judul “Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado”. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan sampel kebetulan *accidental sampling*. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Warunk Bendito di Kawasan Megamas Manado. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis Skala Likert menunjukkan bahwa indeks tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Warunk Bendito di kawasan megamas Manado berada pada titik 83,2% yang masuk kategori sangat puas.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Restoran “Dabu – Dabu Lemong”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Restoran “Dabu – Dabu Lemong”.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan sebagai informasi bagi pihak yang berkepentingan khususnya Restoran “Dabu – Dabu Lemong” dalam usaha pencapaian kepuasan konsumen terhadap pelayanan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Restoran “Dabu – dabu Lemong” Manado yang disingkat dengan DDL selama bulan Desember 2019 sampai dengan bulan Febuari 2020.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dalam hal ini pengunjung, dengan menggunakan kuesioner. Sedangkan, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan, sumber tertulis atau dokumen yang memiliki relevansi penelitian ini.

Populasi Dan Sampel

Metode Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Accidental sampling* yaitu diambil berdasarkan ketersediaan dan kemudahan untuk mendapatkannya. Dalam hal ini pelanggan yang menjadi responden adalah pelanggan yang sedang berada di Restoran Dabu – dabu Lemong dan bersedia mengisi kuesioner. Sebelum memberikan kuesioner, terlebih dahulu ditanyakan kesediaan pelanggan, selanjutnya pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner diberikan kuesioner mengenai pelayanan dari Restoran Dabu – dabu Lemong.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Karakteristik Respoden :
 - a. Jenis kelamin, yaitu perbedaan antara laki-laki dengan perempuan yang menjadi pelanggan atau responen di Restoran Dabu – dabu Lemong.

- b. Usia, yaitu umur seseorang yang menjadi pelanggan atau responden di Restoran Dabu – dabu Lemong.
 - c. Pekerjaan, yaitu adalah sesuatu yang dikerjakan untuk mendapatkan nafkah atau pencaharian yang menjadi pelanggan atau responden di Restoran Dabu – dabu Lemong.
 - d. Pendidikan, yaitu suatu usaha mengembangkan suatu kepribadian dan kemampuan di dalam dan diluar sekolah dan berlangsung seumur hidup yang menjadi pelanggan atau responden di Restoran Dabu – dabu Lemong.
 - e. Pendapatan, yaitu adalah semua penghasilan yang ddpad oleh keluarga baik berupa uang ataupun jasa yang menjadi pelanggan atau responden di Restoran Dabu – dabu Lemong.
2. Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan.
- a. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpecaya.
 - b. *Responsive*, yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
 - c. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas
 - d. *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan.
 - e. *Tangible*, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik, seperti gedung ruangan, peralatan dapur tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan merupakan analisis data deskriptif dengan menggunakan skala likert (*likert scale*) sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data}}{\text{Jumlah Skor Ideal}} \times 100 \%$$

Keterangan interpretasi skor :

- SP : Skor : 5 Angka < 36 % = Sangat Tidak Puas
- P : Skor : 4 Angka 36% - 52% = Tidak Puas
- CP : Skor : 3 Angka 53% - 68% = Cukup Puas
- TP : Skor : 2 Angka 69% - 84% = Puas
- STP : Skor : 1 Angka >86% = Sangat Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Restoran “Dabu-dabu Lemong” merupakan restoran milik keluarga. Asal mula nama Restoran “Dabu-dabu Lemong” berasal dari pelanggan yang datang makan akan diberikan banyak Lemong. Lokasi Restoran “Dabu-dabu Lemong” Berada di jln boulevard Karangria Kecamatan Tuminting. Letaknya sangat strategis karena dekat dengan Jalan utama yang dilalui berbagai alat transportasi dan suasana pemandangan di tepi laut yang bisa di nikmati siang, sore, dan malam hari sehingga dapat menjangkau para konsumen datang ke Restoran “Dabu-dabu Lemong”.

Restoran ini merupakan bentuk kemandirian dari Pendirinya karna sepasang suami-istri ini tidak mau bergantung dengan uang yang Orang Tua berikan. Restoran “Dabu-dabu Lemong” didirikan pada 18 November 2016 oleh sepasang suami – istri Bapak Paolo Manapo dan Ibu Melisa Bongkriwan. Restoran “Dabu – Dabu Lemong” pertama kali berdiri di Jln Boulevard Karangria Kecamatan Tuminting dan Baru – baru Ini Restoran “Dabu-dabu Lemong” membuka cabang yang baru pada tanggal 31 Oktober 2019 yang berlokasi di Kawasan Megamas Manado.

