

## **Tingkat Kepuasan Konsumen Di Restoran Bakso Campur Surabaya Di Bahu Mall Kota Manado**

### *Customer Satisfaction Level at Bakso Campur Surabaya Restaurant in Bahu Mall Manado City*

**Velicia Pingkan Budiman**<sup>(1)(\*)</sup>, **Noortje M. Benu**<sup>(2)</sup>, **Juliana R. Mandei**<sup>(2)</sup>

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: veliciabudiman034@student.unsrat.ac.id

---

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

: Kamis, 25 Januari 2024

Disetujui diterbitkan

: Jumat, 31 Mei 2024

---

#### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the level of consumer satisfaction at Bakso Campur Surabaya in terms of product, price, promotion, location, and service. The study was conducted from August to October 2023. The selection of respondents was done by accident. The data used are primary data and secondary data. Primary data is obtained through direct observation in the field to make observations and conduct interviews with managers and consumers, as well as provide questionnaires to consumers to fill out. Secondary data were obtained from other information data related to this study. Secondary data obtained by researchers from internet sites, books, articles, research journals and various other documents related to research. The results showed that the results of the consumer satisfaction index of Bakso Campur Surabaya at Bahu Mall Manado City in terms of products, prices, locations, promotions and service quality were at 74.20%. This shows that overall the management of Bakso Campur Surabaya at Bahu Mall Manado City has achieved a level of consumer satisfaction although there are still several indicators that need attention.*

*Keywords : consumer; meatball; satisfaction*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis tingkat kepuasan konsumen di Bakso Campur Surabaya dilihat dari aspek produk, harga, promosi, lokasi, dan pelayanan. Penelitian dilaksanakan sejak Agustus sampai Oktober 2023. Pemilihan responden dilakukan secara tidak sengaja. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dilapangan untuk melakukan pengamatan dan melakukan wawancara kepada pengelola dan konsumen, serta memberikan kuesioner kepada konsumen untuk diisi. Data sekunder diperoleh dari data informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder yang diperoleh peneliti dari situs internet, buku, artikel, jurnal penelitian dan berbagai dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan ditemukan hasil angka indeks tingkat kepuasan konsumen Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado dari segi produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan berada pada titik 74,20% . Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengelola Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado telah mencapai tingkat kepuasan konsumen meskipun masih ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan.

Kata kunci : konsumen; bakso; kepuasan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli (Sukmawati, 2018).

Saat ini konsep tentang rumah makan telah berubah, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan saja untuk dijual namun sekarang menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan berbagai pelayanan. Selain untuk memuaskan rasa lapar para pelanggan, usaha rumah makan juga menyediakan suasana yang nyaman, tenang dalam menyantap hidangan (Adi & Yoestini, 2012). Menurut Royan dalam Remiasa (2007) dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah kafe dan restoran, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru. Disamping sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan utama yaitu makan dan minum, restoran dan rumah makan juga digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan, sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya.

Kota Manado merupakan ibu kota Provinsi Sulawesi Utara dan memiliki destinasi yang unik dan berbeda dengan destinasi lain di Indonesia. Kekhasan Kota Manado antara lain adalah sebagai wilayah yang memiliki potensi wisata bahari yang luas dan banyak. Manado yang sebagai ibukota provinsi memiliki kekuatan untuk dijadikan tempat bisnis salah satunya pemandangan pantai yang begitu indah khususnya di sore hari menjadi daya tarik tersendiri di kota Manado. Bakso

Campur Surabaya adalah salah satu pilihan tempat makan bakso di Kota Manado yang berlokasi di Bahu Mall (Jl. RW Monginsidi) Manado dengan tempat strategis di sekitaran pantai bisa dijadikan sebagai salah satu opsi sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi dan makan sambil melihat keindahan pantai. Restoran ini berdirinya sejak Juni 2016 dan saat ini sudah memiliki 4 cabang. Bakso Campur Surabaya beroperasi pada hari Senin-Jumat mulai pukul 11.00 sampai 22.00 dan hari Sabtu-Minggu pukul 15.00 sampai 22.00. Berdasarkan wawancara dengan karyawan serta pengamatan yang saya lakukan ketika berkunjung di Bakso Campur Surabaya, tingkat kunjungan konsumen di Bakso Campur Surabaya dalam sehari ada di kisaran 40 orang pada hari Senin-Jumat. Sedangkan pada hari Sabtu-Minggu cenderung lebih ramai, ada di kisaran 60 orang dalam sehari.

