

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN “BAKSO SOLO” DI KOTA MANADO

LEVEL OF CONSUMER SATISFACATION TOWARDS SERVICE AT “BAKSO SOLO” IN MANADO CITY

Jessy Jane Manasye Mantiri ⁽¹⁾, Melsje Yellie Memah ⁽²⁾, Grace Adonia Josefina Rumagit ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: 16031104202@student.unsrat.ac.id

| | | |
|--|---|------------------------|
| Naskah diterima melalui Website Jurnal Ilmiah agrisosioekonomi@unsrat.ac.id | : | Kamis, 28 Januari 2021 |
| Disetujui diterbitkan | : | Jumat, 28 Mei 2021 |

ABSTRACT

This study aims to determine the level of customer satisfaction with the service "Bakso Solo". This research was conducted from January to March 2020. The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data were obtained through direct interviews with 44 respondents using a questionnaire. The data collection method was carried out using accidental sampling techniques. Data collection regarding customer satisfaction is carried out using a Likert scale measurement. Secondary data obtained from these efforts which are related to this research. The results showed that, the level of consumer satisfaction of the restaurant "Bakso Solo" in the city of Manado was 78.64% or consumers were in the "Satisfied" category.

Keywords: satisfaction; service; solo meatball

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan “Bakso Solo”. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai Maret 2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada 44 responden dengan menggunakan kuesioner. Metode pengambilan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan (*accidental sampling*). Pengumpulan data menyangkut kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan pengukuran skala likert. Data sekunder diperoleh dari usaha tersebut yang terkait dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Makan “Bakso Solo” di Kota Manado adalah sebesar 78,64% atau konsumen berada pada kategori “Puas”.

Kata kunci : Kepuasan, Pelayanan, Bakso Solo

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, membuat para pelaku bisnis di tuntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam menjalankan bisnis adanya persaingan memang bukan hal yang baru. Semakin banyaknya perusahaan bersaing dalam suatu usaha atau bisnis akan mempertinggi tingkat persaingan yang terjadi. Strategi pemasaran yang akan diterapkan di lapangan harus bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi, serta dapat terus berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen.

Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitikberatkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah semakin berkembangnya teknologi saat ini seringkali dikaitkan dengan perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Perubahan tersebut terjadi dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya. Perubahan yang terjadi ditandai dengan kemajuan teknologi, pola pikir masyarakat yang berkembang, dan gaya hidup yang tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Kesibukan masyarakat terhadap pekerjaan yang banyak menyita waktu sehingga, mereka tidak lagi sempat untuk menyiapkan makanan dirumah. Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi diberbagai belahan dunia (Norton, 2006).

Bagi perusahaan, salah satu kunci mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, berfokus kepada kepuasan konsumen adalah penting. Konsumen yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika

perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga (Kotler, 2009).

(Tjiptono, 2008) menyatakan bahwa kepuasan konsumen berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas konsumen, meningkatkannya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Manfaat yang didapat jika kepuasan dapat tercapai adalah hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis sehingga konsumen melakukan pembelian ulang dan mendorong terciptanya loyalitas konsumen, reputasi perusahaan menjadi lebih baik dimata konsumen, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan dan laba perusahaan akan semakin meningkat (Nasution, 2001).

Pesatnya pertumbuhan industri jasa makanan dan minuman memicu tumbuhnya berbagai macam usaha salah satunya adalah usaha bakso. Dengan semakin banyaknya usaha bakso yang ada di kota manado maka menimbulkan persaingan tersendiri antara usaha bakso tersebut. Bakso merupakan makanan manado yang memiliki rasa yang enak. Masyarakat yang ada di manado sangat suka sekali makan bakso khususnya di kalangan anak muda. Bakso dikenal dengan bentuknya yang bulat yang dibuat menggunakan daging. Rasa bakso sendiri dikenal memiliki rasa yang lezat dan juga nikmat. Cara penyajiannya selalu dihidangkan bersamaan tahu, maupun mie dengan siraman kuah panas yang ditaburkan dengan daun seledri ataupun bawang goreng.

