

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto Yogyakarta. Dari penelitian ini dapat diperoleh data mengenai identitas responden dan tingkat kepuasan konsumen. Dari data tersebut kemudian dihitung menggunakan statistik deskriptif untuk dapat menggambarkan data penelitian. Kemudian untuk analisis data kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan menggunakan analisis indeks kepuasan pelanggan dan tingkat kesesuaian untuk membandingkan tingkat kenyataan dan tingkat harapan konsumen.

1. Data Responden

Penelitian ini diambil dengan jumlah responden 89 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke konsumen yang datang di Mr.Teto yang makan di tempat yang berjumlah lebih dari 89 orang untuk mengantisipasi apabila ada data yang rusak (tidak lengkap). Pembagian kuesioner di mulai saat konsumen sudah selesai order makanan kemudian kuesioner diambil setelah konsumen meninggalkan tempat makan, sehingga konsumen dapat mengisi angket setelah menikmati sajian makanan di Mr.Teto.

Dalam penelitian ini, penyajian data mengenai identitas responden sangat penting. Hal ini ditujukan untuk menggambarkan data diri responden dan data konsumen yang datang ke Mr.Teto. Identitas responden penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan frekuensi kedatangan responden.

Berikut ini akan dibahas mengenai data kondisi responden sebagai berikut.

a. Jenis Kelamin

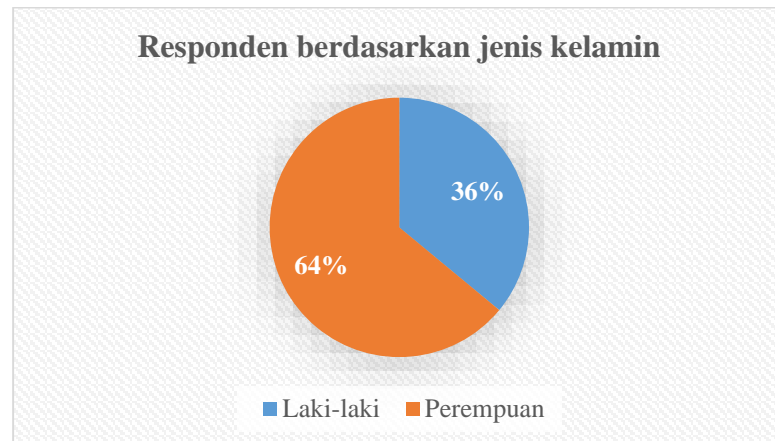
Pada hasil penelitian ini dapat diperoleh perbandingan karakteristik responden jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 10. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah responden	Presentase
Laki-laki	32	36%
Perempuan	57	64%
Total	89	100%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat digambarkan pada diagram dibawah ini.



Gambar 2. Diagram responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen yang datang ke Mr.Teto adalah konsumen berjenis kelamin perempuan. Responden konsumen perempuan sebanyak 57 orang atau 64%, sedangkan responden konsumen laki-laki berjumlah 32 orang atau 36%. Dari data tersebut dapat diperoleh data bahwa konsumen di Mr.Teto Yogyakarta didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih konsumtif dan tertarik untuk mencoba kuliner dibanding laki-laki.

b. Umur

Konsumen yang datang ke Mr.teto setiap hari jumlahnya banyak dan bervariasi, maka dapat memungkinkan umur konsumen juga bervariasi. Disisi lain, umur konsumen dapat mempengaruhi tindakan atau keputusan konsumen dalam memilih dan memakai suatu produk atau pelayanan. Pada hasil penelitian ini dapat diketahui rentang umur responden yang disajikan pada tabel berikut ini.

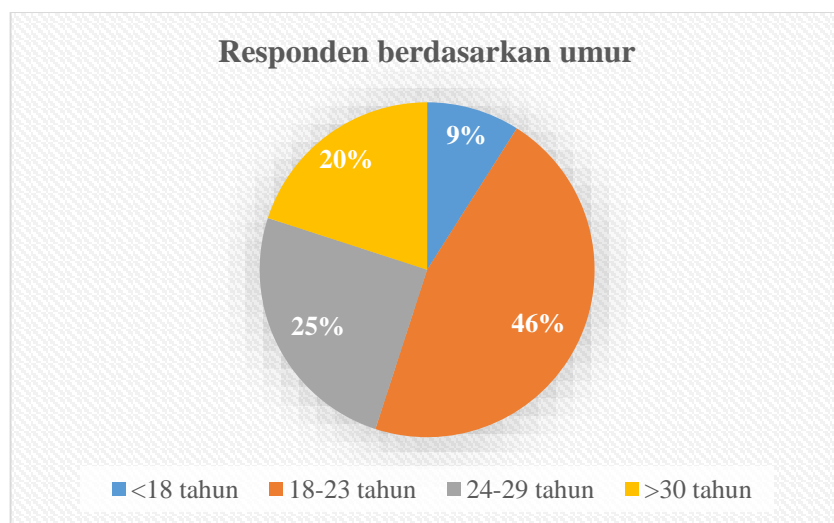
Tabel 11. Karakteristik responden berdasarkan umur

Umur	Jumlah responden	Presentase
------	------------------	------------

<18 tahun	8	9%
18-23 tahun	41	46%
24-29 tahun	22	25%
>30 tahun	18	20%
Total	89	100%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan umur dapat digambarkan diagram sebagai berikut.