Bakso Campur Surabaya menawarkan berbagai menu bakso terbaik dengan resep bakso khas dan juga tersedia makanan jenis lain seperti nasi goreng dan ayam lalapan. Satu porsi bakso disini di tawarkan dengan harga terjangkau. Tersedia tempat yang nyaman untuk makan dan pelanggan juga bisa memesan untuk dibawa pulang. Sesuai namanya, produk utama yang ditawarkan dari Bakso Campur Surabaya ini adalah berbagai macam jenis bakso.

Restoran Bakso Campur Surabaya masih ramai dikunjungi sekalipun ada banyaknya pendirian rumah makan lain yang berdiri dengan berbagai strategi untuk beradaptasi dengan dunia bisnis yang semakin ketat. Hal ini membuat peneliti tertarik mengapa beberapa konsumen tetap bertahan menjadi konsumen di restoran ini dan ingin melihat tingkat kepuasan konsumen.

### Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen di Bakso Campur Surabaya dilihat dari aspek produk, harga, promosi, lokasi, dan pelayanan.

### Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini, yaitu:

1. Bagi peneliti, menambah pemahaman tentang kepuasan konsumen dan juga penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk

menyelesaikan studi S1 Agribisnis fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi.

2. Bagi pelaku usaha, penelitian ini membantu pelaku usaha untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan meningkatkan kualitas produk serta membangun strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan yang tepat dan sesuai antara pelaku usaha dengan konsumen agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.
3. Bagi pembaca, sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan tentang tingkat kepuasan konsumen.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan sejak Agustus sampai Oktober 2023. Tempat penelitian dilaksanakan di Bakso Campur Surabaya berlokasi di Bahu Mall (Jl. RW Monginsidi) Manado, Sulawesi Utara.

### Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dilapangan untuk melakukan pengamatan dan melakukan wawancara kepada pengelola dan konsumen, serta memberikan kuesioner kepada konsumen untuk diisi, sedangkan data sekunder diperoleh dari situs internet, buku, artikel, jurnal penelitian dan berbagai dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik accidental sampling yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu semua anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2006). Populasi konsumen berjumlah 1300 orang dilihat dari rata-rata jumlah konsumen dalam satu bulan terakhir dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 47 konsumen dalam waktu 4 hari pengambilan sampel dengan responden sekitar 10-12 orang perhari.

### Konsep Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini, yaitu:

1. Karakteristik responden
  - a. Umur
  - b. Jenis kelamin
  - c. Pekerjaan
  - d. Pendapatan
  - e. Jumlah kunjungan
2. Produk
3. Harga
4. Promosi
5. Lokasi
6. Pelayanan

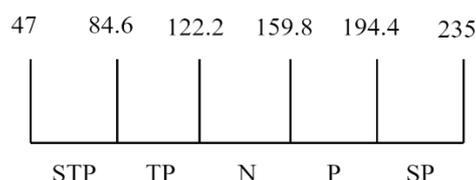
### Metode Analisis Data

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Untuk menganalisis jawaban yang diperoleh dari kuisiner, digunakan perhitungan dengan metode Skala Likert, yang dikembangkan oleh Rensis Likert (1932). Menurut Sugiyono dalam Janti (2015) skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian ini data yang telah terkumpul kemudian dilakukan skala pengukuran dan pemberian skor, yaitu 1 (sangat tidak puas) sampai 5 (sangat puas).

