

Tingkat Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sonder Indah

Consumer Satisfaction Level At Sonder Indah Restaurant

Cevita Maria Rori ^{(1)(*)}, **Eyverson Ruauw** ⁽²⁾, **Leonardus R. Rengkung** ⁽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: cevitamaria09@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id

: Rabu, 22 Maret 2023

Disetujui diterbitkan

: Senin, 29 Mei 2023

ABSTRACT

This study aims to determine the level of customer satisfaction with products, prices, places and services of RM Sonder Indah. This research was conducted from September to October 2022. The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data was obtained through direct interviews with 30 respondents using a questionnaire measured using a Likert scale. Secondary data obtained through books, journals, and literature related to this research topic. The results showed that the level of consumer satisfaction at RM Sonder Indah from the product, price, place and service variables was 82.04%, generally classified as very satisfied. RM Sonder Indah's customer satisfaction level for the product variable category is 84.45%, which is very satisfied, the price variable is 83.99%, it is very satisfied, and the place variable, 80.33%, is very satisfied. For the satisfied category there is a service variable of 79.99%.

Keywords: level; satisfaction; consumer

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk, harga, tempat dan pelayanan RM Sonder Indah. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan Oktober 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada 30 responden dengan menggunakan kuisioner diukur dengan menggunakan skala likert. Data sekunder yang didapat melalui buku-buku, jurnal, dan literatur-literatur yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, tingkat kepuasan konsumen RM Sonder Indah dari variabel produk, harga, tempat, dan pelayanan sebesar 82.04%, secara umum tergolong sangat puas. Tingkat kepuasan konsumen RM Sonder Indah untuk kategori variabel produk sebesar 84.45% tergolong sangat puas, variabel harga sebesar 83.99% tergolong sangat puas, dan variabel tempat sebesar 80.33% tergolong sangat puas. Untuk kategori puas ada pada variabel pelayanan sebesar 79.99%.

Kata kunci : tingkat; kepuasan; konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja yang optimal ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu untuk berubah, dan terus bertahan serta berkompetisi dalam persaingan bisnis. Dalam persaingan yang berkelanjutan ini, perusahaan memiliki keunggulan dengan menghasilkan produk dan jasa yang benar-benar memenuhi harapan dan memuaskan konsumen. Semakin banyak perusahaan bersaing dalam suatu usaha atau bisnis akan mempertinggi persaingan yang terjadi (Supranto, 2006).

Meningkatnya bisnis makanan dan minuman, menyebabkan terjadinya persaingan bertambah ketat. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat berkembang. Oleh sebab itu setiap perusahaan dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi sehingga dapat mengikuti selera konsumen sebagai tujuan utama dari perusahaan.

Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Tjiptono, 2013).

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan jasa atau barang pada perusahaan, kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa (Aaker, 2013).

Kepuasan konsumen diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi. Kepuasan juga dapat terlihat dari respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal (atau standar kinerja tertentu) dengan kinerja nyata produk yang dirasakan setelah pemerolehan produk dan jasa (Irwan, 2003).

Minahasa adalah salah satu daerah yang mendirikan usaha di bidang kuliner seperti Restoran, hal ini dikarenakan masyarakat yang

hobby makan. Selain itu juga di Minahasa biasanya dikunjungi para wisatawan dari luar daerah. Salah satu Rumah Makan yang ada di Minahasa adalah RM. Sonder Indah. Rumah Makan ini menyajikan bermacam-macam menu ikan bakar. Rata-rata pengunjung setiap hari berjumlah 20-30 orang. Penelitian ini dilakukan pada hari jumat, sabtu dan minggu pada bulan oktober 2022.

Dengan demikian, Rumah Makan ini dituntut untuk melakukan pelayanan yang baik sehingga mampu membuat konsumen untuk terus berkunjung kesana, pelayanan merupakan variabel yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen, atau dengan kata lain variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen ketika makan disini. Kepuasan pelanggan akan berimbas kepada loyalitas pelanggan, sehingga usaha yang dibangun akan terus bertahan dan berkembang.