Keunggulan Produk

Keunggulan dari Restoran “Dabu-dabu Lemong” adalah kualitas dan mutu produk yang ditawarkan sangat murah dan soal rasa sangat terjamin. Restoran “Dabu-dabu Lemong” menyajikan produk yang masih *Always Fresh* dan harganya yang sangat murah ini yang membedakan Restoran “Dabu-dabu Lemong” dengan restoran yang lain. Produk makanan yang banyak diminati oleh konsumen yang datang di Restoran “Dabu-dabu Lemong” adalah ikan Goropa, Rahang Tuna, dan juga Woku serta dilengkapi juga dengan menu minuman diantaranya: Es Serut, *Squash*, *Juice*, *Blend*, *Coffe*, *Tea*, *Others*.

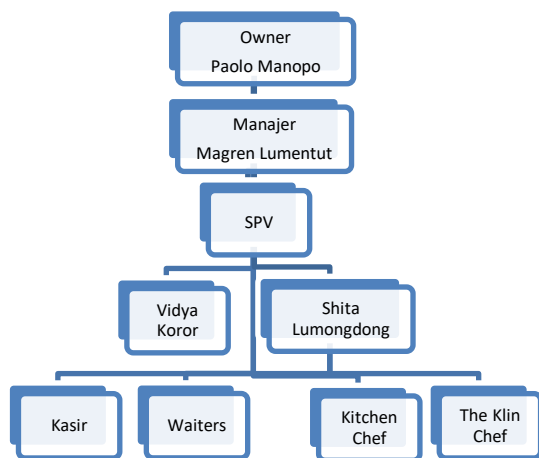
Cara Penyajian Produk

Mereka menyajikan makanan yang berasal dari ikan tawar dan seafood dengan menyajikan berbagai macam menu paket ataupun per-porsi diantaranya: Paket Cumi – Cumi (Bakar Rica, Goreng tepung, Cumi telur, Woku Tinta), Paket Udang (Bakar (windu), Goreng biasa, Goreng Tepung, Woku), Paket Dada Tuna, Paket Tude, Paket Rahang tuna, Paket Mujair, Ikan Goropa (porisi), Ikan Kakap (porisi). Restoran “Dabu-dabu Lemong” juga menyediakan menu Snack : pisang

gorocho, pisang sepatu, ubi, ubi goreng, perkedel milu, french fries, sayur : kangkung cah, kangkung cah bunga pepaya, pakis tumis, tauge cah, terong santan dan juga roti bakar, nasi goreng, dan nasi campur dan juga menu minuman diantaranya: es serut, squash, juice, blend, coffe, tea, others yang juga diambil dari bahan-bahan pertanian. dan keunggulan restoran “Dabu-dabu Lemong” adalah ikan yang Digunakan masih fresh dan pada saat dibakar lalu disajikan rasa ikannya sangat gurih dengan bumbu yang menyerap pada ikan.

Struktur Kepemimpinan

Restoran “Dabu-dabu Lemong” merupakan usaha dari sepasang suami – istri Bapak Paolo Manopo dan Ibu Melisa Bongkriwan yang mempercayakan pengelolaan Restoran Kepada Bapak Magren Lumentut (Manager) dan Supervisor 2 Orang Saudari Vidya Koror dan Saudari Shita Lumongdong yang membawahi 2 orang kasir dan 14 karyawan yang berada di dapur yang berada di tempat pembakaran 16 orang dan Waiters 18 Orang dan 2 Orang yang lagi training.



Sistem Pemesanan

Sistem Pemesanan Restoran “Dabu-dabu Lemong” dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung dengan Melakukan pesanan saat tiba di Restoran dan Secara tidak langsung dengan sistem reservasi melalui Telepon dan Aplikasi Gojek dan Grab.

