

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN LUMBUNG KAWANUA MANADO

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACATION LEVEL AT LUMBUNG KAWANUA RESTAURANT MANADO

Agus Saputra Sitepu⁽¹⁾, **Joachim Noch Karel Dumais**⁽²⁾, **Noortje Marsellanie Benu**⁽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: agussitepu034@student.unsrat.ac.id

Naskah diterima melalui Website Jurnal Ilmiah agrisosioekonomi@unsrat.ac.id : Selasa, 13 April 2021
Disetujui diterbitkan : Jumat, 28 Mei 2021

ABSTRACT

The objective of this research is to measure the level of customer satisfaction at Lumbung Kawanua restaurant in terms of product, price, place, promotion and service aspects. This research was conducted from September to October 2020, using primary and secondary data with accidental sampling method technique and 40 respondents. The analytical method used is descriptive data analysis which describes the level of customer satisfaction of Lumbung Kawanua Restaurant Manado, to measure the level of customer satisfaction at the Lumbung Kawanua restaurant in Manado, a Likert scale is used. The research results showed that the index score of customer satisfaction perceptions of the Level of Customer Satisfaction at Lumbung Kawanua Restaurant in Manado was 86.5% and was classified as very satisfied.

Keywords: satisfacation level; consumer; restaurant

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen restoran Lumbung Kawanua dilihat dari aspek *product, price, place, promotion* dan *service*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai Oktober 2020, menggunakan data primer dan sekunder dengan teknik pengambilan sampel metode *accidental sampling* dan responden sebanyak 40 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif yang menggambarkan Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado. Untuk mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado, di gunakan Skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa angka indeks persepsi kepuasan konsumen terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado adalah sebesar 86.5% yang tergolong sangat puas (SP).

Kata kunci: tingkat kepuasan; konsumen; restoran

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Restoran merupakan bidang usaha yang menuntut penekanan pada kualitas pelayanan tinggi dan perbaikan kualitas secara berkesinambungan. Mengingat bahwa terjadi perubahan gaya hidup konsumen dan budaya makan diluar menjadi sangat umum dilakukan, maka konsumen menginginkan pengalaman rasa yang enak, suasana yang nyaman dan pengalaman yang menyenangkan selama dalam proses mengkonsumsi jasa kuliner. Sektor kuliner tidak hanya mengedepankan aspek makanan dan minuman yang disajikan, tetapi proses dan tahapan penyajian serta suasana pelayanan juga ikut memberikan kontribusi bagi terciptanya kepuasan konsumen (Novrianto, 2016).

Kepuasan konsumen merupakan indikator utama dari standart suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen dapat dicapai melalui hasil kinerja yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jika konsumen merasa puas terhadap semua indikator maka secara tidak langsung akan mempromosikan produk tersebut kepada orang-orang terdekat. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dan membandingkannya dengan perusahaan lain yang sejenis, juga membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan (Dianto, 2013). Konsumen saat ini sangat nyaman dalam menentukan kemana akan menjatuhkan pilihan tempat makan. Hampir di setiap jalan tersedia pilihan alternatif kuliner, mulai dari yang kelas kaki lima, warung-warung makan, restoran hingga tempat-tempat lain yang selain menjual cita rasa masakan, juga menawarkan kenyamanan lebih yang terkadang harus dibayar dengan lebih mahal oleh konsumen. Kombinasi antara kualitas menu dan suasana lokasi di tempat makan, merupakan perpaduan yang banyak dicari oleh konsumen saat ini. Hal ini dikarenakan budaya untuk makan diluar rumah,