Berdasarkan uraian Latar Belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Tingkat Kepuasan Konsumen di RM. Sonder Indah,” serta dengan banyaknya Rumah Makan ikan bakar di desa Sonder, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Tingkat Kepuasan Konsumen RM. Sonder Indah dilihat dari aspek pelayanan?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dilihat dari aspek pelayanan yang dilakukan karyawan Rumah Makan Sonder Indah.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan sebagai informasi dari pihak yang berkepentingan khususnya Rumah Makan Sonder Indah dalam usaha pencapaian kepuasan konsumen terhadap pelayanan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan yaitu dari bulan September sampai bulan Oktober 2022. Terhitung mulai dari persiapan sampai dengan penyusunan laporan penelitian, dan untuk tempat penelitian yaitu di Rumah Makan Sonder Indah.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu data yang didapat dari konsumen Rumah Makan Sonder Indah melalui wawancara secara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan, serta data sekunder yang didapat melalui buku dan jurnal yang berkaitan dengan pembahasan permasalahan yang memiliki hubungan dengan penelitian ini. Responden berjumlah 30 orang dan yang menjadi responden adalah konsumen.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yaitu penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di Rumah Makan Sonder Indah dapat digunakan sebagai sampel. Peneliti akan memilih siapa saja yang ditemui dilokasi penelitian dan bersedia untuk dijadikan sebagai responden. Responden ini adalah konsumen yang bersedia untuk diwawancarai dengan kuisisioner. Pengambilan sampel difokuskan pada konsumen yang membeli di Rumah Makan Sonder Indah. Pengambilan sampel dilakukan pada hari jumat, sabtu dan minggu. Jumlah sampel sebanyak 30 responden.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik responden.
 - a. Umur (Tahun)
 - b. Jenis Kelamin
 - c. Tingkat Pendidikan
 - d. Pekerjaan
2. Tingkat kepuasan aspek produk, dengan indikator:
 - a. Kerapian dalam penyajian
 - b. Tampilan fisik produk
 - c. Cita rasa produk
 - d. Keragaman produk
3. Tingkat kepuasan aspek harga, dengan indikator:
 - a. Keterjangkauan harga
 - b. Kesesuaian harga dengan isi
 - c. Kesesuaian harga dengan cita rasa
4. Tingkat kepuasan aspek tempat, dengan indikator:
 - a. Kebersihan ruangan

- b. Kenyamanan ruangan
 - c. Tampilan fisik ruangan
5. Tingkat kepuasan aspek pelayanan, dengan indikator:
 - a. Keandalan (*reability*)
 - b. Daya tanggap (*responsiveness*)
 - c. Keyakinan (*assurance*)
 - d. Penampilan fisik (*tangible*)
 - e. Empati (*emphaty*)

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif yaitu untuk menggambarkan dan mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran. Untuk mengetahui tentang Tingkat Kepuasan Konsumen digunakan skala likert.

Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena seseorang. (Erfiana, 2014). Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert, yang berupa kata-kata dengan skor, yaitu:

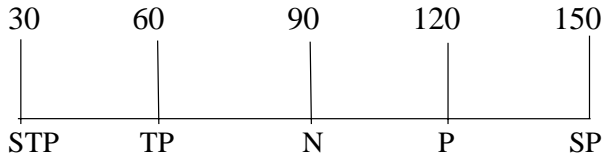
- SP : Sangat Puas (Skor 5)
 P : Puas (Skor 4)
 N : Netral (Skor 3)
 TP : Tidak Puas (Skor 2)
 STP : Sangat Tidak Puas (Skor 1)

Dengan cara perhitungan:

Jumlah Skor Tiap Kriteria = Capaian Skor x Jumlah Responden

- S5 = 5 x 30 = 150
 S4 = 4 x 30 = 120
 S3 = 3 x 30 = 90
 S2 = 2 x 30 = 60
 S1 = 1 x 30 = 30