Skor masing-masing pernyataan dihitung dengan rumus: jumlah skor tiap kriteria = capaian skor x jumlah responden, dan didapatkan skor untuk masing-masing kriteria:

$$\begin{aligned} SP &= 5 \times 47 = 235 \\ P &= 4 \times 47 = 188 \\ N &= 3 \times 47 = 141 \\ TP &= 2 \times 47 = 94 \\ STP &= 1 \times 47 = 47 \end{aligned}$$

Adapun interpretasi skor dari masing-masing pernyataan:

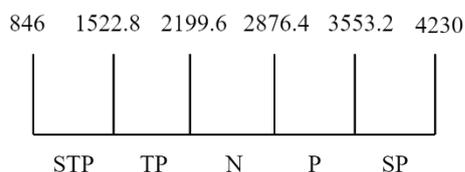


Gambar 1. Interpretasi Nilai dari Masing-masing Pernyataan

Skor keseluruhan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Bakso Campur Surabaya dari segi produk, harga, promosi, lokasi, dan pelayanan dihitung dengan rumus: jumlah skor keseluruhan kriterium = capaian skor x jumlah responden x jumlah instrumen pernyataan. Berdasarkan perhitungan, didapatkan skor untuk masing-masing kriteria:

- S5 = 5 x 47 x 18 = 4230
- S4 = 4 x 47 x 28 = 3384
- S3 = 3 x 47 x 18 = 2538
- S2 = 2 x 47 x 18 = 1692
- S1 = 1 x 47 x 18 = 846

Dengan interpretasi nilai dari keseluruhan kriterium:

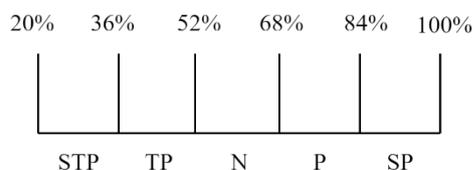


Gambar 2. Interpretasi Nilai Berdasarkan Data

Rumus indeks (%) digunakan untuk mengetahui karakteristik masing-masing variabel. Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Indeks \%} = \frac{\text{Jumlah skor hasil}}{\text{Jumlah skor tertinggi}} \times 100$$

Kriteria kepuasan konsumen berdasarkan indeks (%) yaitu:



Gambar 3. Persentase Berdasarkan Rumus Indeks

Gambar 3 menunjukkan bahwa kriteria kepuasan konsumen berdasarkan persentase yaitu:

- 20% - 36% = Sangat Tidak Puas (STP)
- 36.1% - 52% = Tidak Puas (TP)
- 52.1% - 68% = Netral (N)
- 68.1% - 84% = Puas (P)
- 84.1% - 100% = Sangat Puas (SP)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Lokasi Penelitian

Bakso campur Surabaya yang berlokasi di Bahu Mall Jalan RW. Monginsidi Manado, Sulawesi Utara didirikan oleh Yoas Agustinus di tahun 2016. Bakso Campur Surabaya sudah memiliki beberapa cabang lain yang terletak di Airmadidi, Megamas I dan Megamas II dengan lokasi pertama sekaligus menjadi restoran pusat dari Bakso Campur Surabaya yang terletak di Kelurahan Matani 3 Kecamatan Tomohon Tengah. Produk utama yang ditawarkan restoran ini ialah bakso. Namun tersedia juga beberapa jenis menu makanan, minuman dan bebagai jenis es dengan kisaran harga mulai dari Rp7.000 sampai dengan Rp48.000.

