

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan pada rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang meliputi: deskripsi data dan pembahasan.

A. Data Umum Responden

Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuisioner padabulan Agustus – Oktober 2018 kepada konsumen di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta sebanyak 100 kuisioner sesuai dengan sampelyang ditetapkan dalam penelitian. Dari 100 kuisioner yang kembali, seluruh kuisioner jawabannya lengkap dan dianggap layak untuk dijadikan sebagai data penelitian. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden,apakah dengan karakteristik yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama atau tidak.

1. Deskripsi Responden

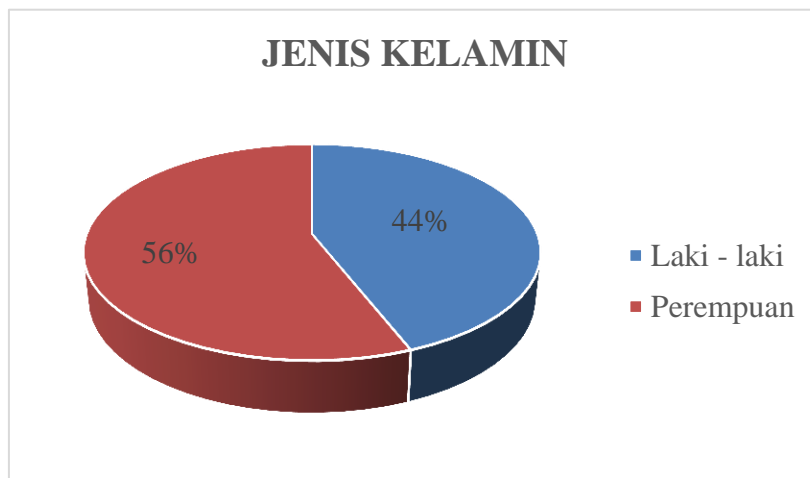
Berdasarkan data dari 100 responden yang dipilih, melaluidaftar pertanyaan didapat karakteristik responden tentang jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan banyaknya kunjungansebagai berikut:

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari tabel 7, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 56 responden (56 %) dan sisanya sebanyak 44 responden (44%) berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta mayoritas berjenis kelamin perempuan.



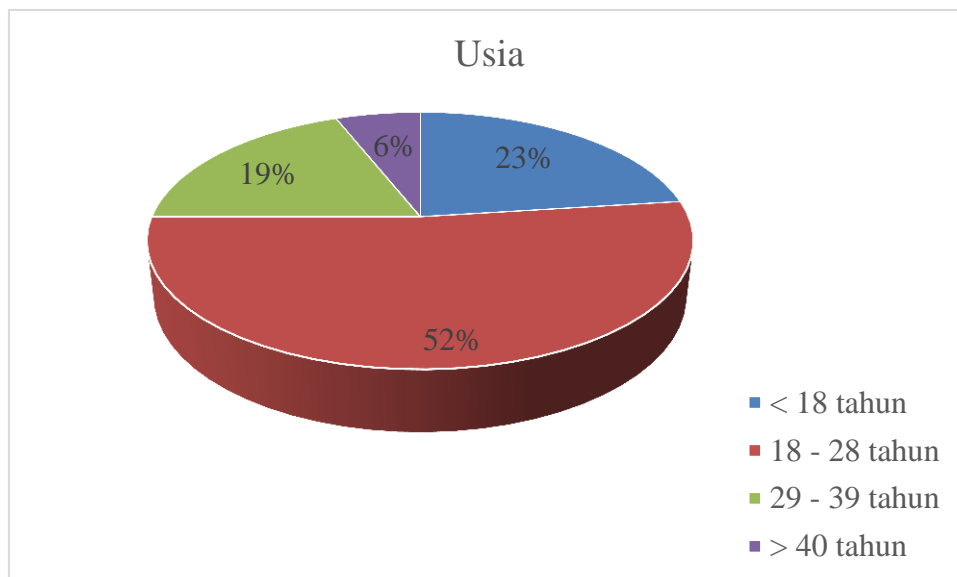
Gambar 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 8. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
< 18	23	23%
18 – 28	52	52%
29 – 39	19	19%
> 40	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Dari tabel 8, dapat diketahui bahwa usia responden dalam penelitian ini yaitu usia < 18 tahun sebanyak 23 responden (23%), usia 18 - 28 tahun sebanyak 52 responden (52%), usia 29 - 39 tahun sebanyak 19 responden (19%) dan usia > 40 tahun sebanyak 6 responden (6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas usia konsumen rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta adalah usia 18 - 28 tahun.