Jumlah skor ideal untuk setiap item pertanyaan skor tertinggi adalah 150 (sangat puas), sedangkan untuk jumlah skor terendah adalah 30 (sangat tidak puas). Adapun interpretasi nilai skor tiap kriteria:



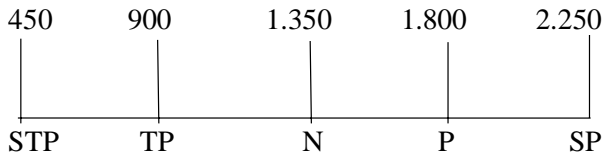
Angka 20% - 40% = Tidak Puas
 Angka 40% - 60% = Netral
 Angka 60% - 80% = Puas
 Angka 80% - 100% = Sangat Puas

Cara perhitungan skor keseluruhan untuk mengetahui kepuasan konsumen:

Jumlah Skor Seluruh Kriteria = Capaian Jumlah Skor x Jumlah Responden x Jumlah Instrumen Pertanyaan

- S5 = 5 x 30 x 15 = 2.250
- S4 = 4 x 30 x 15 = 1.800
- S3 = 3 x 30 x 15 = 1.350
- S2 = 2 x 30 x 15 = 900
- S1 = 1 x 30 x 15 = 450

Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pertanyaan = 2.250 skor tertinggi (sangat puas), jumlah skor terendah = 450 (sangat tidak puas).



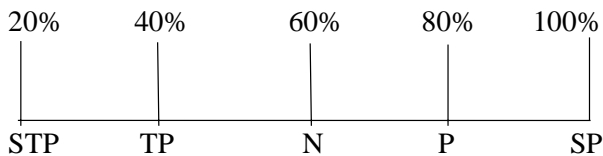
Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

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

Adapun indeks kepuasan konsumen diukur menggunakan rumus, yaitu:

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

Dengan indeks kepuasan konsumen, yaitu:



Kerangan:
 Angka 0% - 20% = Sangat Tidak Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Rumah Makan Sonder Indah merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang kuliner pertama kali dibuka di Tounalet, Kecamatan Sonder, Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara. Rumah Makan Sonder Indah berdiri pada tanggal 17 Oktober 2002. RM Sonder Indah yang dikelola oleh Ibu Windy Rampi sebagai Manager sekaligus pemilik Rumah Makan Sonder Indah dan Rumah Makan ini merupakan bisnis keluarga.

Rumah Makan Sonder Indah menawarkan beberapa menu makanan yaitu Ikan Mujair Bakar & Goreng (Paket Kecil, Sedang dan Besar), Ikan Mujair Woku dan Kuah Asam, Ikan Mas Bakar & Goreng, Paket Ayam Bakar atau Goreng, Sayur Kangkung Tumis Bunga Pepaya, Kangkung Rebus dan Nasi Putih. Minuman Air Mineral, Jeruk Es, Hangat, Biasa, Teh Panas & Es, Nutrisari Hangat, Es atau Biasa, Kopi Susu, Kopi Hitam, Bir Putih (per botol), Coca-cola, Fanta dan Sprite. Rumah Makan Sonder Indah adalah tempat yang nyaman untuk menikmati makanan dan minuman bersama keluarga, kerabat dan rekan kerja karena disana tersedia kolam ikan yang membuat suasana menjadi sejuk dan menarik.

Karakteristik Responden

Umur Responden

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan dalam Tabel 1.

No	Umur (Tahun)	Responden	Persentase (%)
1	21-30	16	53.33
2	31-40	14	46.67
Jumlah		100	

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak pada umur antara 21-30 Tahun yaitu 16 orang dengan persentase sebesar 53.33% sedangkan jumlah responden terendah ada pada umur antara 31-40 tahun dengan responden 46.67%.

Jenis Kelamin Responden

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	15	50
2	Perempuan	15	50
Jumlah		100	

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden perempuan sebanyak 15 responden dengan persentase 50% sedangkan responden laki-laki sebanyak 15 responden dengan jumlah persentase 50%.