Gambar 3. Diagram data responden berdasarkan umur

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa responden terbanyak Mr.Teto berumur 18-23 tahun sebanyak 41 orang atau sebesar 46%, kemudian diikuti usia 24-29 tahun sebanyak 22 orang atau sebesar 25%, umur >30 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 20% dan yang paling sedikit berumur <18 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 9%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Mr.Teto mayoritas berumur 18-23 tahun. Umur 18-23 pada umumnya memiliki keinginan untuk menikmati kuliner untuk kepuasan diri atau untuk mencoba berbagai macam kuliner.

c. Pekerjaan

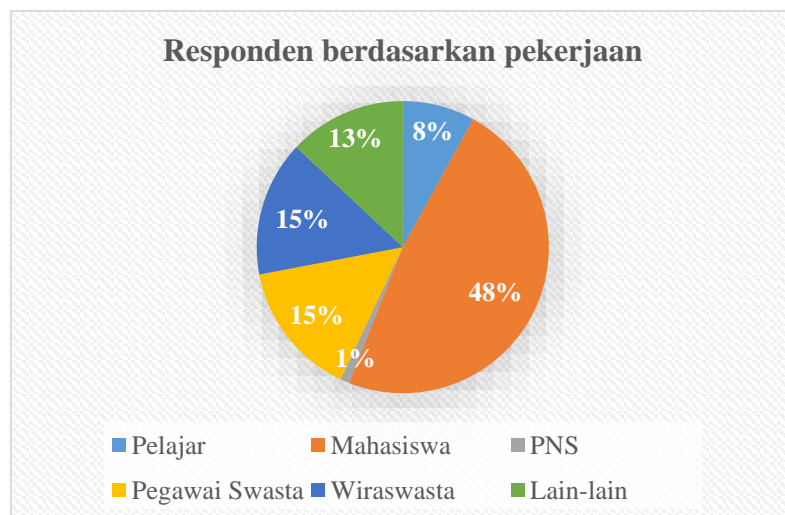
Pada hasil penelitian ini dapat diperoleh data mengenai pekerjaan responden yang disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 12. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah responden	Presentase
Pelajar	7	8%
Mahasiswa	43	48%
PNS	1	1%
Pegawai Swasta	13	15%
Wiraswasta	13	15%
Lain-lain	12	13%
Total	89	100%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Berdasarkan tabel 12, karakteristik pekerjaan responden dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 4. Diagram data responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan tabel 10, dapat diketahui bahwa konsumen Mr.Teto terbanyak adalah mahasiswa sebanyak 43 orang atau sebesar 48%. Untuk responden dengan pekerjaan pegawai swasta dan wiraswasta jumlahnya sama masing-masing sebanyak 13 orang atau sebesar 15%, responden dengan pekerjaan lain-lain sebanyak 12 orang atau sebesar 13%, responden dengan pekerjaan pelajar sebanyak 7 orang atau sebanyak 8%, dan yang paling sedikit responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 1 orang atau sebesar 1% .

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Mr.Teto berasal dari kalangan mahasiswa.

d. Frekuensi Kedatangan

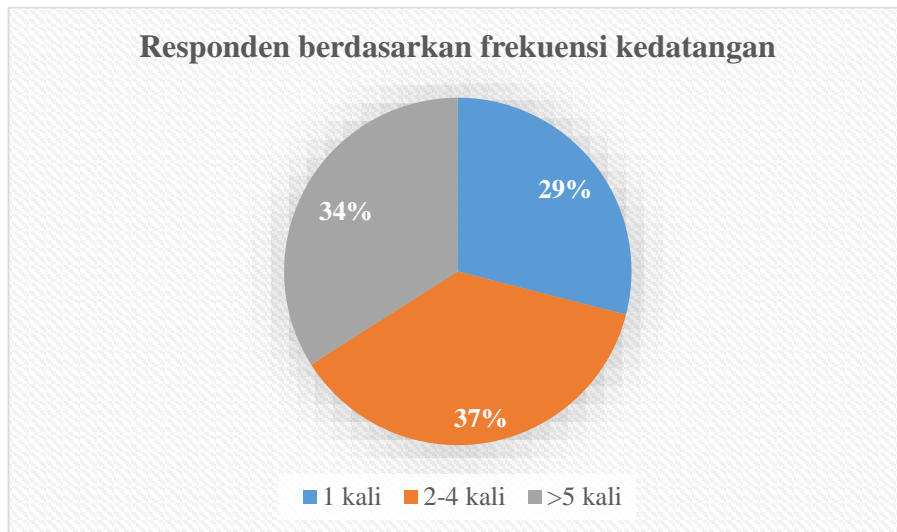
Pada hasil penelitian ini dapat diperoleh data mengenai frekuensi kedatangan responden ke Mr.Teto. Berikut disajikan data mengenai data responden berdasarkan frekuensi kedatangan ke Mr.Teto.