Gambar 3. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

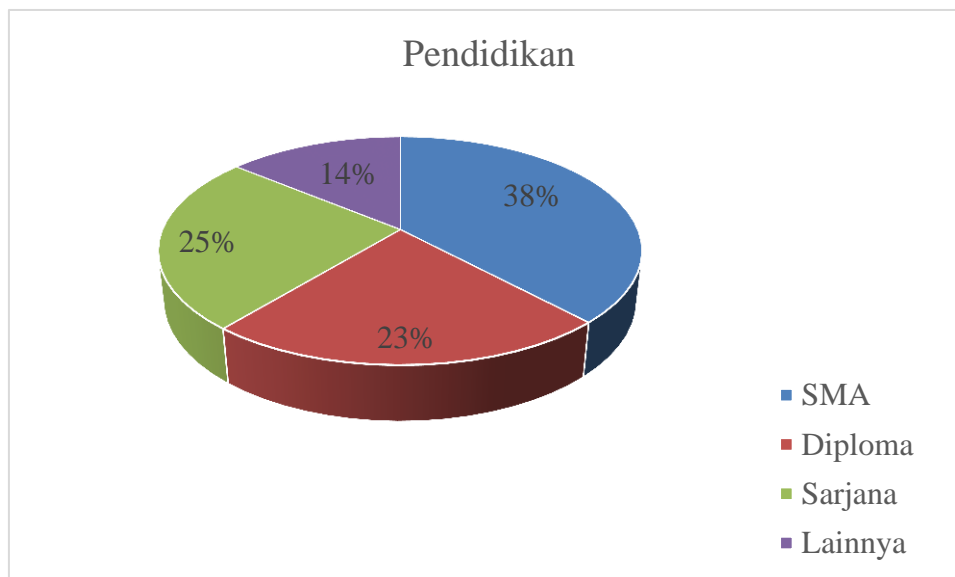
Tabel 9. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SMA	38	38%
Diploma	23	23%
Sarjana	25	25%
Lainnya	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Dari tabel 9, dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini yaitu SMA sebanyak 38 responden (38%), Diploma sebanyak 23 responden (23%), Sarjana sebanyak 25 responden (25%) dan Lainnya sebanyak 14 responden (14%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pendidikan terakhir konsumen rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta adalah SMA.