Untuk menambah kenikmatan rasa ketika menyantapnya sering di tambahkan pula cabai, kecap maupun saus. Membayangkan rasanya saja, tentu lidah anda akan berkucur. Usaha bakso adalah lahan bisnis yang cukup menjanjikan dan memberikan profit yang banyak. Keberhasilan sebuah usaha bakso dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen.

Ada beberapa usaha bakso di kota Manado yang memiliki potensi yang cukup besar. Salah satunya adalah Usaha Bakso Solo. Bakso memiliki akar dari seni kuliner Tionghoa Indonesia. Hal ini ditunjukkan dari istilah ‘bakso’ berasal dari kata Bak-So, dalam Bahasa Hokkien yang secara harfiah berarti ‘daging giling’. Bakso Solo terbuat dari daging sapi, berwarna abu abu dan bentuknya bulat sekali. Bakso Solo adalah masakan bakso dan disajikan dengan khas Jawa.

Perkembangan pesat di manado mendorong munculnya usaha-usaha baru kreatif dan inovatif. Perekonomian memberi dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini.

Kini hadirilah Rumah Makan Bakso Solo yang didirikan pada tahun 2012 dan Rumah Makan tersebut menjadi tempat bersama relasi-relasi bisnis atau dengan keluarga. Rumah makan Bakso Solo menyediakan berbagai jenis minuman dengan memberikan pelayanan yang maksimal bagi pengunjung.

Rumah Makan Bakso Solo juga memiliki lokasi yang mudah di temukan, Rumah Makan tersebut berada di tempat yang nyaman, sejuk dan tidak bising. Disamping itu banyaknya usaha yang bermunculan dan berdekatan dengan Rumah Makan Bakso Solo sehingga berdampak pada persaingan yang ketat baik sejenis maupun tidak sejenis. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang di lakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan profit.

Rumah Makan Bakso Solo membuka cabang di Kota Manado yang terletak di Jl. Laksada John Lie Wenang Selatan Kawasan Megamas, Wenang Utara, Wenang, Manado, Tomohon, Jl. Sario, Lippo Piazza Kairagi dan Pall Dua.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan “Bakso Solo” di Kota Manado.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan “Bakso Solo” di Kota Manado.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi atau mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan.
2. Bagi Pemilik Usaha “Bakso Solo”, diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam menentukan kualitas pelayanan dalam peningkatan usaha.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan selama 3 bulan yaitu Januari sampai Maret 2020 dari persiapan hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Tempat penelitian dilaksanakan di Jl. Laksada John Lie Wenang Selatan Kawasan Megamas, Wenang utara, Wenang, Manado.

Jenis dan Sumber Data

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data ini diperoleh secara langsung dari konsumen “Bakso Solo” melalui wawancara secara langsung dengan responden dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat bantu pengumpulan data, yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data yang diambil langsung dari Rumah Makan “Bakso Solo”.

Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling* atau mewawancarai langsung kepada konsumen “Bakso Solo”. Wawancara di lakukan kepada konsumen yang memesan menu makanan dan minuman. Penyebaran kuisisioner di laksanakan selama tujuh hari pada saat siang sampai malam hari.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang berkunjung di Rm. Bakso Solo Kota Manado. Sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*.