selain menjadi kebutuhan pangan yang pokok, namun momentum ini sering dijadikan pula sebagai sarana melepas keletihan dan untuk menyegarkan pikiran. Memandang lingkungan yang berbeda, sejuk, nyaman, dipercaya oleh konsumen dapat menambah kenikmatan dalam menyantap hidangan makanan. Tak heran saat ini banyak tempat kuliner juga melengkapi tempat usahanya dengan fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggannya, seperti meja kursi yang nyaman, toilet yang bersih dan wangi, hotspot gratis, layar TV proyektor sebagai hiburan sambil menunggu makanan dihidangkan, tempat parkir yang lapang dan aman, sarana bermain anak- anak, dan lain sebagainya. Yang penting juga adalah kualitas pelayanan personil restoran itu sendiri. Merekalah yang pertama kali berinteraksi dengan pelanggan, mulai dari penyambutan, mencatat pesanan, mengolah masakan, mengantarkan makanan, hingga kepada membersihkan meja yang dapat memuaskan konsumen.

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 "Lambung Kawanua" yang berlokasi di Jl.W.Z. Johannes, Bumi Nyiur Kec. Wanea, Kota Manado.

Restoranan Lungbung Kawanua ini menyajikan makanan yang berasal dari bahan utama yaitu ikan, ayam dan masakan khas Manado dengan menghasilkan produk makanan seperti ikan cakalang yang dibakar, ikan asin, ayam bakar rica, ayam kampung bakar, dan lain-lain. Restoran Lungbung Kawanua juga menyediakan makan perpaket yang dilengkapi,

sayur kangkung dan nasih putih dan disempurnakan dengan bumbu-bumbu yang diambil dari bahan- bahan pertanian. Dalam menghadapi persaingan, Restoran “Lumbung Kawanua” dituntut untuk dapat menerapkan strategi agar mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Saat ini perhatian restoran terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen telah semakin besar. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak restoran yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk atau jasa adalah tujuan utama restoran tersebut. Pemenuhan kepuasan konsumen sangatlah penting di karenakan konsumen merupakan salah satu factor keberhasilan suatu restoran. Jika restoran tidak jeli dalam mempelajari sikap konsumen maka produk dari suatu restoran tidak akan bertahan lama di hadapan konsumen dan akan tersaingi oleh restoran lain.

Untuk mempertahankan pelanggan, restoran Lumbung Kawanua harus terlibat langsung dalam pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Hal ini harus mendapat perhatian dengan tidak melupakan upaya mendapatkan pelanggan yang baru. Dengan terciptanya kepuasan terhadap pelayanan, kenyamanan, fasilitas yang ada dalam restoran akan membawa beberapa manfaat diantaranya adalah terciptanya komunikasi mulut ke mulut yang positif terhadap restoran maupun terciptanya kesetiaan konsumen terhadap pembelian produk terhadap restoran tersebut (Hardyasar,2017).

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Lumbung Kawanua dilihat dari aspek *product, price, place, promotion* dan *service*?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen di Restoran Lumbung Kawanua dilihat dari aspek *product, price, place, promotion* dan *service*.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini nantinya yaitu:

1. Bagi peneliti, sebagai sarana penambah wawasan serta pengetahuan tentang indeks kepuasan konsumen, mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga suatu usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.
2. Bagi peneliti lain, dapat dijadikan sebagai sarana referensi untuk melakukan penelitian lanjutan atau penelitian yang lebih mendalam pada bidang yang sama.
3. Bagi Restoran, dapat dijadikan sebagai informasi serta bahan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang akan digunakan dalam peningkatan kualitas demi mencapai dan meningkatkan kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Restoran “Lumbung Kawanua” yang berlokasi di Jl.W.Z. Johanes, Bumi Nyiur Kec. Wanea, Kota Manado. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan lokasi penelitian secara sengaja dengan mempertimbangkan aspek-aspek tertentu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2020 sampai bulan Oktober 2020.

