

## **Kepuasan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Rumah Makan “Juli Kuliner” Di Boulevard Kota Manado**

### *Consumer Satisfaction with the Restaurant Marketing Mix “Juli Kuliner” In Manado City Boulevard*

**Melvinia Maria Lukar**<sup>(1)(\*)</sup>, **Gene H. M. Kapantow**<sup>(2)</sup>, **Ellen G. Tangkere**<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: melviniamaria@gmail.com

---

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

: Kamis, 16 Mei 2024

Disetujui diterbitkan

: Jumat, 31 Mei 2024

---

#### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the level of customer satisfaction with the marketing mix of Juli Culinary Restaurant in Manado City Boulevard. The data collected in this study are primary data taken by survey with the technique of asking questions directly to consumers, using a questionnaire, and secondary data obtained from the business related to this research, such as the history of the “juli kuliner” restaurant. Sampling by accidental sampling and obtained as many as 88 respondents. The data analysis used in this study is descriptive analysis which is analyzed using an attitude measurement scale or Likert scale. The results showed that in general the level of consumer satisfaction was in the very satisfied category of 84%, with the highest level of satisfaction being the strategic location of 90%. However, there is one variable, namely promotion, which is still in the satisfied category with a satisfaction index of 79%.*

*Keywords : marketing mix; consumer satisfaction; promotion*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran Rumah makan Juli Kuliner di Boulevard Kota Manado. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil secara survey dengan teknik memberikan pertanyaan langsung kepada konsumen dengan menggunakan kuesioner, serta data sekunder diperoleh dari usaha tersebut yang terkait dalam penelitian ini, seperti sejarah rumah makan juli kuliner. Pengambilan sampel dengan cara accidental sampling dan didapatkan sebanyak 88 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis deskriptif yang dianalisis dengan menggunakan skala pengukuran sikap atau skala likert. Hasil penelitian menunjukkan secara umum tingkat kepuasan konsumen sudah berada pada kategori sangat puas 84%, dengan tingkat kepuasan paling tinggi yaitu lokasi strategis sebesar 90%. Namun ada satu variabel yakni promosi, masih dalam kategori puas dengan indeks kepuasan 79%.

Kata kunci : bauran pemasaran; kepuasan konsumen; promosi

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pemasaran sangat berpengaruh dalam usaha tingkat kecil dan menengah untuk menawarkan dan mengembangkan suatu produk yang dimiliki. Perencanaan dan penerapan bauran pemasaran pada setiap perusahaan akan membantu setiap usaha mudah untuk mencapai tujuan usaha. Penerapan bauran pemasaran yang tepat dan efektif dapat mempengaruhi baik motivasi maupun perilaku bila produk atau jasa yang ditawarkan didesain untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini juga sependapat dengan yang dikemukakan Kotler (2005) bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Konsep yang biasanya dijadikan sebagai keunggulan bersaing oleh suatu perusahaan yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Baker (2003) pada dasarnya, fungsi pemasaran bertanggung jawab untuk pengelolaan bauran pemasaran yang paling sederhana, dirangkum menjadi empat dari produk, harga, tempat, dan promosi.

Rumah makan Juli Kuliner merupakan salah satu bisnis makanan di Manado dengan menawarkan berbagai macam makanan sarapan pagi. Juli Kuliner berada di Jln Pierde Tendeand, Kecamatan Sario, Kota Manado yang bertepatan di Boulevard, yang mampu bertahan ditengah maraknya persaingan rumah makan, sudah selayaknya rumah makan ini memprioritaskan kepuasan bagi konsumennya. Kebanyakan konsumen yang berkunjung dan membeli di Rumah makan Juli Kuliner untuk mengkonsumsi sarapan pagi seperti nasi kuning, bubur ayam, kolak kacang ijo, gado-gado, kukis dan masih banyak variasi makanan yang diperjual belikan. Persaingan yang begitu ketat membuat rumah makan Juli Kuliner perlu menyusun bauran pemasaran yang tepat, khususnya yang terkait dengan bauran pemasaran agar konsumen yang sudah ada tidak beralih ke pesaing lainnya. Bauran pemasaran yang dikelola oleh Juli Kuliner