Konsep Pengukuran Variabel

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

1. Karakteristik Responden
 - a. Umur (tahun)
 - b. Jenis Kelamin (Laki-laki/ Perempuan)
 - c. Pekerjaan (profesi responden pada saat wawancara dilaksanakan)
 - d. Frekuensi berkunjung (Banyaknya kunjungan yang telah dilakukan responden sampai saat diwawancara).
2. Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan
 - a. Variabel Kehandalan (*Reability*)
 1. Kemampuan pengolahan menu makanan/minuman.
 2. Kecekatan dalam menangani kebutuhan konsumen.
 3. Keakuratan perhitungan administrasi.
 4. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan tingkat pengetahuan yang sesuai dengan uraian kerjanya.
 5. Kecermatan karyawan : melayani konsumen.
 6. Memiliki standar pelayanan yang jelas.
 - b. Variabel Daya Tanggap
 1. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang di hadapi.
 2. Karyawan dapat menyelesaikan masalah konsumen dengan cepat.
 3. Karyawan secara terbuka merespon saran dan kritikan dari konsumen.
 4. Keluagan karyawan.
 5. Kesigapan karyawan : inisiatif karyawan terhadap kebutuhan konsumennya.
 6. Keterlambatan karyawan : inisiatif dalam melayani keluhan konsumennya.
- c. Variabel Jaminan
 1. Pengetahuan dan penjelasan karyawan terhadap menu : pengetahuan mengenai menu, mulai dari bahan-bahan sampai pada prosesnya.
 2. Pemberian informasi yang jelas kepada konsumen
 3. Kecerdasan : pengenalan produk yang masih tersedia oleh karyawan.
 4. Keamanan dan kenyamanan
 5. Kesopanan : keramahan, perhatian dan sikap karyawan.
 6. Ketidakhawatiran konsumen.
- d. Variabel Empati
 1. Kemudahan mendapat informasi produk.
 2. Karyawan melayani tidak dengan diskriminatif atau membedakan konsumen.
 3. Mendahulukan kepentingan konsumen.
 4. Durasi waktu buka rumah makan : waktu operasional rumah makan bakso solo.
 5. Ketanggapan karyawan ketika konsumen mengeluh terhadap pelayanan.
 6. Pemahaman dari konsumen : usaha karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.
- e. Variabel Bukti Fisik
 1. Kenyamanan dalam rumah makan.
 2. Kestrategisan akses ke lokasi rumah makan.
 3. Ketersediaan sarana parkir: luas.
 4. Kebersihan rumah makan : kotoran/debu di meja, kursi serta kepekaan pihak rumah makan terhadap kebersihan.
 5. Penampilan karyawan : kesopanan dalam berpakaian,keseragaman karyawan.
 6. Ketersediaan fasilitas : jumlah fasilitas yang tersedia.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Analisis deskriptif merupakan metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat mengenai masalah-masalah yang ada dalam masyarakat, tata cara yang berlaku, serta situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

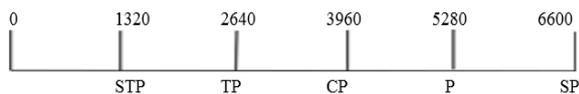
Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah menggunakan pengukuran skala likert. Skala likert (*likert scale*) adalah teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Dengan menggunakan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Data yang telah terkumpul kemudian dilakukan skala pengukuran dan pemberian skor, yaitu 1 sampai 5. Untuk setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang dibagikan dalam 5 kategori yakni:

- a. Sangat Puas (SP) diberi skor 5
- b. Puas (P) diberi skor 4
- c. Cukup Puas (CP) diberi skor 3
- d. Tidak Puas (TP) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Puas (STP) diberi skor 1

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

Jadi: $S5 = 5 \times 44 = 220$
 $S4 = 4 \times 44 = 176$
 $S3 = 3 \times 44 = 132$
 $S2 = 2 \times 44 = 88$
 $S1 = 1 \times 44 = 44$

Jumlah skor ideal untuk setiap pernyataan (skor tertinggi) = 220, jumlah skor terendah = 44. Dengan interpretasi nilai:



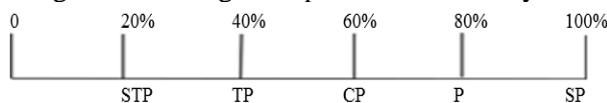
Gambar 2. Skala nilai berdasarkan data

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Indeks kepuasan konsumen adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapatan 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 tingkat kepuasan konsumen yaitu:



Gambar 3. Skala Presentase Tingkat Kepuasan Konsumen

Keterangan : kriteria interpretasi skor

- Angka 0% - 20% = Sangat Tidak Puas
- Angka 21% - 40% = Tidak Puas
- Angka 41% - 60% = Cukup Puas
- Angka 61% - 80% = Puas
- Angka 81% - 100% = Sangat Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Rumah Makan Bakso Solo

Rumah Makan Bakso Solo didirikan pada tahun 2002 di Manado yang berlokasi Di Kawasan Megamas Manado, jam operasional Rumah Makan tersebut yaitu jam 14.00-23.00 WITA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan responden terhadap pelayanan. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis (kuesioner) kepada 44 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode accidental sampling atau mewawancarai langsung kepada konsumen.