Metode Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data dari hasil wawancara dengan karyawan dan hasil pengisian kuesioner oleh konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado. Data Sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal penelitian dan literatur- literatur yang berkaitan dengan pembahasan permasalahan yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental sampling* yaitu penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di Restoran Lumbung Kawanua Manado dapat digunakan sebagai sampel. Peneliti akan melakukan pengambilan sampel pada saat restoran buka hingga tutup dari pukul 08.00 - 21.00 dan memilih siapa saja yang ditemui dilokasi penelitian dan bersedia untuk dijadikan sebagai responden. Responden ini adalah konsumen yang bersedia untuk diwawancarai dengan kuesioner. Responden yang akan diambil sebanyak 40 responden karena konsumen yang mampir ke restoran Lumbung Kawanua kurang dari 20 orang per harinya. Responden yang dipilih adalah konsumen yang pada saat itu sedang berada di Restoran Lumbung Kawanua Manado.

Dalam menghitung jumlah sampel digunakan rumus Slovin, rumus slovin adalah sebuah rumus atau formula yang biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar sehingga di perlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi. Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Berdasarkan rumus Slovin diatas, maka apabila Restoran Lumbung Kawanua Manado mempunyai 50 orang dalam sebuah populasi dan margin of eror yang ditetapkan adalah 5% atau 0,05. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{50}{1 + 50 (0,05^2)} = 40$$

Konsep Pengukuran Variabel

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

1. Karakteristik Responden
 - a. Nama
 - b. Umur (tahun)
 - c. Jenis Kelamin
 - d. Pekerjaan
 - e. Pendapatan per bulan
2. Mengukur tingkat kepuasan konsumen yang diberikan oleh pihak rumah makan, adapun variabel-variabel yang diukur sebagai berikut:

- a. *Product* (Produk), berkaitan dengan kualitas dan kuantitas produk yang ditawarkan produsen. Indikator-indikatornya sebagai berikut:
 - a) Kebersihan dalam penyajian.
 - b) Cita rasa produk.
 - c) Tampilan fisik produk.
- b. *Price* (Harga), berkaitan dengan jumlah uang yang dikeluarkankonsumen untuk memperoleh suatu product. Indikator-indikatornya sebagai berikut:
 - a) Harga produk yang ditawarkan.
 - b) Kesesuaian harga dengan rasa produk yang disajikan.
- c. *Place* (Tempat), berkaitan dengan fasilitas yang disediakan produsen. Indikator-indikatornya sebagai berikut:
 - a) Kemudahan tempat untuk dapat dijangkau oleh konsumen.
 - b) Tersedianya halaman parkir.
 - c) Kenyamanan yang ditawarkan oleh Lumbung Kawanua.
 - d) Kesan terhadap tampilan di Lumbung Kawanua.
 - e) Kebersihan ruangan.
 - f) Tersedianya fasilitas internet (*wi-fi*).
- d. *Promotion* (Promosi), indikator-indikatornya sebagai berikut:
 - a) Pengiklanan yang dilakukan Restoran Lumbung Kawanua Manado.
 - b) Hubungan karyawan dan konsumen dalam mempromosikan produk.
- e. *Service* (Pelayanan), berkaitan dengan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Indikator-indikatornya sebagai berikut:
 - a) Penampilan fisik (*tangible*) yaitu penampilan fisik dari karyawan.
 - b) Keandalan jasa pelayanan (*reliability*), yaitu kecepatan dalam menyajikan product yang dipesan.
 - c) Daya tanggap yaitu kesigapan pihak restoran dalam menanggapi keluhan dari pelanggan (*responsiveness*).

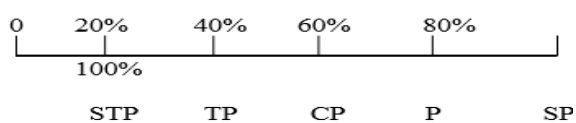
- d) Keyakinan (*assurance*), yaitu pengetahuan karyawan terhadap product yang dijual.
- e) Empati yaitu keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen (*emphaty*).