Bakso Campur Surabaya tidak memiliki penanggung jawab seperti *manager* ataupun *supervisor* di setiap restorannya. Semua aktivitas berada dalam pengawasan secara langsung oleh pemilik dengan bantuan informasi segala aktivitas yang terjadi di restoran oleh penjaga kasir. Tenaga kerja di Bakso Campur Surabaya berjumlah 7 orang yang terdiri dari 1 orang sebagai kasir, 3 orang pramusaji dan 3 orang koki yang terbagi dalam pembuat bakso, pembuat makanan dengan bahan utama nasi dan pembuat *juice*. Jam operasional restoran ini dibuka dari pagi sampai malam mulai pukul 11.00 WITA sampai 22.00 WITA untuk Senin-Jumat dan untuk Sabtu-Minggu jam operasionalnya dimulai pukul 15.00 WITA sampai 22.00 WITA. Para pengunjung dapat menikmati menu makanan yang ditawarkan dengan lokasi yang strategis dan tempat makan yang nyaman dan cukup luas serta disediakan pula ruangan yang memiliki *air conditioner*.

### Karakteristik Responden

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 47 responden diambil dari konsumen yang sedang makan di Bakso Campur Surabaya. Penyajian data mengenai identitas responden, yaitu untuk memberikan gambaran tentang responden. Adapun gambaran tentang responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan usia, pendidikan terakhir, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan perbulan dan jumlah kunjungan.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
<b>1</b>	<b>Umur (Tahun)</b>		
	< 20	4	8.51
	21 – 30	31	65.95
	31 – 40	3	6.38
	41 – 50	7	14.89
	> 51	2	4.25
<b>Total</b>		<b>47</b>	<b>100.00</b>
<b>2</b>	<b>Jenis Kelamin</b>		
	Laki-laki	10	78.70
	Perempuan	37	21.30
<b>Total</b>		<b>47</b>	<b>100.00</b>
<b>3</b>	<b>Pekerjaan</b>		
	Pelajar/mahasiswa	17	36.17
	PNS/BUMN	6	12.76
	Pegawai Swasta	18	38.29
	Wiraswasta	3	6.38
	Lain-lain	3	6.38
<b>Total</b>		<b>47</b>	<b>100.00</b>
<b>4</b>	<b>Pendapatan (Rp/bulan)</b>		
	< 1.000.000	20	42.55
	1.000.001 – 3.000.000	5	10.63
	3.000.001 – 5.000.000	14	29.78
	> 5.000.000	8	17.02
<b>Total</b>		<b>47</b>	<b>100.00</b>
<b>5</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>		
	2 – 5	13	27.65
	6 – 10	20	42.55
	> 10	14	29.78
<b>Total</b>		<b>47</b>	<b>100.00</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

### Umur

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden terbanyak yaitu pada rentang usia 21 sampai dengan 30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Bakso Campur Surabaya adalah orang-orang yang masih berusia produktif atau bekerja dan memiliki keinginan untuk menikmati kuliner di restoran bersama teman atau rekan kerja.

### Jenis Kelamin

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden terbanyak merupakan perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih memiliki keinginan untuk menikmati kuliner restoran dan berkumpul bersama teman-teman dan rekan kerja dibandingkan laki-laki.

### Pekerjaan

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pegawai swasta dan mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh lokasi Bakso Campur Surabaya dekat dengan beberapa perusahaan dan sekolah/universitas.

### Pendapatan

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden terbanyak memiliki pendapatan < Rp1.000.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa produk Bakso Campur Surabaya dapat dijangkau oleh berbagai kalangan.

### Jumlah Kunjungan

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden terbanyak telah berkunjung 6 sampai dengan 10 kali. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap Bakso Campur Surabaya sehingga melakukan pembelian berulang.

### Tingkat Kepuasan Konsumen

Tujuan dilakukannya pengukuran tingkat kepuasan konsumen yaitu untuk mengetahui kelebihan maupun kekurangan dari restoran tersebut agar restoran bisa lebih berkembang dan mendapat keuntungan yang lebih. Dalam penelitian ini tingkat kepuasan konsumen yang diukur adalah menggunakan 5 aspek yaitu produk, harga, lokasi, promosi, pelayanan.