Tabel 13. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi kedatangan

Frekuensi kedatangan	Jumlah responden	Presentase
1 kali	26	29%
2-4 kali	33	37%
>5 kali	30	34%
Total	89	100%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Berdasarkan tabel 13, klasifikasi responden berdasarkan kedatangan responden dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 5. Diagram data responden berdasarkan frekuensi kedatangan

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan frekuensi kedatangan ke Mr.Teto 2-4 kali yaitu sebanyak 33 orang atau sebesar 37%. Untuk frekuensi kedatangan >5 kali ada 30 orang atau sebesar 34%. Dan untuk frekuensi kedatangan konsumen 1 kali sebanyak 26 orang atau sebesar 29%. Dari data tersebut dapat diperoleh bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden dengan frekuensi kedatangan lebih dari 1 kali. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas terhadap kualitas produk/pelayanan yang diberikan oleh Mr.Teto.

2. Hasil Analisis Kepuasan Konsumen

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk

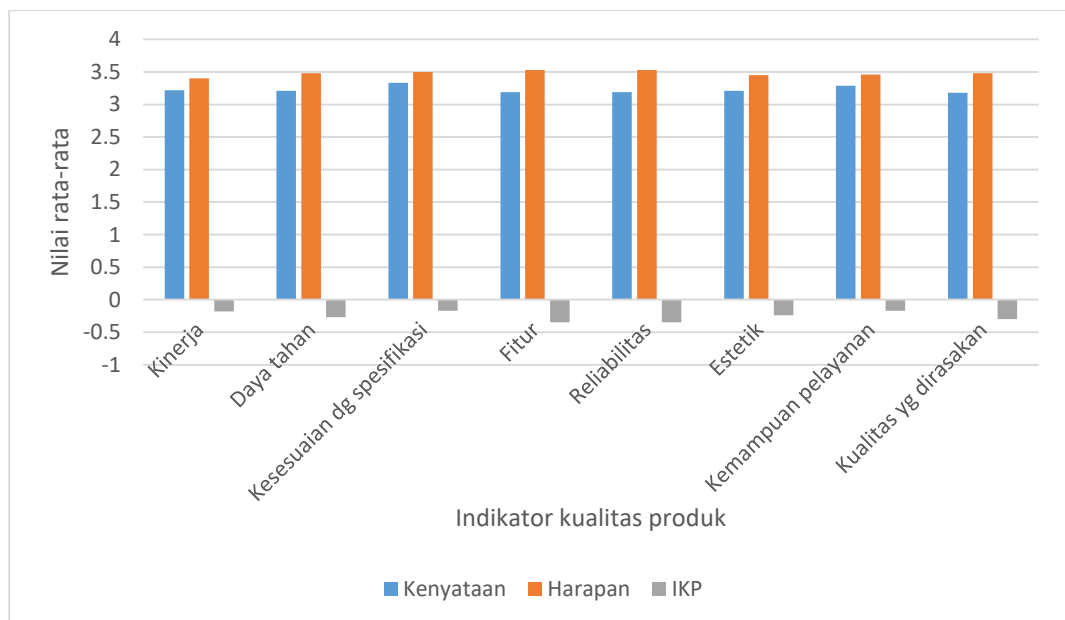
Pada penelitian ini, pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sejumlah 89 responden. Penilaian kualitas produk di Mr.Teto Yogyakarta terdiri dari harapan konsumen dan kenyataan yang terjadi. Kualitas produk pada harapan konsumen merupakan kualitas produk yang diharapkan oleh

responden agar menjadi kenyataan. Sedangkan kualitas produk pada kenyataan yang terjadi merupakan kualitas produk yang telah diterima konsumen pada saat itu (kenyataan). Berikut hasil penilaian responden tentang rata-rata indikator kualitas produk di Mr.Teto.

Tabel 14. Nilai rata-rata indikator kualitas produk

No.	Indikator	Tingkat kenyataan	Tingkat Harapan	IKP
1.	Kinerja	3,22	3,40	-0,18
2.	Daya tahan	3,21	3,48	-0,27
3.	Kesesuaian dengan spesifikasi	3,33	3,50	-0,17
4.	Fitur	3,06	3,39	-0,34
5.	Reliabilitas	3,19	3,53	-0,35
6.	Estetik	3,21	3,45	-0,24
7.	Kemampuan pelayanan	3,29	3,46	-0,17
8.	Kualitas yang dirasakan	3,18	3,48	-0,30
Rata-rata		3,21	3,46	-0,25

Sumber: Data penelitian, 2018



Gambar 6. Grafik nilai rata-rata indikator kualitas produk

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa IKP tertinggi terletak pada indikator reliabilitas dan fitur. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen pada indikator tersebut lebih tinggi dari kenyataan yang terjadi di Mr.Teto.

Dari tabel rata-rata skor penilaian konsumen terhadap kualitas produk (lampiran) dapat diketahui bahwa nilai rata-rata total dari kualitas produk pada tingkat kenyataan yaitu sebesar 3,23. Rata-rata tertinggi untuk kualitas produk yang diterima oleh konsumen terdapat pada pernyataan nomor 9 yaitu “Makanan disajikan secara lengkap (sate disajikan dengan saus kacang, soto disajikan dengan sambal dan kecap)” dengan nilai rata-rata 3,38. Sedangkan untuk rata-rata terendah untuk kualitas produk yang diterima terdapat pada pernyataan nomor 12 yaitu “Makanan yang disajikan sesuai dengan gambar pada menu” dengan nilai rata-rata 2,96.