Bakso memiliki akar dari seni kuliner Tionghoa-Indonesia. Hal ini ditunjukkan dari istilah 'bakso' berasal dari kata Bak-So, dalam Bahasa Hokkien yang secara harfiah berarti 'daging giling'. Karena kebanyakan penduduk Indonesia adalah muslim, maka bakso lebih umum terbuat dari daging halal seperti daging sapi, ikan, atau ayam. Kini, kebanyakan penjual bakso adalah orang Jawa dari Wonogiri dan Malang.

Rumah makan ini dikenal dengan baksonya yang mempunyai berbagai macam bakso yaitu, bakso tenes, bakso urat, bakso rusuk, bakso puyuh, bakso puyuh rusuk, bakso urat rusuk, bakso tenes rusuk, dan Bakso Solo juga menyediakan berbagai macam minuman yaitu, jeruk peras, jeruk biasa, teh manis, teh tawar, teh botol, dan ada juga es pisang ijo, es alpukat garuk, es teller, es kacang brenebon susu.

Rumah makan Bakso Solo mempunyai 13 karyawan yang terdiri dari 6 perempuan dan 7 laki-laki, karyawan rumah makan tersebut bisa dikatakan ramah, karena cara penyambutan konsumennya sangat baik. Rumah makan bakso solo mempunyai suasana yang nyaman dengan kondisi dekorasi ruangan yang sederhana.

Lokasi Rumah Makan Bakso Solo di Kawasan Megamas ini dapat dikatakan strategis karena berada dekat dengan tempat perbelanjaan toko-toko baju yang dapat dilalui banyak masyarakat. Oleh karena itu, dengan lokasi strategis sehingga dapat menjangkau para konsumen datang ke Rumah Makan Bakso Solo serta dapat mendukung kelancaran Rumah Makan tersebut.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah profil terhadap obyek penelitian yang dapat memberikan hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen Bakso Solo. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 44 responden selama 7 hari pada bulan februari akhir. Karakteristik umum tentang responden yang diuraikan dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan dan frekuensi berkunjung.

Usia Responden

Usia merupakan satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. Umur berhubungan dengan usia kerja, kekuatan fisik dan kecerdasan intelektual maupaun emosional. Tingkatan usia menunjukkan pengaruh yang besar terhadap keputusan konsumen dalam memilih suatu produk. Pada Tabel 1 berikut dapat dijelaskan tentang sebaran usia responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia (Tahun) | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------------|--------------|----------------|----------------|
| 1 | 15-25 | 33 | 75,00 |
| 2 | 26-30 | 4 | 9,09 |
| 3 | 31-35 | 2 | 4,54 |
| 4 | 36-40 | 1 | 2,28 |
| 5 | 41-50 | 4 | 9,09 |
| Total | | 44 | 100 |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa usia responden yang paling banyak berusia 15-25 tahun yaitu sebanyak 33 orang dengan persentase sebanyak 75,00%. Hal ini disebabkan karena, Rumah Makan Bakso Solo berfokus pada kaum milenial. Menurut Ali dan Purwandi (2017), Milenial adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Yang termasuk dalam Generasi Millennial adalah generasi muda yang berumur 15- 35 tahun.

Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir. Berikut penjelasan Tabel 2 tentang sebaran jenis kelamin responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------------|---------------|----------------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 20 | 45,45 |
| 2 | Perempuan | 24 | 54,55 |
| Total | | 44 | 100 |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebaran jenis kelamin yang paling banyak adalah perempuan sebanyak 24 orang (54,55%). Hal ini disebabkan karena, konsumen perempuan lebih menyukai hal-hal baru, yang sesuai dengan selera konsumen. Sedangkan laki-laki sebanyak 20 orang (45,45%). Hal ini disebabkan karena mereka lebih menyukai makanan pokok dan dapat membuat kenyang. Kebutuhan yang berbeda antara laki-laki dan perempuan mengakibatkan perbedaan dalam tingkah laku pembelian dan jenis produk yang dibeli.