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan merupakan analisis deskriptif yang dianalisis dengan menggunakan skala pengukuran sikap Likert Scale (Riduwan dalam Torey, 2016).

$$\text{Tingkat kepuasan konsumen} = \frac{\text{Jumlah skor pengumpulan data}}{\text{Jumlah skor ideal}} = \times 100\%$$

Dengan indeks tingkat kepuasan yaitu:



Gambar 1. 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

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Restoran Lumbung Kawanua Manado pertama kali di buka pada 16 Mei 2017, sehingga di bulan Mei 2020 Restoran Lumbung Kawanua Manado merayakan ulang tahun yang ketiga. Sebelum adanya Restoran Lumbung Kawanua Manado, Restoran yang sama telah lebih dulu ada di kota Balik Papan. Konsep yang di tawarkan dari restoran adalah menjajikan masakan dan makanan khas Manado. Pada area restoran dapat di temui beberapa jenis tanaman berupa tumbuhan bunga yang menambah suasana asri di seputaran restoran.

Karakteristik Responden

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 40 responden diambil dari para konsumen restoran Lumbung Kawanua

Manado. Penyajian data mengenai identitas responden disini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Adapun gambaran tentang responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini di klarifikasikan berdasarkan umur, pendidikan terakhir, jenis kelamin, pekerjaan utama dan pendapatan perbulan. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing – masing klasifikasi responden.

Umur Responden

Restoran Lumbung Kawanua merupakan salah satu restoran di Manado yang menyediakan berbagai macam hidangan menu. Dengan banyaknya pengunjung Restoran Lumbung Kawanua, maka konsumen yang ada didalamnya bervariasi berdasarkan umur. Umur seringkali menjadi penentu atas tindakan atau keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut:

No.	Umur (tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	17 – 25	9	22,5%
2.	26 – 34	19	47,5%
3.	35 – 42	11	27,5%
4.	> 43	1	2,5%
Jumlah		40	100%

Sumber: diolah dari data primer.

Tabel 1 dapat di ketahui bahwa responden terbanyak adalah usia antara 26 – 34 tahun yaitu sebanyak 19 orang atau 47,5 %, diikuti denganusia responden 35 -42 tahun sebanyak 11 orang atau 27,5 %. Usia responden 17 – 25 tahun sebanyak 9 orang atau 22,5 %, dan usia responden > 43 tahun sebanyak 1 orang atau 2,5 %. Hal ini dikarenakan usia tersebut pada umumnya seseorang dalam usia produktif atau bekerja dan memiliki keinginan untuk menikmati kuliner sekelas restoran baik untuk kepuasan diri sendiri, rekreasi keluarga, atau untuk menjamu kerabat dan rekan kerja. Sedangkan untuk responden berusia > 43 tahun yaitu hanya 1 orang atau 2,5% dengan status karyawan. Rata-rata responden memiliki kepentingan rapat atau sekedar menikmati sajian makanan dan mengabadikan momen bersama teman-teman dan keluarga.

Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin tentunya sangat mempengaruhi seseorang dalam memilih atau membeli suatu produk. Jumlah responden menurut jenis kelamin disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	23	57,5%
Perempuan	17	42,5%
Jumlah	40	100,00

Sumber: diolah dari data primer.

Tabel 2 dapat kita ketahui responden terbanyak adalah laki- laki sebanyak 23 orang dengan presentase 57,5%, sedangkan responden perempuan adalah 17 orang dengan presentase 42,5%. Hal ini sangat menunjukkan bahwa laki-laki lebih konsumtif dan mudah tertarik untuk mencoba kuliner bahkan berekreasi mengajak keluarga daripada perempuan.