sudah memperjual belikan secara online dan konsumen yang datang langsung ke lokasi untuk membeli makanan. Untuk membuat bauran pemasaran yang tepat maka perlu dilakukan penelitian kepada konsumen apakah bauran pemasaran yang diterapkan rumah makan Juli Kuliner selama ini telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen khususnya yang membeli secara langsung di lokasi Juli Kuliner. Berdasarkan data pembeli pada Juli Kuliner paling dominan yang makan langsung di tempat. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana penilaian konsumen yang mengkonsumsi produk secara langsung terhadap bauran pemasaran di Rumah makan Juli Kuliner.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran rumah makan Juli Kuliner di Boulevard Kota Manado.

### Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemilik Rumah makan Juli Kuliner dalam pengelolaan usaha dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengembangan usaha, dan dimasa yang akan datang dapat meningkatkan penjualan produk-produk yang ditawarkan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Januari 2024 yang dimulai dari persiapan sampai penyusunan laporan penelitian. Lokasi yang dilaksanakan adalah Rumah makan Juli Kuliner di Boulevard Kota Manado.

### Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder, data primer yang akan diambil secara survey dengan teknik memberikan pertanyaan langsung kepada

konsumen, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian ini dan data sekunder diperoleh dari usaha tersebut yang terkait dalam penelitian ini, seperti sejarah Rumah makan Juli Kuliner.

### Metode Pengumpulan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu langsung dengan peneliti dan yang membeli secara langsung di lokasi Juli Kuliner dapat dijadikan sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin dengan jumlah populasi sebanyak 700, dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 88 responden.

### Konsep Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini, yaitu:

1. Karakteristik responden
  - a) Jenis kelamin
  - b) Umur (tahun)
  - c) Tingkat pendidikan
  - d) Pekerjaan
2. Produk (*product*)
  - a) Menu produk yang bervariasi
  - b) Cita rasa
  - c) Produk yang disajikan higienis
3. Harga (*price*)
  - a) Harga jual produk yang terjangkau
  - b) Harga sesuai dengan isi
  - c) Harga sesuai dengan rasa
4. Tempat (*place*)
  - a) Kebersihan tempat penjualan
  - b) Kenyamanan tempat penjualan
  - c) Tempat terjangkau dan strategis
5. Promosi (*promotion*)
  - a) Promosi yang dilakukan
  - b) Promosi dari pelanggan yang lain
  - c) Promosi melalui media

### Metode Analisis Data

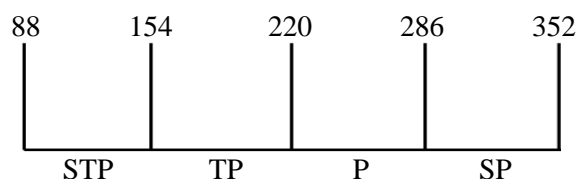
Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis deskriptif yang dianalisis dengan menggunakan skala pengukuran sikap atau Skala Likert, yaitu

pemberian skor tertinggi dan terendah dari masing-masing jawaban pertanyaan yang akan diajukan kepada responden. Dalam penelitian ini ditentukan skor tertinggi dan terendah. Jawaban pertanyaan tertinggi diberi nilai 4 sedangkan jawaban terendah diberi nilai 1 dengan kategori secara berturut-turut yaitu sangat puas, puas, tidak puas, dan sangat tidak puas.

Jumlah skor tiap indikator didapatkan dengan mengalikan capaian skor dengan jumlah responden:

$$\begin{aligned}
 S4 &= 4 \times 88 = 352 \\
 S3 &= 3 \times 88 = 264 \\
 S2 &= 2 \times 88 = 175 \\
 S1 &= 1 \times 88 = 88
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, didapatkan jumlah skor tertinggi untuk setiap indikator yaitu 352 (sangat puas) dan terendah 88 (sangat tidak puas).

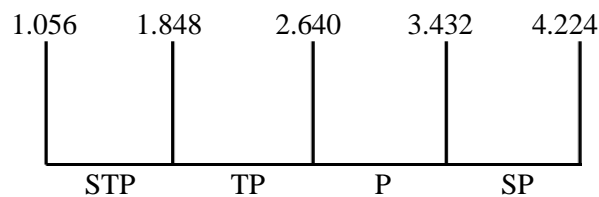


Gambar 1. Interpretasi nilai masing-masing indikator.