Pekerjaan Responden

Pekerjaan adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh manusia. Dalam arti sempit, istilah pekerjaan digunakan untuk suatu tugas atau kerja yang menghasilkan uang bagi seseorang. Pada Tabel 3 berikut dapat dijelaskan tentang sebaran pekerjaan responden.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No | Pekerjaan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------------|------------------|----------------|----------------|
| 1 | Mahasiswa/i | 16 | 36,37 |
| 2 | Wiraswasta | 2 | 4,55 |
| 3 | Ibu rumah tangga | 4 | 9,09 |
| 4 | Pelajar | 4 | 9,09 |
| 5 | Kary.Swasta | 13 | 29,54 |
| 6 | PNS | 5 | 11,36 |
| Total | | 44 | 100 |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah dengan jumlah 16 orang dengan persentase 36,37%. Hal ini disebabkan karena, usaha ini berada ditempat yang strategis, dekat dengan perbelanjaan besar di Manado contohnya mtc dan megamall, serta gaya hidup mahasiswa yang gemar berkumpul dan makan. Sedangkan responden yang terendah adalah sebanyak 2 orang dengan persentase 4,55%. Pekerjaan yang dilakukan oleh konsumen sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Frekuensi Berkunjung Responden

Mengetahui seberapa banyak konsumen yang datang untuk membeli produk Bakso Solo. Berikut penjelasan Tabel 4 tentang sebaran frekuensi kunjungan.

Tabel 4. Frekuensi Kunjungan Konsumen Bakso Solo

| No | Kunjungan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------------|-----------|----------------|----------------|
| 1 | >4kali | 6 | 13,63 |
| 2 | >3kali | 10 | 22,73 |
| 3 | >2kali | 14 | 31,82 |
| 4 | 3kali | 1 | 2,28 |
| 5 | 2kali | 13 | 29,54 |
| Total | | 44 | 100 |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan responden yang paling sering berkunjung untuk membeli bako solo sebanyak 14 orang dengan frekuensi kunjungan lebih dari 2 kali dengan persentase 31,82%. Hal tersebut dikarenakan, penyajiannya cepat dan rasanya yang enak sehingga konsumen tertarik untuk membeli berulang kali bakso tersebut. Sedangkan yang jarang berkunjung untuk membeli bakso tersebut sebanyak 1 orang dengan frekuensi kunjungan responden 3 kali dan persentase 2,28%. Responden yang sudah lebih dari satu kali mengunjungi bakso tersebut menyatakan rasa bakso yang enak.

Analisis Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah Suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Kepuasan konsumen merupakan kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Mengukur tingkat kepuasan konsumen ada 5 kategori yaitu Sangat Puas (SP), Puas (P), Cukup Puas (CP), Tidak Puas (TP) dan Sangat Tidak Puas (STP). Tingkat kepuasan konsumen yang akan diukur pada bakso solo adalah kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.

Variabel Kehandalan

Kehandalan adalah kualitas yang berhubungan dengan kemungkinan sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan pada waktu dan kondisi tertentu. Pada Tabel 5 berikut dapat dijelaskan tentang sebaran kepuasan konsumen Bakso Solo terhadap variabel kehandalan.