Pekerjaan Responden

Pekerjaan seringkali mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan. Selain itu pekerjaan pada umumnya juga mencerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk. Tabulasi responden mengenai pekerjaan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	3	7,5%
PNS	11	27,5%
Swasta	18	45%
Lainnya	8	20%
Jumlah	40	100%

Sumber: diolah dari data primer.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pekerjaan sebagian besar responden adalah swasta yaitu sebanyak 18 orang atau 45%, diikuti oleh responden yang bekerja sebagai PNS yaitu sebanyak 11 orang atau 27,5% kemudian lainnya sebanyak 8 orang atau 20%, dan dengan status pelajar/mahasiswa sebanyak 3 orang atau 7,5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Lumbung Kawanua adalah swasta dan PNS. Dua golongan tersebut merupakan konsumen potensial pada jenis usaha kuliner.

Pendapatan/Bulan Responden

Tabel disajikan mengenai responden berdasarkan tingkat penghasilan. Tingkat penghasilan juga mencerminkan kemampuan seseorang dalam memilih produk dan jasa.

Tabel 4. Pendapatan/ Bulan Responden

Tingkat Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden	Persentase
<1.000.000	3	7,5%
1.000.000-2.000.000	2	5%
3.000.000-4.000.000	19	47,5%
>4.000.000	16	40%
Jumlah	40	100%

Sumber: diolah dari data primer.

Tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat penghasilan terbanyak adalah 3.000.000 – 4.000.000 sebanyak 19 orang atau 47,5%, diikuti tingkat penghasilan > 4.000.000 sebanyak 16 orang atau 40%, kemudian tingkat penghasilan < 1.000.000 sebanyak 3 orang atau 7,5%, dan tingkat penghasilan 1.000.000 – 2.000.000 sebanyak 2 orang atau 5%. Tingkat penghasilan responden sangat dipengaruhi oleh jenis pekerjaan responden.

Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado

Mengukur tingkat kepuasan konsumen sangat dibutuhkan oleh pihak yang terkait dalam hal ini Restoran Lumbung Kawanua Manado tujuannya agar dapat mengetahui kelebihan maupun kekurangan dari restoran tersebut agar restoran dapat maju dan mendapat keuntungan yang besar. Dalam hal ini tingkat kepuasan konsumen yang diukur adalah menggunakan 5 Aspek yakni: *product, price, place, promotion* dan *Service*. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen restoran Lumbung Kawanua Manado yaitu sebanyak 40 responden terdiri dari 17 perempuan dan 23 laki-laki, yang rata-rata berusia antara 20-60 Tahun. Dengan tingkat pekerjaan pelajar/mahasiswa 3 orang, PNS 11 orang, swasta 18 orang, lainnya 8 orang.

Produk (*product*)

Produk meliputi apa saja yang ditawarkan di Restoran Lumbung Kawanua Manado. Pengukuran kepuasan konsumen dilihat dari kualitas produk adalah untuk jenis usaha yang dikelola Restoran Lumbung Kawanua Manado.

Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Dari Segi Pernyataan Produk

Pernyataan mengenai produk yang ditawarkan dilihat dari total skor, indeks kepuasan konsumen dan interpretasi

Tabel 5. Rekapitulasi Total Skor Tingkat Kepuasan Konsumen Dari Segi Produk

No.	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan Konsumen	Interpretasi
1.	Kebersihan dalam penyajian produk	182	91%	sangat puas (SP)
2.	Cita rasa produk	163	81%	sangat puas (SP)
3.	Tampilan fisik produk	161	81%	sangat puas (SP)
Jumlah		506	84,3%	sangat puas (SP)

Sumber: diolah dari data primer

Tabel 5 dapat dilihat bahwa pernyataan tertinggi adalah kebersihan dalam penyajian produk dimana kebersihan dalam penyajian produk menyangkut kualitasnya, cita rasa produk baik, tampilan fisik produk dapat membuat konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado tertarik terhadap produk yang ditawarkan dan interpretasi 3 pernyataan produk tergolong Sangat Puas (SP).

Harga (Price)

Pengukuran kepuasan konsumen Harga yang ada di Restoran Lumbung Kawanua Manado dapat dilihat dari jenis usaha yang dikelola oleh Restoran Lumbung Kawanua Manado.