Skor keseluruhan dihitung dengan mengalikan capaian skor dengan jumlah responden dan jumlah instrumen pertanyaan:

$$\begin{aligned}
 S4 &= 4 \times 88 \times 12 = 4.224 \\
 S3 &= 3 \times 88 \times 12 = 3.168 \\
 S2 &= 2 \times 88 \times 12 = 2.112 \\
 S1 &= 1 \times 88 \times 12 = 1.056
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, didapatkan jumlah skor keseluruhan tertinggi yaitu 4.224 (sangat puas) dan terendah 1.056 (sangat tidak puas).

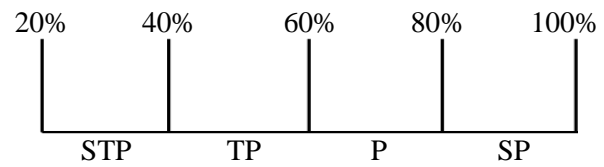


Gambar 2. Interpretasi nilai keseluruhan indikator.

Indeks kepuasan konsumen adalah data dan informasi tentang kepuasan konsumen yang diperoleh dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan variable dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan. Adapun indeks kepuasan konsumen dihitung dengan rumus:

$$\text{Kepuasan} = \frac{\text{Jumlah skor pengumpulan data}}{\text{Jumlah skor ideal tertinggi}} \times 100\%$$

Adapun interpretasi persentase indeks kepuasan konsumen berdasarkan hasil perhitungan indeks kepuasan, yaitu:



Gambar 3. Persentase Indeks Kepuasan Konsumen.

- Keterangan:  
 STP = 20% - 40%  
 TP = 41% - 60%  
 P = 61% - 80%  
 SP = 81% - 100%

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Tempat Penelitian

Pada awalnya usaha Juli Kuliner hanya menjual makanan ringan di sebuah ruko kecil yang dimulai pada tahun 2013 yang bertepatan pindahnya pemilik ke Manado. Seiring berkembangnya waktu, usaha yang didirikan pada tahun 2013 itu yang menjual makanan ringan tidak memiliki perkembangan serta kurangnya minat masyarakat yang mengkonsumsi makanan ringan, akhirnya usaha Juli Kuliner merubah konsep penjualan menjadi rumah makan pada tahun 2017 yang menjual berbagai makanan berat berupa nasi kuning, kolak kacang hijau, bubur manado dan masih banyak menu makanan berat lainnya.

### Karakteristik Responden

Konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang mengkonsumsi makanan di Rumah makan Juli Kuliner. Penyajian data mengenai identitas responden dalam penelitian ini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang responden. Adapun gambaran tentang responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

### Jenis Kelamin

Jenis kelamin yaitu suatu perbedaan antara laki-laki dan perempuan yang menjadi pelanggan atau responden Juli Kuliner. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Laki-laki	50	57
2	Perempuan	38	43
<b>Total</b>		<b>88</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden rumah makan Juli Kuliner adalah laki – laki dengan jumlah 50 responden dengan presentase 57%, sedangkan responden perempuan sebanyak 38 responden dengan presentase 43%.

### Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur disajikan dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Umur Responden**

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase
1	< 30	36	41
2	31 – 41	24	27
3	> 42	28	32
<b>Total</b>		<b>88</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak pada umur dibawah 30 tahun dengan jumlah 36 responden dengan presentase 41%, sedangkan jumlah responden terendah ada pada umur antara 31 – 41 dengan jumlah responden 24 dengan presentase sebesar 27% dan untuk usia responden yang berada diatas 42 tahun sebanyak 28 responden dengan presentase sebesar 32%.

### Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu kondisi jenjang pendidikan yang dimiliki oleh seseorang melalui pendidikan formal. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan disajikan dalam Tabel 3.

**Tabel 3. Tingkat Pendidikan Responden**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	SMA/SMK	44	50
2	Perguruan Tinggi	44	50
<b>Total</b>		<b>88</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden terdiri atas SMA/SMK dan Perguruan Tinggi, dengan persentase masing-masing 50%.