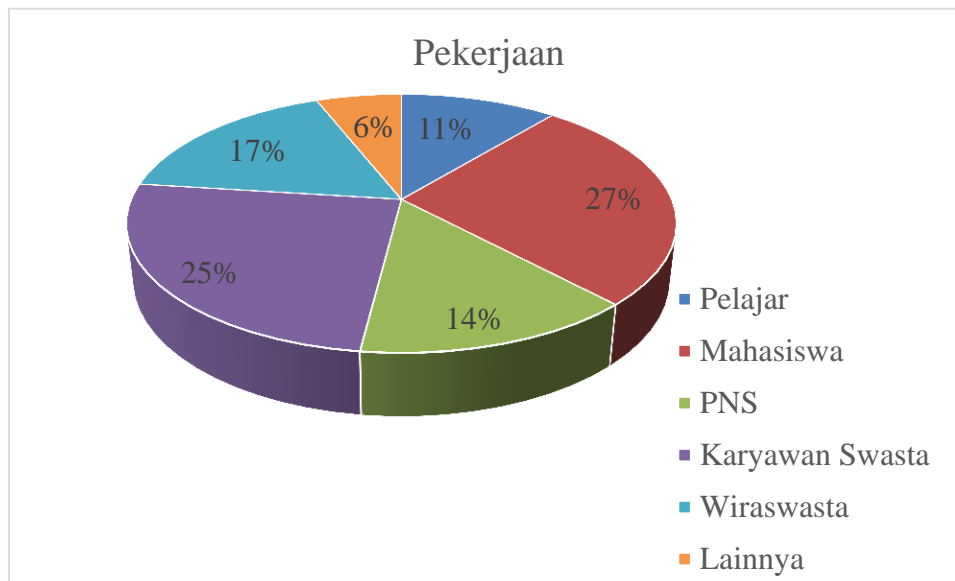
Gambar 4. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 10. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar	11	11%
Mahasiswa	27	27%
PNS	14	14%
Karyawan Swasta	25	25%
Wiraswasta	17	17%
Lainnya	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Dari tabel 10, dapat diketahui bahwa pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu Pelajar sebanyak 11 responden (11%), Mahasiswa sebanyak 27 responden (27%), PNS sebanyak 14 responden (14%), Karyawan Swasta sebanyak 25responden (25%), Wiraswasta sebanyak 17 responden (17%) dan Lainnya sebanyak 6 responden (6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan konsumen rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta adalahMahasiswa



Gambar 5. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

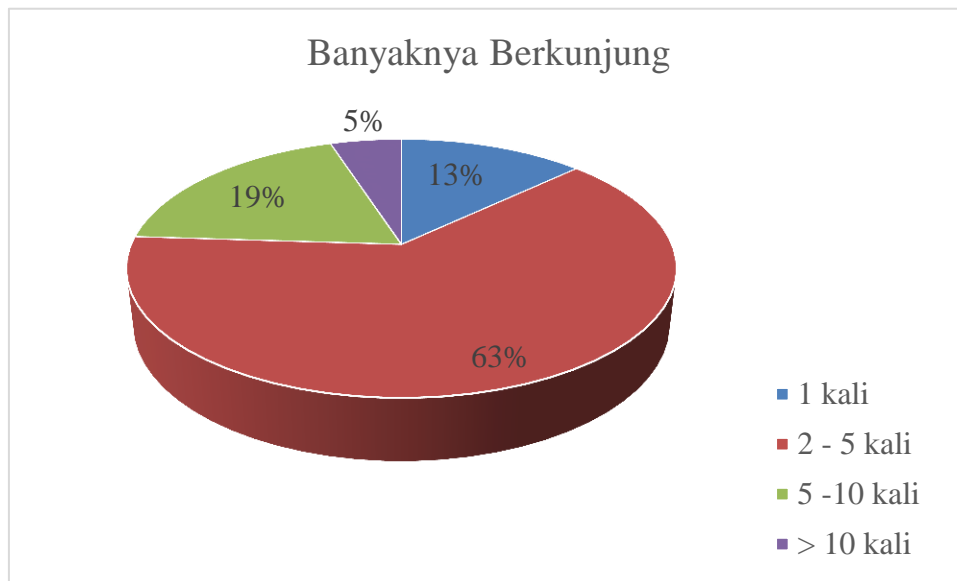
Tabel 11. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya

Kunjungan

Banyaknya Kunjungan	Jumlah	Presentase
1 kali	13	13%
2 – 5 kali	63	63%
5 – 10 kali	19	19%
> 10 kali	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari tabel 11, dapat diketahui bahwa banyaknya kunjungan responden dalam penelitian ini yaitu 1 kali sebanyak 13 responden (13%), 2 – 5 kali sebanyak 63 responden (63%), 5 – 10 kali sebanyak 19 responden (19%) dan >10 kali sebanyak 5 responden (5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas banyaknya berkunjung konsumen rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta yaitu sebanyak 2 – 5 kali.