Karakteristik Responden

Pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian ini diuraikan dalam beberapa karakteristik, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan dan pendapatan. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut :

Jenis Kelamin

Responden terbesar dalam penelitian ini adalah yang jenis kelamin perempuan yaitu mencakup 51,7% dari total responden. Sedangkan yang terkecil dalam responden yang berjenis kelamin laki – laki yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Jenis Kelamin Konsumen

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki – Laki	29	48.3
2	Perempuan	31	51.7
Total		60	100

Sumber : Diolah Dari Data Primer 2019

Usia

Responden terbesar dalam penelitian ini adalah yang berusia antara 15-25 tahun yaitu mencakup 33,3% dari total responden. Sedangkan yang terkecil dalam responden yang berusia 36-40 Tahun yang terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Usia Responden

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	17-25	20	33,3
2	26-35	15	25
3	36-40	13	21,7
4	41-55	5	8,3
5	>55	7	11,7
Total		60	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Pekerjaan

Responden terbesar dalam penelitian ini adalah yang Pekerjaan Karyawan (swasta/negri) yaitu mencakup 58,3% dari total responden. Sedangkan yang terkecil dalam responden yang perkerjaan Ibu Rumah Tangga yang terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	6	10
2	Pelajar/Mahasiswa	10	16.7
3	Karyawan(swasta/negeri)	35	58.3
4	Wirausaha	9	15
Total		60	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Pendidikan

Responden terbesar dalam penelitian ini adalah yang berpendidikan SMA/SMK yaitu mencakup 51,7% dari total responden. Sedangkan yang terkecil dalam responden yang berpendidikan SD/SMP yang terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD/SMP	1	1,6
2	SMA/SMK	31	51,7
3	S1/S2/S3	25	41,7
4	DIPLOMA	3	5
Total		60	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Pendapatan

Responden terbesar dalam penelitian ini adalah yang berpendapatan 2.000.000/5.000.000 yaitu mencakup 50% dari total responden. Sedangkan yang terkecil dalam responden yang berpendapatan 1.000.000/2.000.000 yang terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1.000.000	6	10
2	1.000.000/2.000.000	5	8,3
3	2.000.000/5.000.000	30	50
4	5.000.000/10.000.000	10	16,7
5	10.000.000/15.000.000	9	15
Total		60	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Kehandalan (*Reliability*)

Variabel *Reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan. Penelitian ini menggunakan 2 indikator pertanyaan *Reliability* untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap pelayanan dilihat dari dimensi keandalan. Tabel 6 menunjukkan bahwa hasil perhitungan yang paling banyak menjawab puas mengenai kecepatan dalam penyajian makanan dan minuman yang dipesan yang paling banyak 48 orang (80%) dan yang menjawab tidak puas sebanyak 3 orang (5%).

Tabel 6. Tingkat Kepuasan Konsumen Mengenai Kecepatan penyajian makanan dan minuman yang dipesan

Jawaban	Skor	Jumlah responden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	8	13,3	40
Puas	4	48	80	192
Cukup Puas	3	1	1,7	3
Tidak Puas	2	3	5	6
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	241

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 7 menunjukkan bahwa hasil perhitungan yang paling banyak menjawab puas mengenai karyawan dapat memberikan informasi yang akurat sebanyak 50 orang (83,3%) dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 orang (1,7%).

Tabel 7. Tingkat Kepuasan Konsumen Mengenai Karyawan dapat memberikan informasi yang akurat

Jawaban	Skor	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	9	15	45
Puas	4	50	83,3	200
Cukup Puas	3	-	-	-
Tidak Puas	2	1	1,7	2
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	247

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 8 menunjukkan bahwa dari seluruh indikator tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari Indikator karyawan dapat memberikan informasi yang akurat dilihat dari dimensi *Reliability* (Keandalan) terletak pada angka 82,3%.

Tabel 8. Rekapitulasi total skor dilihat dari dimensi *Reliability* (Keandalan)

No	Pertanyaan	Total Skor	Kepuasan Konsumen (%)	Interpretasi
1	Kecepatan penyajian makanan dan minuman yang dipesan	241	80,3	Puas
2	Karyawan dapat memberikan informasi yang akurat	247	82,3	Puas
Total		488	81,3	Puas

Sumber : Data primer diolah, 2019

Responsive (Tanggapan)

Variabel *Responsive* yaitu kemampuan karyawan untuk membantu konsumen untuk menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan 2 indikator pertanyaan *Responsive* untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dilihat dari dimensi *Responsive* (Tanggapan).

Tabel 9 menunjukkan hasil perhitungan yang paling banyak menjawab puas mengenai pelayanan diberikan dengan cepat yang paling banyak 46 orang (76,6%) dan yang menjawab tidak puas sebanyak 4 orang (6,7%).

Tabel 9. Tingkat Kepuasan Konsumen Mengenai Pelayanan yang diberikan dengan Cepat.