### Pekerjaan

Pekerjaan merupakan profesi yang digeluti oleh seseorang dalam memenuhi sebuah kebutuhan sehari-hari. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan dalam Tabel 4.

**Tabel 4. Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Mahasiswa	9	10
2	Swasta	24	27
3	TNI/POLRI	20	23
4	IRT	8	9
5	Freelance	9	10
6	PNS/Honoror	18	20
<b>Total</b>		<b>88</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4 menunjukkan jumlah responden terbanyak adalah pekerjaan swasta dengan jumlah 24 responden dengan presentase 27%, sedangkan responden terkecil adalah IRT dengan jumlah responden sebanyak 8 responden dengan presentase 9%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden adalah pekerja swasta.

### Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Makan Juli Kuliner

Tingkat kepuasan konsumen rumah makan Juli Kuliner diukur dengan aspek bauran pemasaran 4P (Marnis *et al.*, 2017), yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Aspek produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) yang diukur dalam penelitian ini masing-masing terdiri atas 3 indikator.

### Produk (Product)

Kepuasan konsumen akan produk dalam penelitian ini diukur berdasarkan kepuasan konsumen terhadap indikator menu produk yang bervariasi, cita rasa, dan produk yang disajikan higienis. Adapun penilaian konsumen terhadap produk disajikan dalam Tabel 5.

**Tabel 5. Penilaian Terhadap Produk**

Indikator	Skor	Indeks (%)	Interpretasi
Menu produk yang bervariasi	288	82.00	SP
Cita rasa	305	87.00	SP
Produk yang disajikan higienis	306	87.00	SP
<b>Total</b>	<b>899</b>	<b>256.00</b>	
<b>Rata-rata</b>	<b>299.67</b>	<b>85.33</b>	<b>SP</b>

Sumber: Data primer diolah (2023)

Menu yang bervariasi merupakan varian jenis makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner. Tabel 5 menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas dengan indikator variasi produk. Adapun responden merasa sangat puas karena adanya pilihan produk yang bervariasi sesuai dengan selera responden yang ditawarkan oleh pihak rumah makan.

Cita rasa pemilihan makanan dibedakan sesuai rasa makanannya yang membuat responden menilai apakah cita rasa menurut responden masuk kategori sangat puas sampai sangat tidak puas. Tabel 5 menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas dengan cita rasa makanan. Hal ini dikarenakan responden merasa bahwa cita rasa makanan yang disajikan sesuai, bahkan melebihi harapan konsumen.

Produk higienis yang dimaksud adalah kebersihan saat penyajian makanan (Juhaina, 2020), dimana sangat mempengaruhi rasa dari produk makanan. Tabel 5 menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas dengan kebersihan penyajian. Hal ini dikarenakan pihak rumah makan memperhatikan kebersihan mulai dari alat makan, meja, hingga makanan itu sendiri.

Tabel 5 menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden merasa sangat puas terhadap produk, dengan indeks kepuasan 85.33%. Hal ini disebabkan oleh produk yang ditawarkan oleh Rumah makan mulai dari produk yang banyak pilihan, cita rasa sampai dengan penyajian yang baik/ bersih sehingga bisa diterima oleh konsumen. Oleh sebab itu rumah

makan Juli Kuliner harus tetap mempertahankan cita rasa, kebersihan sampai dengan tampilan fisik produk harus dipertahankan.

### Harga (*Price*)

Kepuasan konsumen akan harga dalam penelitian ini diukur berdasarkan kepuasan konsumen terhadap indikator harga jual produk terjangkau, harga sesuai dengan isi, dan harga sesuai dengan rasa. Adapun penilaian konsumen terhadap harga disajikan dalam Tabel 6.

**Tabel 6. Penilaian Terhadap Harga**

Indikator	Skor	Indeks (%)	Interpretasi
Harga produk yang terjangkau	298	85	SP
Harga sesuai dengan isi	306	87	SP
Harga sesuai dengan rasa	288	82	SP
<b>Total</b>	<b>892</b>	<b>254</b>	
<b>Rata-rata</b>	<b>297.33</b>	<b>85</b>	<b>SP</b>

Sumber: Data primer diolah (2023)

Harga terjangkau merupakan harga yang disepakati pihak penjual dan pihak pembeli, dan pada harga ini barang yang diminta sama dengan jumlah produk yang ditawarkan. Tabel 6 menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas dengan keterjangkauan harga produk. Hal ini dikarenakan responden merasa harga yang dijual terjangkau masih dalam batas wajar dan sesuai dengan kualitas produk.