Tabel 5. Sebaran Kepuasan Konsumen Bakso Solo Terhadap Variabel Kehandalan

| No | Variabel | Skor | | | | | Jumlah | Skala Presentasi 0% | Kriteria |
|------------------|---|---------|--------|--------|-------|-----------------|---------------|---------------------|--------------------|
| | | 1 (STP) | 2 (TP) | 3 (CP) | 4 (P) | 5 (SP) | | | |
| 1 | Kemampuan pengolahan menu makanan dan minuman | 0 | 0 | 0 | 44 | 0 | 176 | 80 | Sangat Puas |
| 2 | Kecekatan karyawan menangani kebutuhan konsumen | 0 | 0 | 1 | 42 | 1 | 176 | 80 | Sangat Puas |
| 3 | Keakuratan kasir | 0 | 0 | 1 | 42 | 1 | 176 | 80 | Sangat Puas |
| 4 | Perhatian Karyawan | 0 | 0 | 0 | 44 | 0 | 176 | 80 | Sangat Puas |
| 5 | Pemberian struck secara akurat | 0 | 0 | 0 | 1 | 43 | 219 | 99,55 | Sangat Puas |
| 6 | Kecepatan penyajian makanan | 0 | 0 | 3 | 41 | 0 | 173 | 78,64 | Puas |
| Jumlah | | | | | | 1.096,00 | 498,19 | | |
| Rata-Rata | | | | | | 182,66 | 83,02 | | Sangat Puas |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 5 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan bakso solo adalah 83,02% dengan kriteria sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan kapuasan dari pelayanan tersebut. Citarasa merupakan salah satu faktor keberhasilan usaha yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, pihak Bakso Solo harus menjaga dan meningkatkan cita rasa yang ditawarkan.

Daya tanggap adalah respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan. Pada Tabel 6 berikut dapat dijelaskan tentang sebaran kepuasan konsumen Bakso Solo terhadap variabel daya tanggap.

Tabel 6. Sebaran Kepuasan Konsumen Bakso Solo Terhadap Variabel Daya Tanggap

| | | Skor | | | | | Jumlah | Skala Presentasi 0% | Kriteria |
|------------------|--|---------|--------|--------|-------|-----------------|---------------|---------------------|-------------|
| No | Variabel | 1 (STP) | 2 (TP) | 3 (CP) | 4 (P) | 5 (SP) | | | |
| 1 | Tidak terlalu lama dalam mengantri makanan | 0 | 0 | 1 | 42 | 1 | 176,00 | 80,00 | Sangat Puas |
| 2 | Tidak terlalu lama menerima menu makanan | 0 | 0 | 4 | 40 | 0 | 172,00 | 78,19 | Puas |
| 3 | Karyawan tidak membiarkan konsumen berdiri terlalu lama | 0 | 0 | 0 | 44 | 0 | 176,00 | 80,00 | Sangat Puas |
| 4 | Karyawan memiliki waktu luang ketika konsumen memerlukan sesuatu | 0 | 0 | 2 | 40 | 1 | 173,00 | 78,64 | Sangat Puas |
| 5 | Kesanggupan karyawan terhadap konsumen ketika konsumen mengomplein | 0 | 1 | 3 | 40 | 1 | 174,00 | 80,00 | Puas |
| 6 | Keterlambatan karyawan dalam menangani keluhan | 0 | 0 | 3 | 40 | 1 | 174,00 | 79,10 | Puas |
| Jumlah | | | | | | 1.047,00 | 475,93 | | |
| Rata-Rata | | | | | | 174,50 | 79,31 | | Puas |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 6 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan bakso solo adalah 79,31% dengan kriteria puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan kepuasan dari pelayanan tersebut.

Variabel Jaminan

Jaminan adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian, dan kesopanan member pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Tabel 7. Kepuasan Konsumen Bakso Solo Terhadap Variabel Jaminan

| | | Skor | | | | | Jumlah | Skala Presentasi 0% | Kriteria |
|------------------|---|---------|--------|--------|-------|-----------------|---------------|---------------------|-------------|
| No | Variabel | 1 (STP) | 2 (TP) | 3 (CP) | 4 (P) | 5 (SP) | | | |
| 1 | Karyawan memiliki pengetahuan terhadap menu makanan | 0 | 0 | 2 | 42 | 0 | 174,00 | 79,10 | Puas |
| 2 | Kebersihan rumah makan | 0 | 2 | 10 | 32 | 0 | 162,00 | 73,64 | Puas |
| 3 | Cita rasa bakso solo selalu sama | 1 | 5 | 25 | 12 | 1 | 139,00 | 63,19 | Puas |
| 4 | Kenyamanan rumah makan | 0 | 0 | 2 | 41 | 1 | 175,00 | 79,55 | Puas |
| 5 | Kesopanan karyawan | 0 | 0 | 0 | 44 | 0 | 176,00 | 80,00 | Sangat Puas |
| 6 | Kekhawatiran konsumen terhadap rumah makan | 0 | 0 | 0 | 43 | 1 | 177,00 | 80,46 | Sangat Puas |
| Jumlah | | | | | | 1.003,00 | 455,94 | | |
| Rata-Rata | | | | | | 167,16 | 75,98 | | Puas |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 7 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan bakso solo adalah 75,98% dengan kriteria puas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah yang menganggap sangat puas mengenai kecepatan pelayanan dalam melayani.