Jawaban	Skor	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	10	16,7	50
Puas	4	46	76,6	184
Cukup Puas	3	-	-	-
Tidak Puas	2	4	6,7	8
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	242

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 10 menunjukkan bahwa responden yang terbanyak menjawab puas mengenai keramahan dan kesopanan karyawan terhadap konsumen berkisar pada 47 orang (78,3%) dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 orang (1,7%).

Tabel 10. Tingkat Kepuasan Konsumen Mengenai Keramahan dan Kesopanan Karyawan terhadap Konsumen

Jawaban	Skor	Jumlah Respoden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	10	16,7	50
Puas	4	47	78,3	188
Cukup Puas	3	2	3,3	6
Tidak Puas	2	1	1,7	2
Sangat Tidak Puas	1	-	-	0
Jumlah		60	100	246

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 11 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari indikator keramahan dan kesopanan karyawan terhadap konsumen dilihat dari dimensi *Responsive* (Daya Tanggap) terletak pada angka 82%.

Tabel 11. Rekapitulasi total skor Dilihat dari Dimensi *Responsive* (Tanggapan)

No	Pertanyaan	Skor Total	Kepuasan Konsumen (%)	Interpretasi
1	Pelayanan Diberikan Dengan Cepat	242	80,6	Puas
2	Keramahan dan Kesopanan Karyawan terhadap Konsumen	246	82	Puas
Total		488	81,3	Puas

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tangible (Fasilitas)

Variabel *Tangible* merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan alat-alat komunikasi. Penelitian ini menggunakan 3 indikator pertanyaan *Tangible* untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dilihat dari dimensi *Tangible* (Fasilitas).

Tabel 12 menunjukkan hasil perhitungan yang paling banyak menjawab puas mengenai kebersihan dan kenyamanan dalam ruangan/peralatan yang paling banyak 51 orang (85%) dan yang menjawab cukup puas sebanyak 3 orang (5%).

Tabel 12. Tingkat Kepuasan Konsumen Mengenai Kebersihan dan Kenyamanan Dalam Ruangan/ Peralatan

Jawaban	Skor	Jumlah Respoden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	6	10	30
Puas	4	51	85	204
Cukup Puas	3	3	5	9
Tidak Puas	2	-	-	-
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	243

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 13 menunjukkan hasil perhitungan yang paling banyak menjawab puas mengenai ketersediaan sarana parkir yang paling banyak 53 orang (78,3%) dan yang menjawab cukup puas sebanyak 2 orang (3,33%).

Tabel 13. Tingkat kepuasan konsumen mengenai Ketersediaan Sarana Parkir

Jawaban	Skor	Jumlah Respoden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	5	8,33	25
Puas	4	53	88,33	212
Cukup Puas	3	2	3,33	6
Tidak Puas	2	-	-	-
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	243

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 14 menunjukkan bahwa kerapihan atau kesesuaian para karyawan yang paling banyak berkisar pada 51 orang (85%) dan yang menjawab tidak puas sebanyak 4 orang (6,7%).

Tabel 14. Tingkat Kepuasan Konsumen mengenai Kerapihan atau Kesesuaian Para Karyawan Secara Umum

Jawaban	Skor	Jumlah Respoden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	5	8,3	25
Puas	4	51	85	204
Cukup Puas	3	4	6,7	12
Tidak Puas	2	-	-	-
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	241

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 15 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari Indikator ketersediaan sarana parkir dilihat dari dimensi *Tangible* (Fasilitas) terletak pada angka 81%.

Tabel 15. Rekapitulasi total skor dilihat dari dimensi Tangible (Fasilitas)

No	Pertanyaan	Skor Total	Kepuasan Konsumen (%)	Interpretasi
1	Kebersihan dan kenyamanan dalam ruangan/peralatan	243	81	Puas
2	Ketersediaan Sarana Parkir	243	81	Puas
3	Kerapihan dan kesesuaian para karyawan	241	80,3	Puas
Total		727	80,7	Puas

Sumber : Data primer diolah, 2019

Jaminan (Assurance)

Variabel Assurance (Kepastian), diartikan sebagai pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri. Penelitian ini menggunakan 2 indikator pertanyaan Assurance untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dilihat dari dimensi Assurance (Kepastian).

Tabel 16 menunjukkan hasil perhitungan yang paling banyak menjawab puas mengenai pelayanan karyawan yang dapat memberikan informasi yang akurat sebanyak 53 orang (88,33%) dan yang menjawab cukup puas sebanyak 2 orang (3,33%).