Pendidikan Responden

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Responden	Persentase (%)
1	SLTP	2	6.67
2	SMU	16	53.33
3	Diploma	3	10.00
4	Sarjana	9	30.00
Total		30	100

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan terakhir terbanyak adalah tingkat pendidikan terakhir SMU sebesar 53.33%. Konsumen yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SLTP sebanyak 6.67%. Berdasarkan dari hasil ini maka dapat diketahui bahwa konsumen terbanyak di Rumah Makan Sonder Indah adalah lulusan SMU. Hal ini disebabkan karena gaya hidup orang-orang yang lebih memilih makan diluar.

Pekerjaan Responden

Karakteristik responden selanjutnya adalah berdasarkan pekerjaan. Data ini diperlukan untuk mengetahui berasal dari kalangan pekerjaan apa saja konsumen yang datang di Rumah Makan Sonder Indah. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan	Responden	Persentase (%)
1	Pelajar	0	0
2	Mahasiswa	5	16.67
3	Pegawai Negeri	9	30.00
4	Wiraswasta	16	53.33
Total		30	100

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah Wiraswasta, yaitu 16 orang atau 53.33%, diikuti oleh Pegawai Negeri 9 orang atau 30.00%, sedangkan bagi konsumen terendah merupakan Mahasiswa yaitu 5 orang atau 16.67%. Hal ini disebabkan karena RM Sonder Indah berfokus pada kalangan orang dewasa.

Kepuasan Konsumen Terhadap Produk

Produk mempengaruhi kepuasan konsumen karena merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Produk yang berkualitas dapat memuaskan konsumen. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas. Persepsi konsumen terhadap pernyataan yang menyebutkan variabel produk disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Persepsi Responden Terhadap Produk

No	Pernyataan	Nilai	Persentase (%)	Kriteria
1	Kerapian dalam penyajian	125	83.33	SP
2	Tampilan fisik produk	130	86.66	SP
3	Citarasa produk	126	84.00	SP
4	Keragaman produk	125	83.83	SP
Jumlah		506	337.82	SP
Rata-rata		126.5	84.45	SP

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 5 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan konsumen pada variabel produk adalah 84.45% dengan kriteria sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan kepuasan dari produk tersebut. Indikator yang mendapatkan kepuasan konsumen lebih tinggi adalah tampilan fisik produk sebesar 86.66% dengan kriteria sangat puas. Hal ini disebabkan karena tampilan fisik produk yang menarik dan enak untuk dilihat. Oleh sebab itu RM Sonder Indah harus tetap mempertahankan tampilan fisik produk yang ditawarkan pada konsumen. Indikator cita rasa produk sebesar 84% dengan kriteria sangat puas hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas. Indikator Keragaman produk sebesar 83.83% dengan kriteria sangat puas menunjukkan bahwa memenuhi kepuasan konsumen. Indikator kebersihan dalam penyajian sebesar 83.33% dengan kriteria sangat puas

menunjukkan kosumen sangat puas dengan hal penyajiannya.

Kepuasan Konsumen Terhadap Harga

Harga merupakan komponen penting atas suatu produk karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Karena konsumen akan membandingkan harga yang ditawarkan dari satu produk dengan produk yang lainnya. Persepsi konsumen mengenai pernyataan yang menyebutkan variabel harga disajikan dalam Tabel 6.

Tabel 6. Persepsi Responden Terhadap Harga

No	Pernyataan	Nilai	Persentase (%)	Kriteria
1	Keterjangkauan harga	132	88.00	SP
2	Kesesuaian harga dengan isi	122	81.32	SP
3	Kesesuaian harga dengan citarasa	124	82.66	SP
Jumlah		378	251.98	SP
Rata-rata		126	83.99	SP

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 6 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap harga jual produk sebanyak 83.99% dengan kriteria puas artinya harga yang ditetapkan sangat terjangkau dikantong masyarakat. Skor yang paling tinggi ada pada indikator keterjangkauan harga sebesar 88.00% dengan kriteria sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau sangat memuaskan konsumen. Indikator kesesuaian harga dengan cita rasa sebesar 82.66% dengan kriteria sangat puas menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas. Indikator kesesuaian harga dengan isi sebesar 81.33% hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas. Dalam menawarkan produk makanan haruslah disertai dengan harga jual yang sesuai dengan target konsumen dan kesesuaian harga adalah merupakan salah satu faktor yang menarik perhatian konsumen Rumah Makan Sonder Indah dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan.