Gambar 6. Karakteristik Responden berdasarkan Banyaknya Berkunjung

B. Statistik Deskriptif

Deskripsi kategori variabel menggunakan tanggapan responden mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi *mean*, *median*, *modus*, dan tabel frekuensi responden menurut kategori. Deskripsi data masing-masing variabel secara rinci dapat dilihat dalam Tabel berikut:

Tabel 12. Hasil Statistik Deskriptif

Keterangan	Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan
Mean	66,30	63,79
Median	66	63
Modus	65	63
Std. Deviation	5,537	5,893
Minimum	55	52
Maximum	82	80

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

1. Kualitas Produk

Kuisisioner variabel Kualitas Produk terdiri dari 21 item pernyataan. Penilaian 100 responden terhadap Kualitas Produk diukur dengan skala *likert* 1 sampai dengan 4. Skor tertinggi 82, sedangkan skor terendah 55, mean 66,30, median 66, modus 65 dan standar deviasi 5,537.

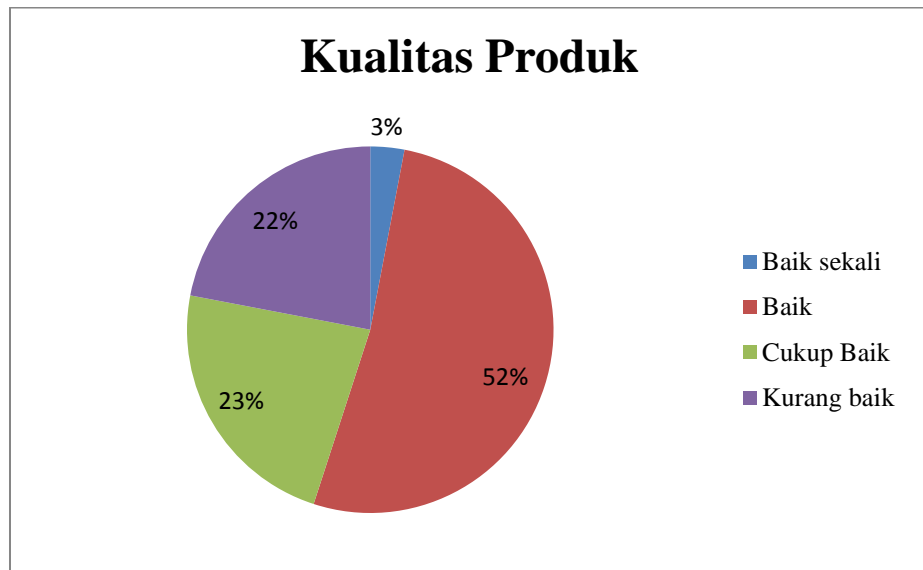
Kategori variabel Kualitas Produk adalah sebagai berikut:

Tabel 13. Kategori Variabel Kualitas Produk

Kategori	Kecenderungan Skor Rata-rata	Frekuensi	Presentase (%)
Baik sekali	≥ 75	3	3%
Baik	69-75	52	53%
Cukup Baik	62-69	23	23%
Kurang Baik	≤ 62	22	21%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 13 menunjukkan bahwa kategori baik sekali sebanyak 3 responden (3%), kategori baik sebanyak 53 responden (53%), kategori cukup baik sebanyak 23 responden (23%) dan kategori kurang baik sebanyak 22 responden (22%), dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kualitas Produk adalah baik karena mayoritas responden memberikan penilaian baik.