Tabel 16. Tingkat Kepuasan Konsumen Mengenai Cita rasa makanan

Jawaban	Skor	Jumlah Respoden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	5	8,33	25
Puas	4	53	88,33	212
Cukup Puas	3	2	3,33	6
Tidak Puas	2	-	-	-
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	243

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 17 menunjukkan hasil perhitungan yang paling banyak menjawab puas mengenai perhatian dalam memberikan pelayanan yang paling banyak 54 orang (90%) dan yang menjawab cukup puas sebanyak 2 orang (3,3%).

Tabel 17. Tingkat Kepuasan Konsumen Mengenai Perhatian dan dalam Memberikan Pelayanan

Jawaban	Skor	Jumlah Respoden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	4	6,7	20
Puas	4	54	90	216
Cukup Puas	3	2	3,3	6
Tidak Puas	2	-	-	-
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	242

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 18 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari Indikator Cita rasa makanan dilihat dari dimensi Assurance (Jaminan) terletak pada angka 81%.

Tabel 18. Rekapitulasi Total Skor Dilihat dari Dimensi Assurance (Kepastian)

No	Pertanyaan	Skor Total	Kepuasan Konsumen (%)	Interpretasi
1	Cita rasa makanan	243	81	Puas
2	Perhatian Dalam memberikan Pelayanan	242	80,6	Puas
Total		485	80,8 %	Puas

Sumber Data primer diolah, 2019

Empati (Emphaty)

Variabel Emphaty, berarti bahwa karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen. Penelitian ini menggunakan 1 indikator pertanyaan Emphaty untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dilihat dari dimensi Emphaty (Simpati).

Tabel 19 menunjukkan hasil perhitungan yang paling banyak menjawab puas mengenai karyawan memahami kebutuhan konsumen yang menjawab paling banyak 54 orang (90%) dan yang menjawab cukup puas sebanyak 2 orang (3,3%).

Tabel 19. Tingkat kepuasan Konsumen Mengenai Karyawan Memahami Kebutuhan Konsumen

Jawaban	Skor	Jumlah Respoden	Persentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	4	6,7	20
Puas	4	53	88,3	212
Cukup Puas	3	2	3,3	6
Tidak Puas	2	1	1,7	2
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
Jumlah		60	100	240

Sumber : Data primer diolah, 2019

Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Uji Skala Likert

Respoden yang telah menjadi pelanggan di Restoran “Dabu – Dabu Lemong” tentunya mempunyai harapan mengenai bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Restoran DDL. Penulis membagi pertanyaan kedalam lima dimensi jasa yaitu, Reliability (kehandalan), Responsive (tanggapan), Tangible (fasilitas), Assurance (kepastian), dan Emphaty (simpati).

Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran “Dabu – Dabu Lemong”

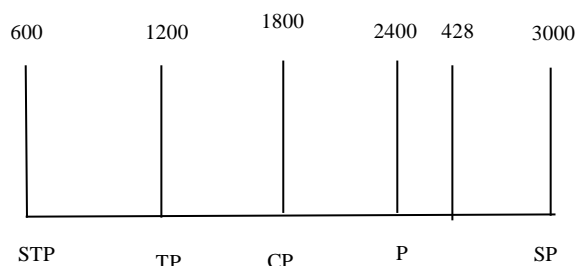
Indikator pelayan karyawan dapat memberikan informasi yang akurat memiliki nilai tertinggi dibandingkan indikator yang lainnya ada pelayanan Restoran “Dabu-dabu Lemong” yaitu sebesar 82%. Untuk indikator karyawan memahami kebutuhan konsumen memiliki tingkat kepuasan terendah dibandingkan dengan dengan indikator yang lainnya, yaitu sebesar 80%. Dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Rekapitulasi jumlah skor pengambilan data indeks kepuasan konsumen dan interpretasi terhadap pelayanan Restoran “Dabu-dabu Lemong”

No	Pertanyaan	Total Skor	Indeks Kepuasan Konsumen (%)	Interpretasi
<i>Reliability/Keandalan</i>				
1	Kecepatan Penyajian makanan dan minuman yang dipesan	241	80,3	Puas
2	Karyawan dapat memberikan informasi yang akurat	247	82,3	Puas
<i>Responsive/Tanggapan</i>				
3	Pelayanan yang diberikan dengan cepat	242	80,6	Puas
4	Keramahan dan Kesopanan Karyawan terhadap konsumen	246	82	Puas
<i>Tangible/Fasilitas</i>				
5	Kebersihan dan kenyamanan ruangan/peralatan	243	81	Puas
6	Ketersediaan sarana parker	243	81	Puas
7	Kerapihan dan kesesuaian para karyawan	241	80,3	Puas
<i>Assurance/Kepastian</i>				
8	Cita rasa makanan	243	81	Puas
9	Perhatian Dalam memberikan pelayanan	242	80,6	Puas
<i>Emphaty/Simpaty</i>				
10	Karyawan memahami kebutuhan konsumen	240	80	Puas
Total		2428	80,9	Puas