Nilai rata-rata jumlah pada harapan konsumen terhadap kualitas produk adalah 3,47. Rata-rata tertinggi pada tingkat harapan konsumen terhadap kualitas produk terdapat pada nomor 15 yaitu “Kebersihan makanan yang disajikan kepada konsumen terjaga dengan baik” dengan rata-rata 3,64. Sedangkan rata-rata terendah pada tingkat harapan konsumen terhadap kualitas produk terdapat pada pernyataan nomor 3 yaitu “Makanan yang disajikan porsinya pas/standar” dengan rata-rata 3,34.

Pengukuran kepuasan konsumen diukur dengan analisis tingkat kesesuaian antara tingkat harapan konsumen dengan tingkat kenyataan kualitas produk yang terjadi. Hal ini bertujuan agar dapat mengetahui apakah konsumen sudah merasa

puas dengan kinerja perusahaan atau sebaliknya. Apabila nilai tingkat kesesuaian $\geq 100\%$ maka kinerja (kenyataan) Mr.Teto sudah memenuhi dan melebihi harapan konsumen sehingga dapat dikatakan konsumen merasa sangat puas, dan sebaliknya apabila nilai tingkat kesesuaian $< 100\%$ maka kinerja Mr.Teto belum memenuhi harapan konsumen, sehingga dapat dikatakan konsumen merasa belum puas. Data penilaian tingkat kesesuaian kualitas produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 15. Tingkat kesesuaian kualitas produk pada indikator kinerja

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Kinerja				
1	Makanan yang disajikan rasanya enak	296	312	94,87%
2	Makanan yang disajikan aromanya sedap	287	299	95,99%
3	Makanan yang disajikan porsinya pas/standar	278	297	93,60%
Rata-rata				94,82%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 15 dapat diperoleh bahwa pada indikator kinerja kualitas produk belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 16. Tingkat kesesuaian kualitas produk pada indikator daya tahan

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Daya tahan				
4	Makanan yang disajikan dalam keadaan panas	285	312	91,35%
5	Makanan yang disajikan tidak mudah basi	277	300	92,33%
6	Makanan yang disajikan baru dan segar	295	318	92,77%
Rata-rata				92,15%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 16 dapat diperoleh bahwa pada indikator daya tahan kualitas produk belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 17. Tingkat kesesuaian kualitas produk pada indikator kesesuaian dengan spesifikasi

No.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Kesesuaian dengan spesifikasi				
7	Tekstur makanan tepat (daging sate matang, soto berkuah kaldu)	294	310	94,84%
8	Tingkat kematangan makanan tepat (sate tidak gosong)	296	316	93,67%
9	Makanan disajikan secara lengkap (sate disajikan dengan saus kacang, soto disajikan dengan sambal dan kecap)	301	311	96,78%
10	Cita rasa makanan cocok/sesuai	294	310	94,84%
Rata-rata				95,03%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 17 dapat diperoleh bahwa pada indikator kesesuaian dengan spesifikasi kualitas produk belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 18. Tingkat kesesuaian kualitas produk pada indikator fitur

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Fitur				
11	Menu makanan yang ditawarkan bervariasi	281	303	92,74%
12	Makanan yang disajikan sesuai dengan gambar pada menu	263	301	87,38%
Rata-rata				90,06%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 18 dapat diperoleh bahwa pada indikator fitur kualitas produk belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100% bahkan kurang dari 100%.

Tabel 19. Tingkat kesesuaian kualitas produk pada indikator reliabilitas

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Reliabilitas				
13	Makanan yang disajikan higienis	284	315	90,16%
14	Rasa makanan tidak berubah-ubah (tetap terjaga)	285	315	90,48%
15	Kebersihan makanan yang disajikan kepada konsumen terjaga dengan baik	293	324	90,43%
16	Menu makanan yang ditawarkan tersedia lengkap	273	304	89,80%
Rata-rata				90,22%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 19 dapat diperoleh bahwa pada indikator reliabilitas kualitas produk belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 20. Tingkat kesesuaian kualitas produk pada indikator estetik

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Estetik				
17	Warna makanan menggugah selera makan	286	307	93,16%
Rata-rata				93,16

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 20 dapat diperoleh bahwa pada indikator estetik kualitas produk belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 21. Tingkat kesesuaian kualitas produk pada indikator kemampuan pelayanan

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Kemampuan pelayanan				
18	Makanan disajikan dengan cepat	286	308	92,86%
19	Makanan yang disajikan sesuai dengan pesanan	299	314	95,22%
20	Alat saji yang digunakan sesuai dengan jenis makanan	294	302	97,35%
Rata-rata				95,14%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 21 dapat diperoleh bahwa pada indikator kemampuan pelayanan kualitas produk belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 22. Tingkat kesesuaian kualitas produk pada indikator kualitas yang dirasakan

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Kualitas yang dirasakan				
21	Harga makanan sesuai dengan porsi makanan	283	310	91,29%
Rata-rata				91,29%