Variabel Empati

Empati adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kebutuhan pelanggannya. Pada Tabel 8 berikut dapat dijelaskan tentang sebaran kepuasan konsumen Bakso Solo terhadap variabel empati.

Tabel 8. Kepuasan Konsumen Bakso Solo Terhadap Variabel Empati

| | | Skor | | | | | Jumlah | Skala Presentasi 0% | Kriteria |
|------------------|--|---------|--------|--------|-------|-----------------|---------------|---------------------|-------------|
| No | Variabel | 1 (STP) | 2 (TP) | 3 (CP) | 4 (P) | 5 (SP) | | | |
| 1 | Perhatian secara individual | 0 | 0 | 4 | 39 | 1 | 173,00 | 78,64 | Puas |
| 2 | Kesungguhan karyawan dalam merespon konsumen | 0 | 0 | 1 | 43 | 0 | 175,00 | 79,55 | Puas |
| 3 | Karyawan memberikan pelayanan yang sama | 0 | 0 | 2 | 42 | 0 | 174,00 | 79,10 | Puas |
| 4 | Jam oprasional rumah makan | 0 | 0 | 5 | 39 | 0 | 171,00 | 77,73 | Puas |
| 5 | Tanggapan karyawan ketika konsumen mengeluh | 0 | 0 | 0 | 44 | 0 | 176,00 | 80,00 | Sangat Puas |
| 6 | Karyawan memberikan masukan atau pengertian ketika ada masalah | 0 | 0 | 2 | 42 | 0 | 174,00 | 79,10 | Puas |
| Jumlah | | | | | | 1.043,00 | 474,12 | | Puas |
| Rata-Rata | | | | | | 173,83 | 79,01 | | |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 8 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan bakso solo adalah 79,01% dengan kriteria puas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah yang menganggap puas mengenai sikap ramah karyawan terhadap konsumen.

Variabel Bukti Fisik

Bukti fisik adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan. Pada Tabel 9 berikut dapat dijelaskan tentang sebaran kepuasan konsumen Bakso Solo terhadap variabel empati.

Tabel 9. Sebaran Kepuasan Konsumen Bakso Solo Terhadap Variabel Empati

| | | Skor | | | | | Jumlah | Skala Presentasi 0% | Kriteria |
|------------------|-------------------------------|---------|--------|--------|-------|-----------------|---------------|---------------------|-------------|
| No | Variabel | 1 (STP) | 2 (TP) | 3 (CP) | 4 (P) | 5 (SP) | | | |
| 1 | Kenyamanan rumah makan | 0 | 0 | 2 | 40 | 2 | 176,00 | 80,00 | Sangat Puas |
| 2 | Lokasi rumah makan | 1 | 2 | 11 | 29 | 2 | 163,00 | 74,10 | Puas |
| 3 | Suasana rumah makan | 0 | 4 | 24 | 15 | 0 | 141,00 | 64,10 | Puas |
| 4 | Fasilitas | 0 | 0 | 0 | 44 | 0 | 176,00 | 78,64 | Puas |
| 5 | Karyawan berpenampilan bersih | 0 | 0 | 3 | 41 | 0 | 173,00 | 78,64 | Puas |
| 6 | Kelengkapan peralatan | 0 | 0 | 4 | 40 | 0 | 172,00 | 78,10 | Puas |
| Jumlah | | | | | | 1.001,00 | 453,67 | | |
| Rata-Rata | | | | | | 166,83 | 75,83 | | Puas |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Tabel 9 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan Bakso Solo adalah 75,83% dengan kriteria puas. Artinya konsumen puas mengenai kebersihan dalam ruangan Rumah Makan Bakso Solo.

Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Bakso Solo Dari Variabel Pelayanan, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik

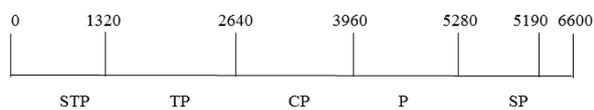
Penelitian ini mengukur kepuasan konsumen Bakso Solo dengan 5 variabel terhadap 44 responden. Berikut Tabel rekapitulasi kepuasan konsumen Bakso Solo dari variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.

Tabel 10. Rekapitulasi Total Skor Kepuasan Konsumen dan Interpretasi

| No | Variabel | Total Skor | Indeks Kepuasan (%) | Interpretasi |
|----|--------------|------------|---------------------|--------------|
| 1 | Kehandalan | 1.096 | 83,02 | Sangat Puas |
| 2 | Daya Tanggap | 1.047 | 79,31 | Puas |
| 3 | Jaminan | 1.003 | 75,98 | Puas |
| 4 | Empati | 1.043 | 79,01 | Puas |
| 5 | Bukti Fisik | 1.001 | 75,83 | Puas |

Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Jumlah skor ideal untuk semua pertanyaan adalah 6600 (Sangat Puas), jumlah skor terendah adalah 1320 (Sangat Tidak Puas). Berdasarkan data yang diperoleh dari 30 pertanyaan yang diberikan kepada 44 responden, maka diperoleh total skor 5190, dengan indeks kepuasan konsumen pengunjung sebagai berikut.



Gambar 4. Skala Kepuasan Konsumen Bakso Solo Berdasarkan Data

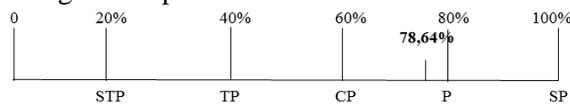
Keterangan :

- Angka 0 - 1320 = STP (Sangat Tidak Puas)
- Angka 1321 – 2640 = TP (Tidak Puas)
- Angka 2641 – 396 = CP (Cukup Puas)
- Angka 3961 – 5280 = P (Puas)
- Angka 5281 – 6600 = SP (Sangat Puas)

Secara persentase, kepuasan Bakso Solo adalah sebagai berikut:

$$TKK = \frac{5190}{6600} \times 100\% = 78,64\%$$

Dengan interpretasi nilai:



Gambar 5. Skala Kepuasan Konsumen Bakso Solo Berdasarkan Persentase

Keterangan : kriteria interpretasi nilai

- Angka 0% - 20% = Sangat Tidak Puas
- Angka 21% - 40% = Tidak Puas
- Angka 41% - 60% = Cukup Puas
- Angka 61% - 80% = Puas
- Angka 81% - 100% = Sangat Puas

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala likert, maka dapat diketahui bahwa angka indeks tingkat kepuasan konsumen Bakso Solo dari variabel tersebut sebesar 78,64% artinya konsumen secara umum tergolong puas.

Pengambilan data keseluruhan terdapat 5 variabel yang dinilai oleh konsumen Bakso Solo yaitu dari variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Dari 5 variabel tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap seluruh indikator produk yang disajikan oleh pihak Bakso Solo.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Rumah Makan “Bakso Solo” di Kota Manado adalah sebesar 78,64% atau konsumen berada pada kategori “Puas”.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu Rumah Makan Bakso Solo harus dapat mempertahankan kepuasan konsumen terhadap pelayanan dilihat dari 5 jasa pelayanan yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik yang selama ini dinilai baik oleh konsumen, dan dapat ditingkatkan agar bisa mencapai kategori yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler. 2009. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No.30 Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi.
- Nasution. 2001. Kepuasan Konsumen Terhadap Produk dan Layanan Makanan Restoran “Student Corner”. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal. Vol. 17 No. 1, Mei 2008.
- Norton. 2006. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining: Studi Kasus XYZ. Universitas Sriwijaya. Jurnal Generic. Vol. 6 No. 1, Januari 2011.
- Tjiptono. 2008. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. Jurnal Fisip. Volume 4 No. 2 Oktober 2017.