Gambar 7. Kualitas Produk

Variabel Kualitas Produk terdiri dari rasa, ketetapan, bentuk, kandungan gizi, *visual appeal*, *aromatic appeal*, dan suhu.

a. Rasa

Penentuan kecenderungan kategori indikator rasa diperoleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator rasa adalah 8 dan standar deviasi sebesar 2. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 14. Kategori Indikator Rasa

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Baik sekali	≥ 11	100	100%
Baik	8-11	0	0%
Cukup Baik	5-8	0	0%
Kurang Baik	≤ 5	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 14 menunjukkan bahwa kategori baik sekali sebanyak 100 responden (100%). Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator rasa adalah baik sekali karena mayoritas responden memberikan penilaian baik sekali.

b. Ketetapan

Penentuan kecenderungan kategori indikator ketetapan di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2(X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6(X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator ketetapan adalah 15 dan standar deviasi sebesar 3. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 15. Kategori Indikator Ketetapan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Baik sekali	≥ 20	5	5%
Baik	15-20	89	89%
Cukup Baik	11-15	6	6%
Kurang Baik	≤ 11	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 15 menunjukkan bahwa kategori baik sekali sebanyak 5 responden (5%), kategori baik sebanyak 89 responden (89%), kategori cukup baik sebanyak 6 responden (6%) dan kategori kurang baik sebanyak 0 responden (0%), dapat disimpulkan bahwa indikator ketetapan adalah baik karena mayoritas responden memberikan penilaian baik.

c. Bentuk

Penentuan kecenderungan kategori indikator bentuk di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2(X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6(X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator bentuk adalah 15 dan standar deviasi sebesar 3. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 16. Kategori Indikator Bentuk

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Baik sekali	≥ 20	23	23%
Baik	15-20	67	67%
Cukup Baik	11-15	11	11%
Kurang Baik	≤ 11	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 16 menunjukkan bahwa kategori baik sekali sebanyak 23 responden (23%), kategori baik sebanyak 67 responden (67%), kategori tidak cukup sebanyak 11 responden (11%) dan kategori kurang baik sebanyak 0 responden (0%), dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator bentuk adalah baik karena mayoritas responden memberikan penilaian baik.

d. Kandungan Gizi

Penentuan kecenderungan kategori indikator kandungan gizi di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator kandungan gizi adalah 5 dan standar deviasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 17. Kategori Indikator Kandungan Gizi

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Baik sekali	≥ 7	6	6%
Baik	5-7	69	69%
Cukup Baik	4-5	25	25%
Kurang Baik	≤ 4	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 17 menunjukkan bahwa kategori baik sekali sebanyak 6 responden (6%), kategori baik sebanyak 69 responden (69%), kategori cukup baik sebanyak 25 responden (25%) dan kategori kurang baik sebanyak 0 responden (0%), dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator kandungan gizi adalah baik karena mayoritas responden memberikan penilaian baik.

e. *Visual Appeal*

Penentuan kecenderungan kategori indikator *visual appeal* di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *visual appeal* adalah 5 dan standar deviasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 18. Kategori Indikator *Visual Appeal*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Baik sekali	≥ 7	3	3%
Baik	5-7	87	87%
Cukup Baik	4-5	10	10%
Kurang Baik	≤ 4	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 18 menunjukkan bahwa kategori baik sekali sebanyak 3 responden (3%), kategori baik sebanyak 87 responden (87%), cukup baik sebanyak 10 respnden (10%) dan kategori kurang baik sebanyak 0 responden (0%). Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator *visual appeal* adalah sangat baik karena mayoritas responden memberikan penilaian baik.

f. *Aromatic Appeal*

Penentuan kecenderungan kategori indikator *aromatic appeal* di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar devisiasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *aromatic appeal* adalah 3 dan standar devisiasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 19. Kategori Indikator *Aromatic Appeal*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Baik sekali	≥ 5	0	0%
Baik	3-5	97	97%
Cukup Baik	2-3	3	3%
Kurang Baik	≤ 2	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 19 menunjukkan bahwa kategori baik sekali sebanyak 0 responden (0%), kategori baik sebanyak 97 responden (97%), kategori cukup baik sebanyak 3 responden (3%) dan kategori kurang baik sebanyak 0 responden (0%). Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator *aromatic appeal* adalah baik.

g. Suhu

Penentuan kecenderungan kategori indikator suhu di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator suhu adalah 3 dan standar deviasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 20. Kategori Indikator Suhu

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Baik sekali	≥ 5	0	0%
Baik	3-5	100	100%
Cukup Baik	2-3	0	0%
Kurang Baik	≤ 2	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 20 menunjukkan bahwa sebanyak 100 responden menyatakan baik (100%). Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator suhu adalah baik karena mayoritas responden memberikan penilaian baik.