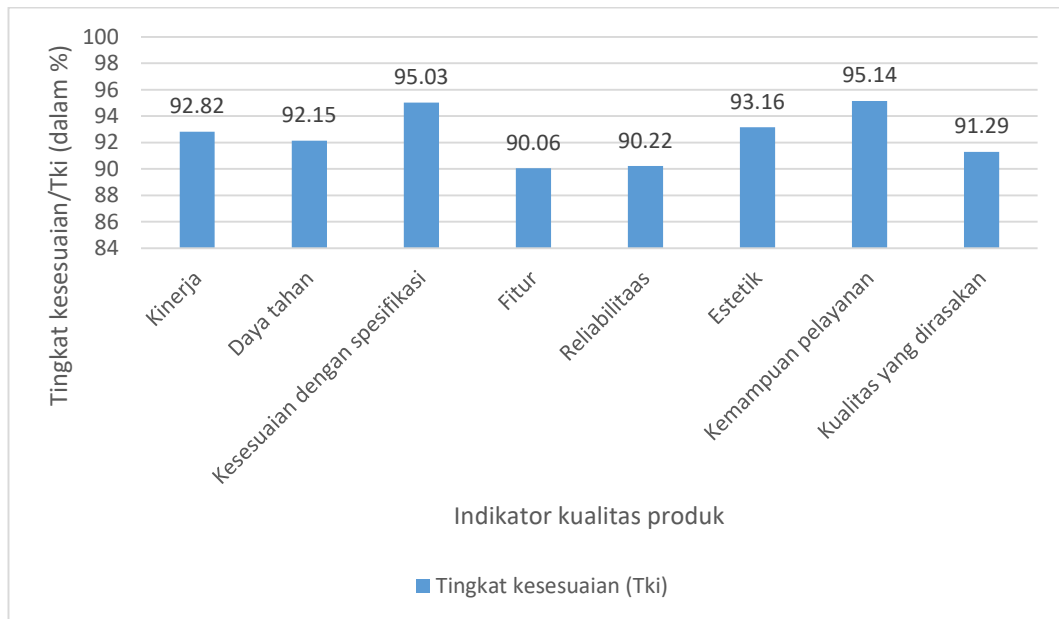
Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 22 dapat diperoleh bahwa pada indikator kualitas yang dirasakan kualitas produk belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Rata-rata nilai tingkat kesesuaian pada variabel kualitas produk adalah sebagai berikut.

Tabel 23. Rata-rata nilai tingkat kesesuaian kualitas produk

No.	Indikator kualitas produk	Rata-rata nilai tingkat kesesuaian (Tki)
1.	Kinerja	92,82%
2.	Daya tahan	92,15%
3.	Kesesuaian dengan spesifikasi	95,03%
4.	Fitur	90,06%
5.	Reliabilitas	90,22%
6.	Estetik	93,16%
7.	Kemampuans pelayanan	95,14%
8.	Kualitas yang dirasakan	91,29%



Gambar 7. Grafik rata-rata tingkat kesesuaian pada kualitas produk

Dari Grafik di atas dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas produk tingkat kesesuaian tertinggi antara kenyataan dan harapan terdapat pada indikator “kemampuan pelayanan” dengan presentase sebesar 95,14%. Kemudian diikuti indikator “kesesuaian dengan spesifikasi sebesar” 95,03%. Sedangkan untuk tingkat kesesuaian terendah yaitu terdapat pada indikator “fitur” dengan nilai tingkat kesesuaian sebesar 90,06%.

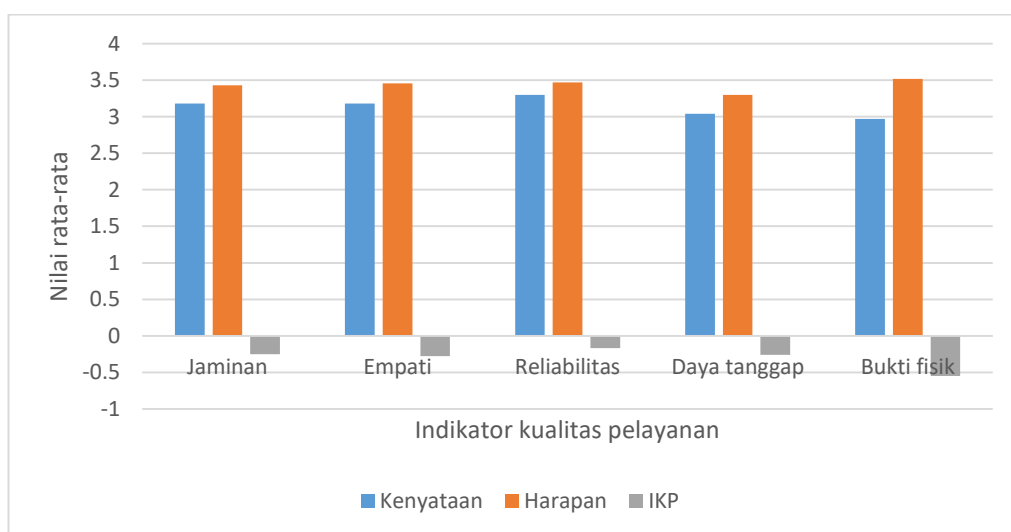
Dari hasil data di atas dapat diketahui rata-rata keseluruhan persentase perbandingan antara kenyataan dan harapan belum mencapai 100%. Hal ini menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan Mr.Teto. Pihak manajemen Mr.Teto sebaliknya terus meningkatkan kinerja kualitas produk agar dapat memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen dapat merasa puas dan menjadi loyalitas terhadap Mr.Teto.