Rekapitulasi Total Skor Tingkat Kepuasan Konsumen Dari Segi Harga

Pernyataan mengenai harga yang ditawarkan dilihat dari total skor, indeks kepuasan konsumen dan interpretasi.

Tabel 6. Rekapitulasi Total Skor Tingkat Kepuasan Konsumen Dari Segi Harga

No.	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan Konsumen	Interpretasi
1.	Harga produk yang ditawarkan	153	76%	Puas (P)
2.	Kesesuaian harga dengan rasa produk yang disajikan	145	72%	Puas (P)
Jumlah		298	74%	Puas (P)

Sumber: diolah dari data primer

Tabel 6 dapat dilihat bahwa pernyataan harga produk yang ditawarkan dan kesesuaian harga dengan rasa produk yang disajikan memiliki pernyataan yang sama dimana dapat membuat konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado masih tertarik terhadap harga yang ditawarkan dan interpretasi 2 pernyataan harga tergolong Puas (P).

Tempat (Place)

Tempat sangat mempengaruhi pemasaran suatu produk kaitannya disini adalah tempat Restoran Lumbung Kawanua Manado yang memasarkan produk mereka.

Rekapitulasi kepuasan konsumen dari segi Pernyataan tempat (place)

Pernyataan mengenai tempat yang ditawarkan dilihat dari total skor, indeks kepuasan konsumen dan interpretasi.

Tabel 7. Rekapitulasi Total Skor Tingkat Kepuasan Konsumen Dari Segi Tempat

No.	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan Konsumen	Interpretasi
1.	Kemudahan tempat untuk dapat dijangkau konsumen	176	87%	Sangat Puas (SP)
2.	Tersedianya halaman parkir	140	70%	Puas (P)
3.	Kenyamanan yang ditawarkan oleh Lumbung Kawanua	194	97%	Sangat Puas (P)
4.	Kesan terhadap tampilan di Lumbung Kawanua	165	82%	Sangat Puas (P)
5.	Kebersihan ruangan	180	90%	Sangat Puas (P)
6.	Tersedianya fasilitas internet (wi-fi)	186	93%	Sangat Puas (P)
Jumlah		1041	86,5%	Sangat Puas (SP)

Sumber: diolah dari data primer

Tabel 7 dapat dilihat bahwa pernyataan nyaman yang ditawarkan oleh Restoran Lumbung Kawanua dan tersedianya fasilitas internet (wi-fi) memiliki pernyataan yang tinggi dimana dapat membuat konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado sangat tertarik terhadap tempat yang ditawarkan dan interpretasi 6 pernyataan harga tergolong Sangat Puas (SP).

Promosi (*Promotion*)

Promosi terdiri dari 2 cara yang Restoran Lumbung Kawanua Manado terapkan yaitu promosi secara langsung (memberikan daftar menu makanan secara langsung kepada calon konsumen yang berkunjung disana dan menjelaskan menu-menu unggulan yang bersada disana) dan promosi secara tidak langsung (internet, media masa dan memasang spanduk-spanduk/banners dan bekerja sama dengan pihak-pihak yang lain).

Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Dari Segi Promosi

Pernyataan mengenai promosi yang ditawarkan dilihat dari total skor, indeks kepuasan kosumen dan interpretasi.

Tabel 8. Rekapitulasi Total Skor Tingkat Kepuasan Konsumen Dari Segi Promosi

No.	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan Konsumen	Interpretasi
1.	Pengiklanan yang dilakukan Lumbung Kawanua	172	85%	SangatPuas (SP)
2.	Hubungan karyawan dan konsumen mempromosikan produk	174	86%	Sangat Puas (SP)
Jumlah		346	85,5%	Sangat Puas (SP)

Sumber: diolah dari data primer

Tabel 8 dapat dilihat bahwa pernyataan pengiklanan yang dilakukan dan hubungan karyawan dengan konsumen memiliki pernyataan yang sama dimna dapat membuat konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado masih tertarik terhadap promosi yang dilakukan dan interpretasi 2 pernyataan promosi tergolong Sangat Puas (SP).