Harga yang sesuai dengan isi merupakan penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan banyaknya per porsi yang disajikan yang dapat diterima oleh konsumen. Tabel 6 menunjukkan bahwa konsumen sangat puas dengan indikator ini. Hal ini karena besar porsi yang disajikan sesuai tidak terlalu banyak ataupun sedikit untuk tingkatan harga yang ditawarkan.

Tabel 6 menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas dengan indikator ini. Hal ini karena rasa makanan yang disajikan sesuai dengan harga.

Secara keseluruhan responden merasa sangat puas terhadap harga, dengan indeks kepuasan 85%. Hal ini disebabkan oleh harga jual dari produk masih bisa terjangkau oleh konsumen, kesesuaian harga dengan rasa mendapatkan penilaian yang baik dari konsumen sampai dengan kesesuaian harga dengan isi membuat konsumen

merasa sangat puas. Dalam menawarkan produk haruslah disertai dengan harga jual yang sesuai dengan target konsumen dan kesesuaian harga adalah merupakan salah satu faktor yang menarik konsumen Rumah makan Juli Kuliner dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan.

### Tempat (*Place*)

Kepuasan konsumen akan tempat dalam penelitian ini diukur berdasarkan kepuasan konsumen terhadap indikator kebersihan, kenyamanan, dan kemudahan menjangkau tempat. Adapun penilaian konsumen terhadap tempat disajikan dalam Tabel 7.

**Tabel 7. Penilaian Terhadap Tempat**

Indikator	Skor	Indeks (%)	Interpretasi
Kebersihan rumah makan	295	84	SP
Kenyamanan tempat	293	83	SP
Tempat mudah dijangkau	317	90	SP
<b>Total</b>	<b>905</b>	<b>257</b>	
<b>Rata-rata</b>	<b>301.67</b>	<b>86</b>	<b>SP</b>

Sumber: Data primer diolah (2023)

Kebersihan rumah makan seperti pada pada lantai tempat makan menurut sebagian besar pengunjung itu sudah bersih walaupun tempat jualan Juli Kuliner lantainya masih beton yang mudah menimbulkan debu ketika berjalan. Tabel 7 menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas dengan indikator ini. Hal ini karena menurut responden, kebersihan tempat yang diberikan sangat bersih.

Kenyamanan tempat yang diberikan oleh Rumah makan Juli Kuliner di kota Manado, mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Tabel 7 menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas terhadap indikator ini. Hal ini karena responden merasa tempat dan pelayanan yang diberikan terasa nyaman.

Lokasi rumah makan Juli Kuliner yang berada disamping jalan raya memudahkan konsumen untuk mencapai atau menemukan tempat itu. Tabel 7 menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap indikator ini karena produk yang diinginkan mudah didapat sehingga menurut responden lokasinya strategis.

Secara keseluruhan responden merasa sangat puas terhadap tempat, dengan indeks kepuasan

86%. Hal ini diakibatkan karena lokasi penjualan memiliki lokasi yang sangat strategis dikarenakan lokasi Rumah makan Juli Kuliner langsung bertepatan disamping jalan raya oleh karena itu konsumen merasa sangat puas dengan lokasi tempatnya Rumah makan berdiri.

### Promosi (*Promotion*)

Kepuasan konsumen akan promosi dalam penelitian ini diukur berdasarkan kepuasan konsumen terhadap indikator promosi yang dilakukan mempengaruhi kunjungan, promosi dari pelanggan yang lain, dan promosi melalui media sosial. Adapun Adapun penilaian konsumen terhadap promosi disajikan dalam Tabel 8.