2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan

Penilaian kualitas pelayanan di Mr.Teto Yogyakarta terdiri dari harapan konsumen dan kenyataan yang terjadi. Kualitas pelayanan pada harapan konsumen merupakan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden agar menjadi kenyataan. Sedangkan kualitas pelayanan pada kenyataan yang terjadi merupakan kualitas pelayanan yang telah diterima konsumen pada saat itu (kenyataan). Berikut hasil penilaian responden terhadap indikator kualitas pelayanan di Mr.Teto.

Tabel 24. Nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan

No.	Indikator	Tingkat kenyataan	Tingkat Harapan	IKP
1.	Jaminan	3,18	3,43	-0,25
2.	Empati	3,18	3,46	-0,28
3.	Reliabilitas	3,30	3,47	-0,17
4.	Daya Tanggap	3,04	3,30	-0,26
5.	Bukti fisik	2,97	3,52	-0,55
Rata-rata		3,14	3,44	-0,30



Gambar 8. Grafik nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan

Berdasarkan grafik di atas dapat diketahui bahwa nilai IKP tertinggi terdapat pada indikator bukti fisik. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen pada indikator bukti fisik tinggi sedangkan manajemen Mr.Teto belum melaksanakan indikator ini dengan maksimal.

Dari tabel rata-rata skor penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan (lampiran) dapat diketahui bahwa nilai rata-rata total dari kualitas pelayanan pada tingkat kenyataan yaitu sebesar 3,11. Rata-rata tertinggi untuk kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen adalah 3,30 yang terdapat pada pernyataan nomor 22 (Karyawan melayani konsumen dengan ramah dan sopan) dan pernyataan nomor 28 (Karyawan melayani sesuai pesanan). Sedangkan untuk rata-rata terendah untuk kualitas pelayanan yang diterima terdapat pada pernyataan nomor 33 yaitu “Area parkir cukup” dengan nilai rata-rata 2,79.

Nilai rata-rata jumlah pada harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan adalah 3,45. Rata-rata tertinggi pada tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan terdapat pada nomor 34 yaitu “Area makan Mr.Teto baik (meja/kursi, dekorasi dinding)” dengan rata-rata 3,84. Sedangkan rata-rata terendah pada tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan terdapat pada pernyataan nomor 29 yaitu “Karyawan membantu mencarikan tempat duduk” dengan rata-rata 3,26.

Perhitungan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dihitung dengan rumus tingkat kesesuaian. Rumus tingkat kesesuaian pada sub variabel kualitas pelayanan bertujuan untuk dapat mengukur kesesuaian tingkat harapan konsumen

dengan kenyataan yang terjadi di Mr.Teto Yogyakarta. Apabila nilai tingkat kesesuaian $\geq 100\%$ maka kinerja (kenyataan) Mr.Teto sudah memenuhi dan melebihi harapan konsumen sehingga dapat dikatakan konsumen merasa sangat puas, dan sebaliknya apabila nilai tingkat kesesuaian $< 100\%$ maka kinerja Mr.Teto belum memenuhi harapan konsumen, sehingga dapat dikatakan konsumen belum merasa puas. Perhitungan tingkat kesesuaian pada masing-masing indikator kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 25. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator jaminan

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Jaminan				
22	Karyawan melayani konsumen dengan ramah dan sopan	294	311	94,53%
23	Karyawan mengetahui spesifikasi/karakteristik semua produk makanan	277	302	91,72%
24	Karyawan terampil dalam melayani konsumen	278	304	91,45%
Rata-rata				92,57%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 25 dapat diperoleh bahwa pada indikator jaminan pada kualitas pelayanan belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 26. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator empati

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Empati				
25	Karyawan memahami kebutuhan konsumen (karyawan mengganti sambal yang sudah habis, mengisi tisu yang habis)	281	304	92,43%
26	Karyawan cepat dalam merespon konsumen <i>complain</i>	283	310	91,29%
27	Karyawan tidak membedakan konsumen	286	310	92,26%
Rata-rata				91,99%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 26 dapat diperoleh bahwa pada indikator empati pada kualitas pelayanan belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 27. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator reliabilitas

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Reliabilitas				
28	Karyawan melayani sesuai pesanan	294	309	95,15%
Rata-rata				95,15%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 27 dapat diperoleh bahwa pada indikator reliabilitas pada kualitas pelayanan belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 28. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator daya tanggap

NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Daya tanggap				
29	Karyawan membantu mencari tempat duduk	271	290	93,45%
30	Karyawan melayani konsumen dengan sigap	270	297	90,91%
Rata-rata				92,18%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 28 dapat diperoleh bahwa pada indikator daya tanggap pada kualitas pelayanan belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%.