Kepuasan Konsumen Terhadap Tempat

Lokasi sangat berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk berkunjung dan berbelanja, sehingga seorang pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang strategis dapat menguntungkan

produsen. Persepsi konsumen mengenai pernyataan yang menyebutkan variabel tempat disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Persepsi Responden Terhadap Tempat

No	Pernyataan	Nilai	Persentase (%)	Kriteria
1	Kebersihan ruangan	126	84.00	SP
2	Kenyamanan ruangan	124	82.66	SP
3	Tampilan fisik ruangan	110	73.33	P
4	Kelengkapan fasilitas	122	81.33	SP
Jumlah		482	321.32	SP
Rata-rata		120.5	80.33	SP

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 7 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tertinggi variabel tempat dengan indikator kebersihan ruangan 84.00% dengan kriteria sangat puas. Hal ini disebabkan meja, kursi dan alat makan dalam ruangan RM Sonder Indah tertata rapi sehingga menarik perhatian konsumen, suasana dalam dan diluar ruangan juga sangat mendukung untuk konsumen tetap nyaman berada dimanapun, tersedia juga kolam ikan sehingga menarik perhatian pengunjung. Indikator kenyamanan ruangan sebesar 82.66% dengan kriteria sangat puas menunjukkan bahwa konsumen sangat puas. Indikator kelengkapan fasilitas sebesar 81.33% dengan kriteria sangat puas. Sedangkan indikator terendah tampilan fisik ruangan sebanyak 73.33% dengan kriteria puas. Hal ini disebabkan karena desain interior ruangan cukup sedikit dan sudah mulai pudar. Kemudian desain interior dalam ruangan merupakan salah satu hal yang paling diinginkan oleh setiap konsumen pada saat mengunjungi sebuah usaha atau restoran. Jadi desain dalam ruangan harus diperhatikan RM Sonder Indah agar supaya bisa lebih update karena mempengaruhi konsumen yang akan berkunjung kembali.

Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan

Pelayanan yang baik akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang diperusahaan tersebut. Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang lain yang melayani maupun yang dilayani. Dengan kata lain pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Jadi selain produk yang baik harus diimbangi dengan pelayanan yang baik kepada

konsumen. Persepsi konsumen mengenai pernyataan yang menyebutkan variabel pelayanan disajikan dalam Tabel 8.

Tabel 8. Persepsi Responden Terhadap Tempat

No	Pernyataan	Nilai	Persentase (%)	Kriteria
1	Kecepatan menyediakan produk	110	73.33	P
2	Kesiapan karyawan dalam pelayanan	116	77.33	P
3	Pengetahuan karyawan pada produk	123	82.00	SP
4	Keramahan karyawan pada konsumen	131	87.33	SP
Jumlah		480	319.99	P
Rata-rata		120	79.99	P

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 8 menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan konsumen pada variabel pelayanan adalah sebanyak 79.99% dengan kriteria lebih puas. Indikator pelayanan yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi keramahan karyawan dalam menangani konsumen adalah sebanyak 87.33% dengan kriteria sangat puas. Hal ini disebabkan karena sikap karyawan yang ramah dalam melayani konsumen membuat konsumen senang dan merasa sangat puas. Indikator pengetahuan karyawan pada produk yang dijual sebesar 82.00% dengan kriteria sangat puas. Indikator kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan dan menangani keluhan para konsumen sebesar 77.33% dengan kriteria puas menunjukkan bahwa konsumen puas. Sedangkan indikator kecepatan dalam menyediakan produk yang memperoleh tingkat kepuasan konsumen terendah adalah sebanyak 73.33% dengan kriteria puas dengan alasan lamanya karyawan dalam menyediakan produk. Jadi konsumen menyatakan sangat puas pada keramahan dan kesopanan karyawan dalam menjelaskan produk.

Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Rumah Makan Sonder Indah

Penelitian ini mengukur tingkat kepuasan konsumen RM Sonder Indah dengan 15 indikator pertanyaan terhadap 30 responden. Berikut Tabel rekapitulasi kepuasan konsumen RM Sonder Indah dari variabel produk, harga, tempat, dan pelayanan.

Tabel 9. Rekapitulasi Total Skor Kepuasan Konsumen

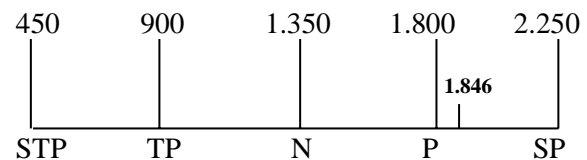
No	Variabel	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Produk	506	84.45	SP
2	Harga	378	83.99	SP

3	Tempat	482	80.33	SP
4	Pelayanan	480	79.99	P

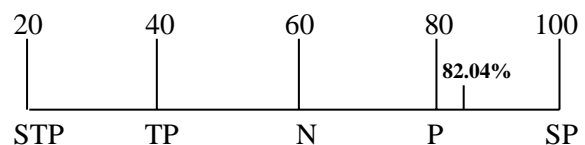
Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 9 menunjukkan bahwa total skor variabel produk sebesar 506 dengan indeks kepuasan konsumen 84.45% dengan interpretasi sangat puas. Skor variabel harga 378 dengan indeks kepuasan konsumen 83.99% dengan interpretasi sangat puas. Skor variabel tempat sebesar 482 dengan indeks kepuasann konsumen 80.33% dengan interpretasi sangat puas. Selanjutnya skor variabel pelayanan sebesar 480 dengan indeks kepuasan konsumen 79.99% dengan interpretasi puas.

Jumlah skor ideal untuk semua pertanyaan adalah 2.250 (sangat puas), jumlah skor terendah adalah 450 (sangat tidak puas). Berdasarkan data yang diperoleh dari 15 pertanyaan yang diberikan kepada 30 responden, maka diperoleh total skor 1.846, dengan indeks kepuasan konsumen pengujung:



Secara persentase, kepuasan konsumen Rumah Makan Sonder Indah adalah:



Berdasarkan hasil analisis menggunakan Skala Likert, maka dapat diketahui bahwa angka indeks kepuasan konsumen RM Sonder Indah dari variabel produk, harga, tempat dan pelayanan sebesar 82.04% artinya secara umum konsumen tergolong sangat puas. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan RM Sonder Indah telah memberikan kepuasan yang tinggi kepada konsumen walaupun ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi.

Pengambilan data keseluruhan terdapat 4 variabel yang dinilai oleh konsumen RM Sonder Indah yaitu dari variabel produk, harga, tempat, dan pelayanan. Variabel produk memiliki tingkat kepuasan paling tinggi yaitu sebesar 84.45%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen RM Sonder Indah berdasarkan variabel produk, harga, dan tempat memberikan tingkat kepuasan yang sangat tinggi.

Saran

Saran dalam penelitian ini yaitu lebih meningkatkan kepuasan konsumen dari Rumah Makan Sonder Indah, pengusaha harus mempertahankan variabel produk yang sudah mendapatkan kategori sangat puas. Namun demikian RM Sonder Indah harus memperhatikan juga untuk pelayanan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis: Strategic Market Management (Edisi 8)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Erfiana, W. 2014. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Jepang Saboten Shokudo Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Irawan, H. 2003. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan: Paradigma Baru Merebut Hati Pelanggan Untuk Memenangkan Persaingan. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2013. *Pemasaran Strategik (Edisi 2)*. Andi.