Sumber : Data primer diolah, 2019

Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pertanyaan = 3000 (Sangat Puas), Jumlah skor terendah = (Tidak Puas). Berdasarkan data yang dihimpun dari 10 pertanyaan yang diajukan kepada 60 responden, Maka diperoleh total skor 2428 dengan indeks tanggapan konsumen sebagai berikut :

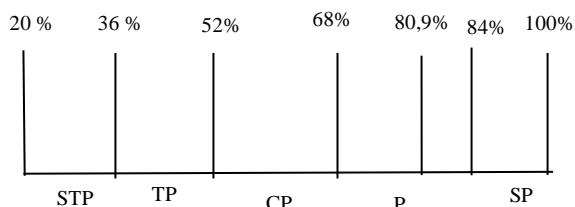


Gambar 1. Indeks Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Data secara persentase

Indeks tingkat kepuasan terletak pada:

$$\text{Kepuasan Konsumen} = \frac{2428}{3000} \times 100 \% = 80,9\%$$

Dengan indeks Tingkat Kepuasan Konsumen Yaitu:



Gambar 2. Indeks Perilaku Konsumen (Persentase)

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala likert, maka dapat diketahui bahwa indeks tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Restoran Dabu – dabu Lemong Manado pada titik 80,9 % termasuk dalam kategori sangat puas. Sebanyak 10 indikator pertanyaan tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Restoran Dabu – dabu Lemong Manado dilihat dari dimensi *Reliability*, *Responsive*, *Tangible*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Dari 5 variabel tersebut, diketahui bahwa variabel *Responsive* memiliki persentase kepuasan konsumen yang paling tinggi, yaitu 82%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap indikator *Responsive* terutama mengenai keramahan dan kesopanan karyawan terhadap konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Restoran Dabu – dabu Lemong Manado tergolong puas dengan angka indeks kepuasan konsumen 80,9%. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran Dabu – dabu Lemong dilihat dari 5 Variabel diketahui bahwa variabel Responsive memiliki persentase kepuasan konsumen yang paling tinggi, yaitu 82%.

Saran

Berdasarkan hasil dari variabel *emphaty*, Restoran “Dabu – Dabu Lemong” perlu melakukan perbaikan atau peningkatan kinerja pada indikator karyawan memahami kebutuhan konsumen. Perbaikan yang mendasar terhadap pelayanan yang diberikan adalah pelayanan memahami kebutuhan pelanggan dan pelayan tanggap dalam penanganan keluhan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari variabel *reliability*, *responsive*, *tangible* dan *assurance* Untuk indikator – indikator pelayanan sebaiknya pihak manajemen Restoran “Dabu – Dabu Lemong” mempertahankan serta meningkatkan kinerjanya, agar dapat semakin kompetitif dalam dunia persaingan restoran. Hal ini dikarenakan persepsi dan harapan pelanggan dapat berubah-ubah seiring dengan perubahan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Buton, M. 2019. Annaisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap pelayanan Di Warunk Bendito Dikawasan Megamas. jurnal. Agri-Sosiekonomi Vol. 15. No. 1. Unsrat Manado.
- Kotler P, Amstrong G. 2008. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks-Gramedia.
- Lovelock C.H. dan Wright L.K. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. Widyantoro A, penerjemah: PT. Indeks. Terjemahan dari: Principles of Service Marketing and Management. Jakarta.
- Mowen J.C. dan Minor M. 2002. Perilaku Konsumen. Lina S, penerjemah; Erlangga, Jakarta.
- Sumarwan U. 2004. Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran: Ghalia Indonesia. Bogor.
- Supriyono, R.A. 1999. Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, BPFEUGM, Yogyakarta.
- Tjiptono F. 2007. Pemasaran Jasa: Bayumedia Publishing. Malang.
- Torey, J. 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap produk dan pelayanan Di Rumah Kopi Billy di Cabang Megamas Manado. Jurnal. Agri-Sosiekonomi Vol. 12. No. 3A. Unsrat Manado.