2. Kualitas Pelayanan

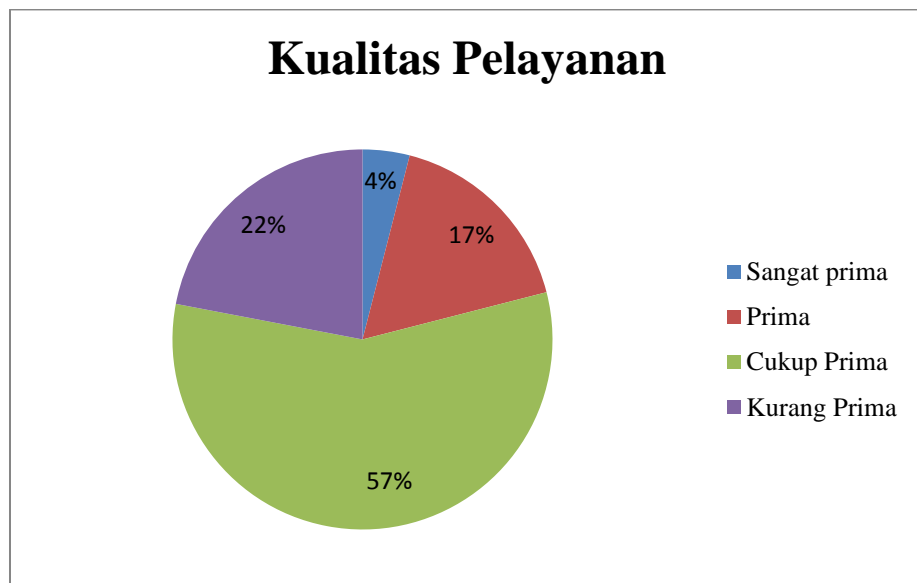
Kuisisioner variabel Kualitas Pelayanan terdiri dari 21 item pernyataan. Penilaian 100 responden terhadap Karakteristik Individu diukur dengan skala *likert* 1 sampai dengan 4. Skor tertinggi 80, sedangkan skor terendah 52, mean 63,79, median 63,00, modus 63 dan standar deviasi 5,893. Kategori variabel Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 21. Kategori Variabel Kualitas Pelayanan

Kategori	Kecenderungan Skor Rata-rata	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat prima	≥ 73	4	4%
Prima	66-73	17	17%
Cukup Prima	59-66	57	57%
Kurang Prima	≤ 59	22	22%
		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 21 menunjukkan bahwa kategori sangat prima sebanyak 4 responden (4%), kategori prima sebanyak 17 responden (17%), kategori cukup prima sebanyak 57 responden (57%) dan kategori kurang prima sebanyak 22 responden (22%), dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kualitas Pelayanan adalah cukup karena mayoritas responden memberikan penilaian cukup.



Gambar 8. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kenandalan,.

a. Daya Tanggap

Penentuan kecenderungan kategori indikator daya tanggap di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator daya tanggap adalah 15 dan standar deviasi sebesar 3 Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 22. Kategori Indikator Daya Tanggap

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat prima	≥ 20	6	6%
Prima	15-20	80	80%
Cukup Prima	11-15	14	14%
Kurang Prima	≤ 11	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 26 menunjukkan bahwa kategori sangat prima sebanyak 6 responden (6%), kategori prima sebanyak 80 responden (80%), kategori tidak cukup prima sebanyak 4 responden (14%) dan kategori kurang prima sebanyak 0 responden (0%), dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator daya tanggap adalah prima karena mayoritas responden memberikan penilaian prima.