Tabel 29. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada indikator bukti fisik

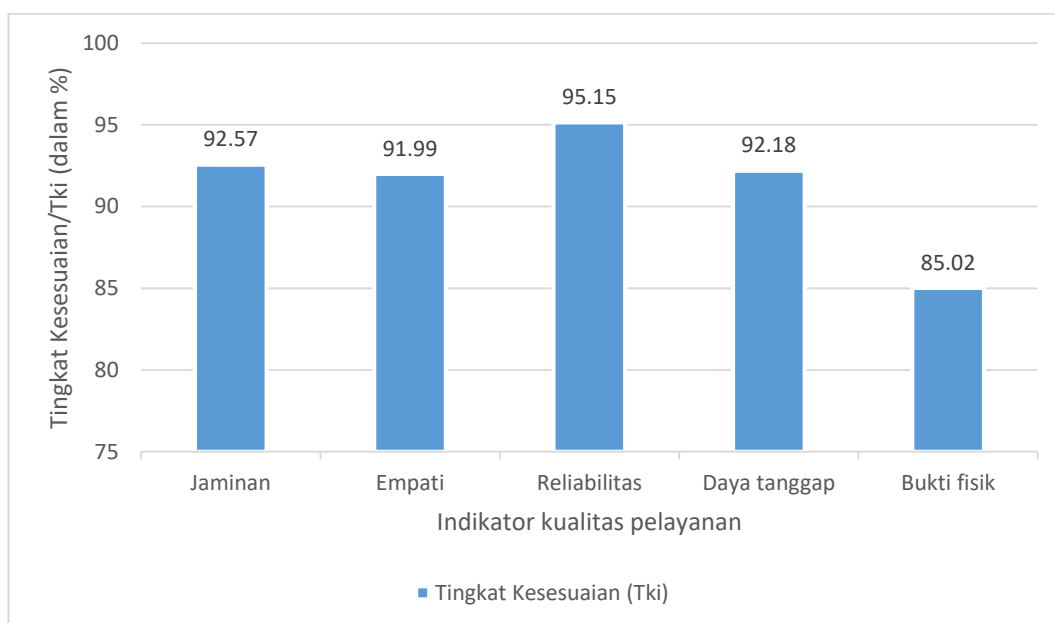
NO.	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat kesesuaian (Tki)
Bukti fisik				
31	Ruangan di Mr.Teto nyaman	276	308	89,61%
32	Fasilitas di Mr.Teto sudah lengkap	256	301	85,05%
33	Area parkir cukup	248	303	82,85%
34	Area makan Mr.Teto baik (meja/kursi, dekorasi dinding)	279	342	82,58%
Rata-rata				85,02%

Sumber: Data primer (kuesioner) diolah 2018

Pada tabel 29 dapat diperoleh bahwa pada indikator bukti fisik pada kualitas pelayanan belum memuaskan konsumen karena nilai tingkat kesesuaiannya belum mencapai 100%. Dari hasil perhitungan tingkat kesesuaian pada masing-masing indikator pada kualitas pelayanan dapat dilihat bahwa nilainya kurang dari 100%.

Tabel 30. Rata-rata nilai tingkat kesesuaian kualitas pelayanan

No.	Indikator kualitas pelayanan	Rata-rata nilai tingkat kesesuaian (Tki)
1.	Jaminan	92,57%
2.	Empati	91,99%
3.	Reliabilitas	95,15%
4.	Daya tanggap	92,18%
5.	Bukti fisik	85,02%



Gambar 9. Grafik rata-rata tingkat kesesuaian pada kualitas pelayanan

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas pelayanan tingkat kesesuaian tertinggi antara kenyataan dan harapan terdapat pada indikator “reliabilitas” dengan presentase sebesar 95,15%. Sedangkan untuk tingkat kesesuaian terendah yaitu terdapat pada indikator “bukti fisik” dengan nilai tingkat kesesuaian sebesar 85,02%.

Dari hasil data di atas dapat diketahui rata-rata keseluruhan persentase perbandingan antara kenyataan dan harapan belum mencapai 100%. Hal ini

menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Mr.Teto. Oleh karena itu, pihak manajemen Mr.Teto perlu meningkatkan kinerja kualitas pelayanan agar dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan loyalitas.

B. Pembahasan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto maka pembahasan ini dibuat berdasarkan perhitungan statistik yang menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto.

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk

Perhitungan tingkat kesesuaian kualitas produk dihitung pada masing-masing indikator. Ada delapan indikator kualitas produk yang meliputi kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), fitur (*features*), reliabilitas (*reliability*), estetika (*aesthetics*), kemampuan pelayanan (*service ability*), dan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*). Perhitungan tingkat kepuasan konsumen dinilai dari nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dan nilai tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor harapan konsumen dengan skor kenyataan yang terjadi di Mr.Teto.

Berdasarkan hasil penelitian, nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) tertinggi adalah “alat saji yang digunakan sesuai dengan jenis makanan”. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas terhadap alat saji yang

digunakan perusahaan dalam menyajikan makanan. Sedangkan nilai IKP terendah adalah “makanan yang disajikan sesuai dengan gambar pada menu”. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pandangan konsumen makanan yang disajikan tidak sesuai dengan gambar pada menu. Hal ini dapat membuat konsumen kecewa karena konsumen yang baru datang pertama kali biasanya memilih menu berdasarkan ketertarikannya dengan gambar makanan pada menu yang bisa menjadi referensi bagi konsumen. Namun pada kenyataannya, konsumen menilai makanan yang disajikan tidak sesuai dengan gambar pada menu.

Pada indikator kemampuan pelayanan nilai tingkat kesesuaiannya tinggi. Hal ini menunjukkan indikator tersebut sudah terlaksana dengan baik meskipun konsumen belum merasa puas. Perusahaan sudah mampu menjalankan indikator ini, menurut Garvin (Tjiptono, 2016: 134-135) indikator kemampuan pelayanan meliputi aspek kecepatan pelayanan, kenyamanan, kompetensi, dan penanganan keluhan secara memuaskan.