### Kepuasan Konsumen Terhadap Produk

Kepuasan konsumen terhadap produk dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator-indikator yaitu cita rasa produk, penampilan fisik produk, kebersihan dalam penyajian, dan variasi produk. Adapun kepuasan konsumen terhadap produk disajikan dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Kepuasan Konsumen Terhadap Produk**

No	Indikator	Skor Total	Indeks (%)	Interpretasi
1	Cita rasa produk	201	85.53	SP
2	Penampilan fisik produk	186	79.14	P
3	Kebersihan dalam penyajian	204	86.80	SP
4	Variasi produk	189	80.42	SP
<b>Total</b>		<b>780</b>	<b>82.97</b>	<b>SP</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan bahwa total skor penilaian responden terhadap cita rasa produk yaitu 201 dan angka indeks kepuasan konsumen mengenai cita rasa yaitu sebesar 85.53% sehingga interpretasinya (Gambar 3) tergolong sangat puas (SP). Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, responden terbanyak memberikan nilai

puas karena menurut responden cita rasa dari produk yang ditawarkan pada Bakso Campur Surabaya enak dan gurih, sedangkan responden memilih netral karena menurut konsumen citarasanya tidak ada bedanya dengan bakso di tempat lain.

Hasil penilaian terhadap penampilan fisik produk berdasarkan Tabel 2 menunjukkan nilai total 186 dan angka indeks kepuasan konsumen sebesar 79.14% sehingga interpretasinya tergolong puas (P). Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian puas untuk penampilan fisik dari produk karena menarik perhatian konsumen sedangkan responden memilih netral karena menurut konsumen penampilan fisik dari produk biasa saja.

Tabel 2 menunjukkan bahwa dalam hal kebersihan dalam penyajian, responden memberikan penilaian dengan total skor 204 dan angka indeks kepuasan konsumen sebesar 86.80% sehingga interpretasinya sangat puas (SP). Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian sangat puas untuk kebersihan dalam penyajian karena pada makanan disajikan, responden melihat bahwa penyajian makanan bersih.

Responden memberikan total skor 189 dan indeks kepuasan konsumen sebesar 80.42% untuk indikator variasi produk. Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian sangat puas untuk variasi produk karena memang produk yang ditawarkan di Bakso Campur Surabaya sangat banyak dan beragam, sedangkan responden memilih netral karena menurut konsumen variasi produk tidak ada bedanya dengan tempat bakso yang lain.

Berdasarkan Tabel 2, secara keseluruhan kepuasan konsumen terhadap produk tergolong sangat puas (SP). Hal ini mengindikasikan bahwa Bakso Campur Surabaya harus mempertahankan produk yang ditawarkan pada konsumen.

### **Kepuasan Konsumen Terhadap Harga**

Kepuasan konsumen terhadap harga dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator-indikator yaitu terjangkau atau tidaknya harga, harga sesuai dengan cita rasa, dan harga sesuai dengan porsi. Adapun kepuasan konsumen terhadap harga disajikan dalam Tabel 3.

**Tabel 3. Kepuasan Konsumen Terhadap Harga**

No	Indikator	Skor Total	Indeks (%)	Interpretasi
1	Terjangkau atau tidak harga	170	72.34	P
2	Harga sesuai dengan cita rasa	176	74.89	P
3	Harga sesuai dengan porsi	182	77.44	P
<b>Total</b>		<b>528</b>	<b>74.89</b>	<b>P</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa total skor penilaian responden terhadap indikator terjangkau atau tidak harga yaitu 170 dan indeks kepuasan konsumen sebesar 72.34% sehingga tergolong pada kategori puas (P). Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian puas pada harga yang terjangkau karena harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan produk yang disediakan.

Hasil penilaian terhadap indikator harga sesuai dengan cita rasa menunjukkan nilai total 176 dan angka indeks kepuasan konsumen sebesar 74.89% sehingga interpretasinya tergolong puas (P). Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian puas karena kualitas rasa dari setiap produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan, sedangkan responden memilih netral dengan alasan cita rasa masih biasa.