b. Jaminan

Penentuan kecenderungan kategori indikator jaminan di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2(X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6(X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator jaminan adalah 5 dan standar deviasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 27. Kategori Indikator Jaminan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat prima	≥ 7	0	0%
Prima	5-7	54	54%
Cukup Prima	4-5	56	56%
Kurang Prima	≤ 4	0	0%
Total		100	

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 27 menunjukkan bahwa kategori sangat prima sebanyak 0 responden (0%), kategori prima sebanyak 54 responden (54%), kategori cukup prima sebanyak 56 responden (56%) dan kategori kurang prima sebanyak 0 responden (0%). Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator jaminan adalah cukup prima karena mayoritas responden memberikan penilaian cukup prima.

c. Bukti Fisik

Penentuan kecenderungan kategori indikator bukti fisik di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2(X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6(X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator bukti fisik adalah 15 dan standar deviasi sebesar 3. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 24. Kategori Indikator Bukti Fisik

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat prima	≥ 20	4	4%
Prima	15-20	95	95%
Cukup Prima	11-15	1	1%
Kurang Prima	≤ 11	0	0%
Total		100	

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 24 menunjukkan bahwa kategori sangat prima sebanyak 4 responden (4%), kategori prima sebanyak 95 responden (95%), kategori cukup prima sebanyak 1 respnden (1%) dan kategori kurang prima sebanyak 0 responden (0%), dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator bukti fisik adalah prima karena mayoritas responden memberikan penilaian prima.

d. Empati

Penentuan kecenderungan kategori indikator empati di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2(X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6(X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator empati adalah 8 dan standar deviasi sebesar 2 Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 25. Kategori Indikator Empati

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat prima	≥ 11	4	4%
Prima	8-11	78	78%
Cukup Prima	5-8	18	18%
Kurang Prima	≤ 5	0	0
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 25 menunjukkan bahwa kategori sangat prima sebanyak 4 responden (4%), kategori prima sebanyak 78 responden (78%), kategori cukup prima sebanyak 18 responden (18%) dan kategori kurang prima sebanyak 0 responden (0%), dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator empati adalah prima karena mayoritas responden memberikan prima.

e. Keandalan

Penentuan kecenderungan kategori indikator keandalan di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator keandalan adalah 10 dan standar deviasi sebesar 2. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 26. Kategori Indikator Keandalan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat prima	≥ 13	14	14%
Prima	10-13	73	73%
Cukup Prima	7-10	13	13%
Kurang Prima	≤ 7	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 26 menunjukkan bahwa frekuensi indikator keandalan pada kategori sangat prima sebanyak 14 responden (14%), kategori prima sebanyak 73 responden (73%), kategori cukup prima sebanyak 13 responden (13%) dan kategori kurang prima 0 responden (0%), dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang indikator keandalan adalah prima karena mayoritas responden memberikan penilaian prima.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk

Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk memiliki skor tertinggi 82, sedangkan skor terendah 55, mean 66,30, median 66, modus 65 dan standar deviasi 5,537. Kategori variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa kategori baik sekali sebanyak 3 responden (3%), kategori baik sebanyak 52 responden (52%), kategori cukup baik sebanyak 23 responden (23%), dan kategori kurang baik sebanyak 22 responden (22%) dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kualitas Produk adalah baik karena mayoritas responden memberikan penilaian baik.

Pada penilaian rasa hasil yang diperoleh baik sekali sebanyak 100 responden (100%) yang mencakup rasa makanan yang enak, rasa minuman yang enak dan bau makanan yang sedap. Pada penilaian ketetapan (*consistency*) hasil yang diperoleh mayoritas baik yaitu 89 responden (89%) yang mencakup mutu makanan yang tinggi, porsi makanan sama, porsi minuman sama, rasa makanan sama, rasa minuman sama.