Pelayanan (*Servis*)

Pada kualitas pelayanan terdapat lima indicator pertanyaan mengenai kepuasan konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado, yaitu penampilan fisik, kendalan jasa pelayanan, daya tanggap, keyakinan, dan empati.

Rekpitulasi Kepuasan Konsumen Dari Segi Pelayanan

Pernyataan mengenai pelayanan yang ditawarkan dilihat dari total skor, indeks kepuasan kosumen dan interpretasi.

Tabel 9. Rekapitulasi Total Skor Tingkat Kepuasan Konsumen Dari Segi Pelayanan

No.	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan Konsumen	Interpretasi
1.	Penampilan fisik	159	79%	Puas (P)
2.	Keadalan jasa pelayanan	167	83,5%	Sangat Puas (SP)
3.	Daya tanggap	167	83%	Sangat Puas (P)
4.	Keyakinan	166	83%	Sangat Puas (P)
5.	Empati	168	84%	Sangat Puas (P)
Jumlah		827	82,6%	SangatPuas (SP)

Sumber: diolah dari data primer

Tabel 9 dapat dilihat bahwa pernyataan empati karyawan, daya tangap karyawan dan keyakinan karyawan yang ditawarkan oleh lumbung kawanua memiliki pernyataan yang tinggi dimana dapat membuat konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado merasa sangat tertarik terhadap pelayanan yang ditawarkan dan interpretasi 5 pernyataan harga tergolong Sangat Puas (SP).

Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Lumbung Kawanua Kota Manado Dari Segi Produk, Harga, Tempat, Promosi Dan Pelayanan

Tabel 10 menunjukkan rekapitulasi jumlah skor pengambilan data, dan interpretasi dari segi produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan yang diberikan oleh Restoran Lumbung Kawanua Manado.

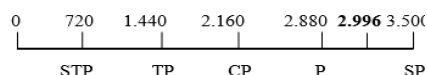
Tabel 10. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Tingkat Kepuasan Dan Interpretasi Dari Konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado

No.	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan Konsumen	Interpretasi
1	Kebersihan Dalam Penyajian Produk	182	91%	Sangat Puas (SP)
2	Cita Rasa Produk	163	81%	Sangat Puas (SP)
3	Tampilan Fisik Produk	161	81%	Sangat Puas (SP)
4	Harga Produk Yang Di Tawarkan	153	76%	Puas (P)
5	Kesesuaian Harga Dengan Rasa Produk Yang Disajikan	145	72%	Puas (P)
6	Kemudahan Tempat Untuk Dapat Dijangkau	176	87%	Sangat Puas (SP)
7	Tersedianya Halaman Parkir	140	70%	Puas (P)
8	Kenyamanan Yang Ditawarkan	194	97%	Sangat Puas (SP)
9	Kesan Terhadap Tampilan	165	82%	Sangat Puas (SP)
10	Kebersihan Ruang	180	90%	Sangat Puas (SP)

11	Tersedianya Fasilitas Internet (Wi-Fi)	186	93%	Sangat Puas (SP)
12	Pengiklanan Yang Dilakukan	172	86%	Sangat Puas (SP)
13	Hubungan Karyawan Dan Konsumen	154	77%	Puas (P)
14	Penampilan Fisik	159	79%	Puas (P)
15	Keandalan Jasa Pelayanan	167	83,5%	Sangat Puas (SP)
16	Daya Tanggap	167	83,5%	Sangat Puas (SP)
17	Keyakinan	166	83%	Sangat Puas (SP)
18	Empati	168	84%	Sangat Puas (SP)
Jumlah		2.996	85,6%	Sangat Puas(SP)