Nilai tingkat kesesuaian yang terendah terletak pada indikator fitur. Hal ini menunjukkan perusahaan belum melaksanakan aspek ini dengan baik dan konsumen belum merasa puas. Menurut Garvin (Tjiptono, 2016: 134-135) indikator fitur meliputi pelengkap produk untuk menambah nilai produk dan ketertarikan konsumen terhadap produk. Pada indikator fitur meliputi aspek menu makanan yang bervariasi dan kesesuaian makanan yang disajikan dengan gambar pada menu.

Dari data hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen belum puas terhadap kualitas produk di Mr.Teto. Masing-masing indikator kualitas produk perlu diperbaiki dan ditingkatkan, terlebih dimensi yang nilai tingkat kesesuaiannya masih rendah yaitu indikator fitur. Menurut Philip Kotler (Sunyoto, 2013: 35) yaitu jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa konsumen belum merasa puas (kecewa) dengan kualitas produk di Mr.Teto. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kinerja pada indikator-indikator kualitas produk terutama indikator yang nilai tingkat kesesuaiannya paling rendah. Dari nilai rata-rata tingkat kesesuaian kualitas produk dapat dijadikan acuan dalam peningkatan kinerja Mr.Teto. Pihak manajemen Mr.Teto sebaiknya terus meningkatkan kinerja agar dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan loyalitas terhadap Mr.Teto.

2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan

Perhitungan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dilihat dari nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dan nilai tingkat kesesuaian. Nilai tingkat kesesuaian merupakan perbandingan skor tingkat harapan dan tingkat kenyataan yang terjadi. Perhitungan ini dilakukan pada masing-masing indikator kualitas pelayanan. Indikator kualitas pelayanan terdiri dari jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan bukti fisik (*tangible*).

Berdasarkan hasil penelitian, nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) terhadap kualitas pelayanan yang tertinggi adalah “karyawan melayani sesuai pesanan”. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Mr.Teto dalam melayani sesuai pesanan sudah maksimal dan konsumen merasa puas. Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) terendah adalah “area makan Mr.Teto baik (meja/kursi, dekorasi dinding)”. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa belum puas terhadap area makan Mr.Teto.

Pada indikator reliabilitas nilai tingkat kesesuaiannya paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mr.Teto sudah dapat melaksanakan fungsi indikator reliabilitas dengan baik. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Tjiptono, 2016: 136-137) aspek indikator reliabilitas meliputi kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat.

Nilai tingkat kesesuaian terendah terdapat pada indikator bukti fisik. Hal ini menunjukkan bahwa Mr.Teto belum melaksanakan fungsi indikator bukti fisik dengan maksimal. Indikator bukti fisik meliputi aspek fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan dan sarana komunikasi. Ada kemungkinan penyebab konsumen merasa belum puas karena fasilitas yang disediakan belum maksimal seperti area parkir yang kurang luas dan tidak ada fasilitas mushola.

Ditinjau dari kelima indikator kualitas pelayanan dapat diperoleh bahwa rata-rata harapan konsumen masih lebih tinggi dibandingkan dengan kenyataan yang terjadi sehingga nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) masih negatif (dibawah nol). Maka dapat dikatakan konsumen belum merasa puas. Manajemen Mr.Teto

perlu untuk memperbaiki dan meningkatkan aspek-aspek yang menjadi kekurangan sehingga keinginan dan harapan konsumen dapat dipenuhi. Hal ini dapat berdampak pada terciptanya hubungan harmonis antara perusahaan dan pelanggan, meningkatkan pembelian ulang, terciptanya promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan, dan terciptanya loyalitas pelanggan (Sunyoto, 2013: 39).

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas dapat diketahui bahwa terjadi kesenjangan antara tingkat kepuasan konsumen dengan tingkat frekuensi kedatangan konsumen. Tingkat kepuasan terhadap produk dan pelayanan dikategorikan rendah karena nilai tingkat kesesuaiannya <100%, sedangkan tingkat frekuensi kedatangan konsumen tinggi (jumlah konsumen terbanyak menunjukkan frekuensi kedatangan lebih dari satu kali). Oleh karena itu, ada faktor lain yang mempengaruhi konsumen melakukan kedatangan ulang yang berkaitan dengan adanya *repeat buying* tetapi mereka belum puas terhadap produk dan pelayanannya. Hal tersebut belum diteliti oleh penulis dan menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Faktor-faktor inilah yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain produk dan pelayanan, misal lokasi, jam operasional, program promosi, dan sebagainya.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan semaksimal mungkin sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Namun, dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan dan kekurangan, antara lain:

1. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Pengumpulan data didasarkan pada hasil isian kuesioner responden. Dalam pengisian kuesioner peneliti tidak dapat mengontrol kesungguhan tiap responden dalam mengisi kuesioner, sehingga tidak dapat diketahui kondisi yang menunjukkan keadaan sebenarnya.
2. Penelitian bukan penelitian berkesinambungan dan hanya terbatas pada waktu penelitian yang relatif singkat, sehingga dimungkinkan data kurang obyektif