**Tabel 8. Penilaian Terhadap Promosi**

Indikator	Skor	Indeks (%)	Interpretasi
Promosi yang dilakukan mempengaruhi kunjungan	288	81	SP
Promosi dari pelanggan yang lain	280	79	P
Promosi melalui media sosial	270	76	P
<b>Total</b>	<b>838</b>	<b>236</b>	
<b>Rata-rata</b>	<b>279.33</b>	<b>79</b>	<b>P</b>

Sumber: Data primer diolah (2023)

Promosi yang dilakukan cukup mempengaruhi responden dalam kunjungannya ke tempat makan Juli Kuliner karena pengaruh dari orang lain maupun tempat makan itu sendiri. Tabel 8 menunjukkan responden merasa sangat puas dengan indikator ini karena promosi yang dilakukan mempengaruhi responden untuk mengunjungi rumah makan Juli Kuliner.

Promosi dari pelanggan lain adalah suatu cara memperkenalkan, mengkomunikasikan produk dan mengajak konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Tabel 8 menunjukkan bahwa responden merasa puas karena responden mendapatkan informasi dari pelanggan lain, namun saat mengunjungi langsung, responden merasa kurang menyukai produk yang dijual.

Promosi melalui media sosial tentu harus membentuk merek yang ditawarkan, memberikan pelayanan komunikasi dan informasi secara lengkap. Tabel 8 menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap indikator ini. Hal ini karena

hanya beberapa aplikasi yang digunakan penjual sehingga promosinya masih belum maksimal.

Secara keseluruhan responden merasa puas terhadap harga, dengan indeks kepuasan 79%. Hal ini diakibatkan karena Rumah makan Juli Kuliner belum bisa memaksimalkan promosi lewat media seperti dengan membuat konten-konten menarik yang memasarkan produknya lewat media (pembuatan video, pamflet, dll) sehingga konsumen akan merasa tertarik dengan Rumah makan Juli Kuliner, sedangkan untuk promosi dari orang lain ke orang lain kiranya bisa dimaksimalkan lagi dalam memberikan informasi terkait Rumah makan kepada konsumen yang berkunjung secara langsung sehingga interpretasinya bisa dimaksimalkan dari kategori puas menjadi sangat puas.

### Indeks Kepuasan Konsumen Rumah Makan Juli Kuliner

Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pernyataan 4.224 (Sangat Puas), jumlah skor terendah 1.056 (Sangat Tidak Puas). Berdasarkan data yang dihimpun dalam 12 pernyataan yang diajukan kepada 88 responden, maka diperoleh total skor adalah 3.534 dibagikan skor ideal tetinggi 4.224 dikalikan 100% menghasilkan angka indeks tingkar kepuasan sebesar 84% dan tergolong dalam kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan konsumen telah mencapai kepuasan saat berkunjung di Rumah makan ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pernyataan lokasi strategis yang memiliki tingkat kepuasan yang paling tinggi yaitu sebesar 90% dan pernyataan terkait dengan promosi yang memiliki presentase yang paling kecil diantaranya promosi media cetak dan media sosial (76%) dan promosi dari konsumen ke konsumen lainnya (79%).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan secara umum tingkat kepuasan konsumen sudah berada pada kategori sangat puas 84%, dengan tingkat kepuasan paling tinggi yaitu lokasi strategis

sebesar 90%. Namun ada satu variabel yakni promosi, masih dalam kategori puas dengan indeks kepuasan 79%.

### **Saran**

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian yaitu pihak Rumah makan Juli Kuliner untuk lebih dapat meningkatkan lagi kepuasan konsumen dengan meningkatkan promosi. Seperti memaksimalkan promosi lewat media dengan membuat konten-konten menarik (pembuatan video, pamflet dll) konsumen akan merasa tertarik dengan Rumah makan Juli Kuliner.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Baker, M. 2003. *The Marketing Book 5th edition*. Butterworth Heinemann.
- Juhaina, E. 2020. Keamanan makanan ditinjau dari aspek higiene dan sanitasi pada penjamah makanan di sekolah, warung makan dan rumah sakit. *Electronic Journal Scientific of Environmental Health And Disease*, 1(1).
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Jakarta: PT. Indeks.
- Marnis, M., & Nursina, N. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Bauran Pemasaran Bisnis Makanan dan Minuman di Bekasi terhadap Pemenuhan Kepuasan Konsumen. *Ikraith Humaniora*, 1(2), 36-44.