Sumber: diolah dari data primer

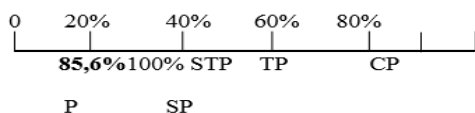
Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pertanyaan= 3.500 (Sangat puas), jumlah skor terendah = 720 (Sangat tidak puas). Berdasarkan data yang dihimpun dari 18 pertanyaan yang diajukan kepada 40 responden, maka diperoleh total skor adalah 2.996 dengan indeks tingkat kepuasan konsumen sebagai berikut sebagai berikut:



Gambar 2. Interpretasi nilai berdasarkan data

Secara persentase, angka indeks tingkat kepuasan konsumen terhadap Restoran Lumbung Kawanua Manado terletak pada: Dengan indeks tingkat kepuasan yaitu:

$$\text{Tingkat Kepuasan Konsumen} = \frac{2.996}{3.500} \times 100\% = 85,6\%$$



Gambar 3. Presentase tingkat kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala likert, maka dapat diketahui bahwa angka indeks tingkat kepuasan konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado dari segi produk, harga, tempat, promosi dan kualitas pelayanan berada pada titik 85,6% tergolong sangat puas. Setiap konsumen yang datang ke Restoran Lumbung Kawanua Manado pasti memiliki kepentingan yang berbeda-beda. Sebanyak 18 indikator pertanyaan tentang kepuasan konsumen baik dari segi produk, harga, tempat promosi dan pelayanan karyawan. Dalam penelitian ini telah menunjukkan rata-rata kepuasan konsumen

berada pada tingkat sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengelola Restoran Lumbung Kawanua Manado telah mencapai tingkat kepuasan konsumen meskipun masih ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan. Masalah utama berada pada segi harga yang dimana konsumen merasa cukup puas dengan harga ditawarkan oleh Restoran Lumbung Kawanua Manado. Pada indikator harga pihak pengelola Restoran Lumbung Kawanua Manado harus lebih memperhatikan karena konsumen merasa harga yang terlalu mahal jika dibandingkan dengan restoran khas makanan Manado lainnya.

Indikator dari tampilan fisik dari karyawan diharapkan karyawan Restoran Lumbung Kawanua Manado dapat memberikan senyuman yang ramah kepada setiap konsumen. Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen, konsumen merasa karyawan Restoran Lumbung Kawanua Manado kurang memberi senyum yang ramah kepada setiap pelanggan. Sehingga hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari Restoran Lumbung Kawanua Manado.

Berdasarkan hasil pengambilan data keseluruhan terdapat 5 variabel yang dinilai oleh konsumen Restoran Lumbung Kawanua Manado yaitu dari segi produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan. Dari 5 variabel tersebut tempat yang memiliki tingkat kepuasan konsumen yang paling tinggi yaitu sebesar 86,5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap seluruh indikator tempat yang disajikan oleh pihak Restoran Lumbung Kawanua Manado.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Indeks kepuasan konsumen dilihat dari segi produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan adalah sebesar 85,6%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat puas dengan produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan yang ditawarkan oleh Restoran Lumbung Kawanua Manado.

Saran

Kepada pihak manajemen Restoran Lumbung Kawanua Manado disarankan untuk mempertahankan kinerja yang selama ini membuat pelanggan merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

Dianto, I. W. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak&Shake JL. Cendrawasih NO.30 Yogyakarta. Fakultas Ekonomi universitas Negeri Yogyakarta.

Hardyasar, A. 2017. Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Pondok Hijau Kota Manado. Jurnal. Agri-SosioEkonomi. Unsrat Manado.

Novrianto, J. 2016. Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sop Tunjang Pertama (M1) Di Pekanbaru. Jurnal. Universitas Islam Riau.

Torey, J. 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap produk dan pelayanan Di Rumah Kopi Billy di Cabang Megamas Manado. Jurnal. Agri-Sosiekonomi. Unsrat Manado.