Responden memberikan penilaian dengan total skor 182 dan indeks kepuasan konsumen sebesar 77.44% untuk indikator harga sesuai dengan porsi, sehingga interpretasinya tergolong puas (P). Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian puas untuk harga sesuai porsi karena memang porsi yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga di tetapkan, sedangkan responden memilih netral karena porsinya masih sama dengan beberapa tempat makan bakso lain tapi harganya berbeda.

Tabel 3 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kepuasan konsumen terhadap harga tergolong puas (P).

### **Kepuasan Konsumen Terhadap Promosi**

Kepuasan konsumen terhadap promosi dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator-indikator yaitu pengiklanan yang dilakukan di sosial media, pengiklanan melalui grab dan gojek, serta hubungan karyawan dan konsumen dalam

mempromosikan produk. Adapun kepuasan konsumen terhadap promosi disajikan selengkapnya dalam Tabel 4.

**Tabel 4. Kepuasan Konsumen Terhadap Promosi**

No	Indikator	Skor Total	Indeks (%)	Interpretasi
1	Pengiklanan yang dilakukan di sosial media	92	39.14	TP
2	Pengiklanan melalui grab dan gojek	174	74.04	P
3	Hubungan karyawan dan konsumen dalam mempromosikan produk	204	86.80	SP
<b>Total</b>		<b>470</b>	<b>66.66</b>	<b>N</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa total skor penilaian responden terhadap indikator pengiklanan yang dilakukan di sosial media yaitu 92, dengan indeks kepuasan konsumen sebesar 39.14% sehingga interpretasinya tidak puas (TP). Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian tidak puas untuk pengiklanan yang dilakukan di sosial media karena memang pengiklanan di sosial media sudah tidak aktif sehingga konsumen sulit mendapat informasi melalui sosial media.

Hasil penilaian terhadap indikator pengiklanan melalui grab dan gojek menunjukkan nilai total 174, dengan indeks kepuasan konsumen 74.04% sehingga tergolong dalam kategori puas (P). Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian puas karena menurut responden pengiklanan melalui grab dan gojek membantu responden untuk mengetahui keberadaan Bakso Campur Surabaya ini beserta dengan menu-menu yang ditawarkan dan memesan tanpa harus datang ke lokasi.

Responden memberikan penilaian dengan total skor 204 dan indeks kepuasan konsumen sebesar 86.80% untuk indikator hubungan karyawan dan konsumen dalam mempromosikan produk, sehingga interpretasinya sangat puas (SP). Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan penilaian sangat puas karena karyawan sudah sangat baik dalam mempromosikan produk-produk yang ada.

Tabel 4 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kepuasan konsumen terhadap

promosi tergolong netral (N). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlu adanya peningkatan promosi, terlebih khusus pada media sosial untuk memberikan kemudahan terhadap konsumen dalam hal informasi mengenai produk.

### **Kepuasan Konsumen Terhadap Lokasi**

Kepuasan konsumen terhadap lokasi dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator-indikator yaitu lokasi yang mudah dijangkau, kebersihan dan kenyamanan ruangan makan, serta fasilitas yang disediakan. Adapun kepuasan konsumen terhadap lokasi disajikan selengkapnya dalam Tabel 5.

**Tabel 5. Kepuasan Konsumen Terhadap Lokasi**

No	Indikator	Skor Total	Indeks (%)	Interpretasi
1	Lokasi yang mudah dijangkau	198	84.25	SP
2	Kebersihan dan kenyamanan ruangan makan	219	93.19	SP
3	Fasilitas yang disediakan	193	82.12	SP
<b>Total</b>		<b>610</b>	<b>86.52</b>	<b>SP</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel 5 menunjukkan bahwa total skor penilaian responden terhadap indikator lokasi yang mudah dijangkau yaitu 198, dengan indeks kepuasan konsumen sebesar 84.25% sehingga interpretasinya sangat puas (SP). Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai sangat puas karena lokasi dari Bakso Campur Surabaya sangat strategis dan sangat mudah untuk dijangkau.