Pada penilaian susunan/bentuk/potongan (*texture/form/shape*) hasil yang diperoleh mayoritas baik yaitu 67 responden (67%) yang mencakup texture ayam renyah, daging ayam lembut, texture nasi pulen, ukuran ayam sesuai porsi, ukuran minuman sesuai porsi. Pada penilaian kandungan gizi (*nutritional content*) hasil yang diperoleh mayoritas baik sebanyak 69 responden (69%) yang mencakup nutrisi yang cukup dan memberi manfaat

bagi tubuh. Pada penilaian *visual appeal* hasil yang diperoleh mayoritas baik sebanyak 84 responden (84%) yang mencakup makanan yang disajikan seperti gambar menu, dan alat penyajian bersih. Pada penilaian *aromatic appeal* hasil yang diperoleh mayoritas baik sebanyak 97 responden (97%) yang mencakup aroma makanan membangkitkan selera makan. Pada penilaian suhu hasil yang diperoleh mayoritas baik sebanyak 100 responden (100%) yang mencakup saat disajikan makanan masih hangat.

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wika Rinawati (2008) dengan judul Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dan Layanan Makanan Restoran “*Student Corner*” Jurusan Pendidikan Teknik Boga Dan Busana (PTBB) Fakultas Teknik UNY. Hasil penelitian adalah (1) Berdasarkan analisis data untuk mengetahui tingkat ketertarikan konsumen pada kualitas dan layanan produk menyatakan bahwa konsumen yang berkunjung lebih tertarik karena lingkungan dan suasana tempat. (2) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan restoran student corner sangat memuaskan.

2. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan memiliki Skor tertinggi 80, sedangkan skor terendah 52, mean 63,79, median 63,00, modus 63 dan standar deviasi 5,893. Kategori Variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan bahwa kategori sangat prima sebanyak 4 responden (45), kategori prima sebanyak 17 responden (17%), dan kategori cukup

sebanyak 57 responden (57%), dan kategori kurang sebanyak 22 responden (22%) dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kualitas Pelayanan adalah cukup karena mayoritas responden memberikan penilaian cukup prima.

Pada penilaian daya tanggap hasil yang diperoleh prima sebanyak 80 responden (80%) yang mencakup pengunjung tidak lama mengantri, pengunjung tidak lama menerima pesanan yang dipesan, karyawan tidak membiarkan pengunjung berdiri saat tempat penuh, pelayan bersikap sopan saat melayani, karyawan memiliki pengetahuan tentang menu, pelayanan mampu mengatasi keluhan konsumen dengan baik. Pada penilaian jaminan hasil yang diperoleh mayoritas cukup prima yaitu 56 responden (56%) yang mencakup karyawan kurang menanggapi kritik dan saran dengan baik dan karyawan tidak selalu menggati pesanan jika tidak sesuai.

Pada penilaian bukti fisik hasil yang diperoleh mayoritas prima yaitu 95% responden (95%) yang mencakup tempat makan yang nyaman, tempat parkir yang luas, *wastafel* bersih, meja dan kursi bersih, peralatan makan yang lengkap, dan memiliki fasilitas *hand dryer* untuk mengeringkan tangan. Pada penilaian empati hasil yang diperoleh mayoritas prima sebanyak 78 responden (78%) yang mencakup karyawan memberi perhatian terhadap pengunjung, karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan, karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.

Pada penilaian keandalan hasil yang diperoleh mayoritas prima sebanyak 73 responden (73%) yang mencakup karyawan memiliki keandalan dalam mengolah menu, karyawan cekatan dalam mengolah pesanan, kekakuratan menghitung saat membayar di kasir, karyawan teliti saat menangani pesanan konsumen.

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh SuciWulan Sari (2015) dengan judul Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di nDALEM Ngabean Resto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kuadran A dipengaruhi oleh bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan jaminan, kuadran B diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen meliputi bukti langsung, jaminan, dan empati, kuadran C diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kuadran D diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen meliputi bukti langsung, keandalan, jaminan, dan empati; dan (2) kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto berada pada kategori belum puas.