Hasil penilaian terhadap indikator kebersihan dan kenyamanan ruang makan menunjukkan nilai total 219, dengan indeks kepuasan konsumen sebesar 93.19% sehingga tergolong dalam kategori sangat puas (SP). Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai sangat puas karena kebersihan dan kenyamanan di Bakso Campur Surabaya sangat terjaga.

Responden memberikan penilaian dengan total skor 193 dan indeks kepuasan konsumen sebesar 82.12% untuk indikator fasilitas yang disediakan, sehingga interpretasinya sangat puas (SP). Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai sangat puas karena fasilitas yang disediakan di Bakso Campur Surabaya sangat memadai dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, sedangkan responden memilih netral

karena masih ada beberapa yang kurang seperti wifi, tetapi fasilitas yang lain sudah memadai.

Tabel 5 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kepuasan konsumen terhadap lokasi tergolong sangat puas (SP), sehingga pihak Bakso Campur Surabaya perlu mempertahankan performa dari ketiga indikator.

### Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator-indikator yaitu penampilan fisik, keandalan jasa pelayanan, daya tanggap, keyakinan, dan empati. Adapun kepuasan konsumen terhadap pelayanan disajikan selengkapnya dalam Tabel 6.

**Tabel 6. Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan**

No	Indikator	Skor Total	Indeks (%)	Interpretasi
1	Penampilan fisik	171	72.76	P
2	Keandalan	197	83.83	SP
3	Daya tanggap	209	88.94	SP
4	Keyakinan	214	91.06	SP
5	Empati	174	74.04	P
<b>Total</b>		<b>965</b>	<b>82.13</b>	<b>SP</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel 5 menunjukkan bahwa total skor penilaian responden terhadap indikator penampilan fisik yaitu 171 dengan indeks kepuasan konsumen sebesar 72.76% sehingga interpretasinya tergolong puas (P). Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai puas karena penampilan fisik dari karyawan dalam berpakaian sudah baik, sedangkan responden memilih netral karena ada beberapa karyawan yang tidak memakai seragam.

Hasil penilaian terhadap indikator keandalan jasa pelayanan menunjukkan nilai total 197, dengan indeks kepuasan konsumen sebesar 83.82% sehingga tergolong dalam kategori sangat puas (SP). Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai sangat puas karena menurut konsumen penyajian produk yang dipesan oleh konsumen cepat disajikan, sedangkan responden memilih netral karena kadang ada keterlambatan dalam mengantar pesanan.

Responden memberikan penilaian dengan total skor 209 dan indeks kepuasan konsumen sebesar 88.89% untuk indikator daya tanggap, sehingga interpretasinya sangat puas (SP).

Berdasarkan hasil penilaian, responden menilai sangat puas karena semua karyawan memiliki daya tanggap yang baik dan selalu siap sedia ketika konsumen membutuhkan bantuan.

Responden memberikan penilaian dengan total skor 214 dan indeks kepuasan konsumen sebesar 91.06% untuk indikator keyakinan, sehingga interpretasinya tergolong sangat puas (SP). Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai sangat puas karena semua karyawan menguasai setiap menu-menu yang ada sehingga tidak kebingungan ketika konsumen bertanya.

Indikator empati memiliki total skor 174, dengan indeks kepuasan konsumen sebesar 74.04% sehingga tergolong dalam kategori puas (P). Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai puas karena setiap karyawan ramah dan sopan kepada konsumen, serta selalu peka dengan keinginan konsumen, sedangkan responden memilih tidak puas karena ada beberapa karyawan yang dianggap tidak ramah.

Tabel 6 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kepuasan konsumen terhadap pelayanan tergolong sangat puas (SP). Hal ini mengindikasikan bahwa pihak Bakso Campur Surabaya perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang baik dari karyawan kepada konsumen agar konsumen dapat merasa nyaman, serta tidak menutup kemungkinan untuk datang kembali jika merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan.

### Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Konsumen

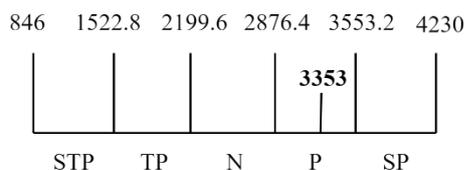
Berdasarkan hasil analisis data penelitian didapatkan jumlah skor dari aspek-aspek yang diteliti yaitu produk, harga, promosi, lokasi, dan pelayanan. Rekapitulasi skor disajikan dalam Tabel 7.

**Tabel 7. Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Konsumen**

No	Variabel	Skor Total	Indeks (%)	Interpretasi
1	Produk	780	82.97	SP
2	Harga	528	74.89	P
3	Promosi	470	66.66	N
4	Lokasi	610	86.52	SP
5	Pelayanan	965	82.13	SP
<b>Total</b>		<b>3353</b>	<b>393.17</b>	<b>P</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

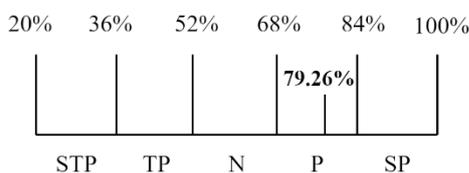
Tabel 7 menunjukkan bahwa total skor yang diperoleh sebesar 3.343.



Gambar 4. Hasil Skor Keseluruhan Indikator

Secara persentase, angka indeks tingkat kepuasan konsumen terhadap Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado yaitu:

$$IKK = \frac{3353}{4230} \times 100\% = 79.26$$



Gambar 5. Indeks Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala likert, maka dapat diketahui bahwa angka indeks tingkat kepuasan konsumen Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado dari segi produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan berada pada titik 79.26% dan tergolong pada kategori puas (P). Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengelola Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado telah mencapai tingkat kepuasan konsumen meskipun masih ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan. Masalah utama berada pada segi promosi yang dilakukan di *social media* yang dimana konsumen merasa tidak puas dengan promosi yang di lakukan oleh Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado di *social media*. Pada indikator promosi yang dilakukan di social media pihak pengelola Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado harus lebih memperhatikan karena konsumen merasa Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado kurang aktif di bagian promosi di social media sehingga sulit membangun koneksi dengan konsumen.

Berdasarkan hasil pengambilan data keseluruhan terdapat 5 variabel yang dinilai oleh

konsumen konsumen Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado yaitu dari segi produk, harga, promosi, lokasi dan pelayanan. Variabel lokasi memiliki tingkat kepuasan konsumen paling tinggi yaitu sebesar 86.52%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap pelayanan yang disediakan dan disajikan oleh Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado dari segi produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan berada pada titik 79.26%. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengelola Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado telah mencapai tingkat kepuasan konsumen meskipun masih ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu pihak Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado harus lebih meningkatkan lagi kepuasan konsumen berdasarkan variabel promosi, karena pada indikator promosi yang di lakukan di *social media*, banyak konsumen yang tidak puas karena karena Bakso Campur Surabaya kurang aktif dalam melakukan promosi di *social media* sehingga konsumen sulit mendapatkan informasi dari Bakso Campur Surabaya, sedangkan untuk variabel pelayanan, dapat lebih meningkatkan lagi empati yaitu keramahan karyawan, sehingga konsumen akan merasa lebih nyaman dalam proses pelayanan yang ada di Bakso Campur Surabaya di Bahu Mall Kota Manado.

## DAFTAR PUSTAKA

Adi, A. F. R., & Yoestini, Y. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang) (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).

Janti, S. 2015. Analisis Validitas dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Penerapan Strategic Planning Sistem Informasi Garmen: Studi Kasus PT. Asga Indocare. *SNIT*, 1(1), 67-72.

Remiasa, M., & Lukman, Y. 2007. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop Asing dan Coffee Shop Lokal. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(2), 70-79.

Sugiyono. 2006. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Alfabet. Bandung.

Sukmawati, R. 2018. Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen garden cafe koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(2), 130-142.