

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Warung Sate Kambing Pak Syamsuri adalah sebuah industri yang bergerak dibidang kuliner yang terletak di Yogyakarta dan berada di sebelah utara bandara Adisucipto, tepatnya terletak di Jl. Anggrek Sambilegi Kidul Maguwoharjo Depok Sleman Yogyakarta. Bisnis kuliner ini sudah berdiri kurang lebih sejak 25 tahun yang lalu, dan tetap mempertahankan ciri khas tradisional dalam proses pengolahannya. Yaitu masih menggunakan angkring dan tungku anglo dengan bahan bakar arang, serta memotong dagingnya tidak menggunakan pisau melainkan menggunakan menggunakan bambu wulung / sembilu. Ketradisionalan tersebut yang membuat konsumen merasa bahwa dari ketradisionalan tersebut menciptakan sugesti kepada konsumen kalau hasil masakannya pasti enak.

Warung sate kambing Pak Syamsuri adalah usaha keluarga turun menurun yang diwariskan dari sang kakek pemilik warung sate tersebut yaitu Bapak Syamsuri. Pertama kali usaha ini adalah menjual sate kambing dengan menggunakan angring dan dipikul keliling komplek. Setelah itu usaha tersebut diwariskan kepada ayah dari bapak Syamsuri dan mulai membuka warung di Jl. Ampel Papringan dengan nama sate kambing Pak Ishari. Setelah itu bisnis kuliner ini di wariskan kepada ke lima putra dan putri Pak Ishari dan ini merupakan generasi ketiga. Sate kambing Pak Syamsuri dulunya bernama warung sate

kambing Pak Is 2, dan seiring berkembangnya bisnis kuliner ini banyak pelanggan yang mengenal nama Pak Syamsuri. Karena mengikuti keinginan pelanggan dan memudahkan pelanggan dalam mengingat dan mencari lokasi warung sate Pak Is 2 kini berubah menjadi warung sate kambing Pak Samsuri hingga saat ini.

Warung sate kambing Pak Syamsuri hanya menyediakan hidangan makan dengan bahan baku daging kambing saja, namun banyak pilihan menu yang dapat dipesan dan dinikmati oleh pelanggan diantaranya adalah: sate kambing, sate kelatak, sate goreng, tongseng, tengkleng dan gulai. Dari sekian banyak menu yang ditawarkan sate kambing adalah menu utama atau favorit yang banyak dipesan oleh para pelanggan.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Analisis deskriptif karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik yang ditinjau dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi berkunjung. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut.

1. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel di bawah.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	70	70,00
Perempuan	30	30,00
Jumlah	100	100,00

Tabel 6 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 70 orang (70,0%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan

sebanyak 30 orang (30,0%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman adalah laki-laki sebesar 70,0%.

2. Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
18-28 Tahun	55	55,00
29-39 Tahun	27	27,00
> 40 Tahun	18	18,00
Jumlah	100	100,00

Tabel 7 menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 18-28 tahun yakni sebanyak 55 orang (55,00%), responden yang berusia antara 29-39 tahun yakni sebanyak 27 orang (27,00%), dan responden yang berusia lebih dari 40 tahun yakni sebanyak 18 orang (18,00%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman berusia antara 18-28 tahun yakni sebesar 55,00%.

3. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/ Mahasiswa	45	45,00
Pegawai Negeri	11	11,00
Karyawan Swasta	29	29,00
Wiraswasta	15	15,00
Jumlah	100	100,00

Tabel 8 menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai pelajar/ mahasiswa sebanyak 45 orang (45,00%), responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai negeri sebanyak 11 orang (11,00%), responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 29 orang (29,00%), dan responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 15 orang (15,00%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman berstatus sebagai pelajar/ mahasiswa sebesar 45,00%.

4. Pendapatan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendapatan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	19	19,00
Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	49	49,00
> Rp. 3.000.000	32	32,00
Jumlah	100	100,00

Tabel 9 menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 sebanyak 19 orang (19,00%), responden dengan pendapatan antara Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 sebanyak 49 orang (49,00%), dan responden dengan pendapatan lebih dari Rp. 3.000.000 sebanyak 32 orang (32,00%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman memiliki pendapatan antara Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000 sebesar (49,00%).

3. Deskripsi Hasil Penelitian

Data hasil penelitian terdiri dari satu variabel tunggal yaitu tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk dan pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman. Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan dari data variabel yang telah diolah dilihat dari nilai rata-rata (*mean*). Selain itu juga disajikan diagram batang dari masing-masing variabel. Berikut ini penggambaran hasil analisa data secara deskriptif melalui bantuan program SPSS versi 13.00 *for windows*.

a. Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman

Data kualitas produk di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman terdiri dari 12 butir pernyataan dengan jumlah responden 100 responden. Ada empat alternatif jawaban dimana jawaban tertinggi bernilai 4 dan jawaban terendah bernilai 1. Data kualitas produk diperoleh skor tertinggi sebesar 48,00 dan skor terendah sebesar 25,00. Hasil analisis data diketahui bahwa nilai *mean* (M) sebesar 38,70; *median* (Me) sebesar 39,50; *modus* (Mo) sebesar 43,00; dan standar deviasi (SD) sebesar 4,76.

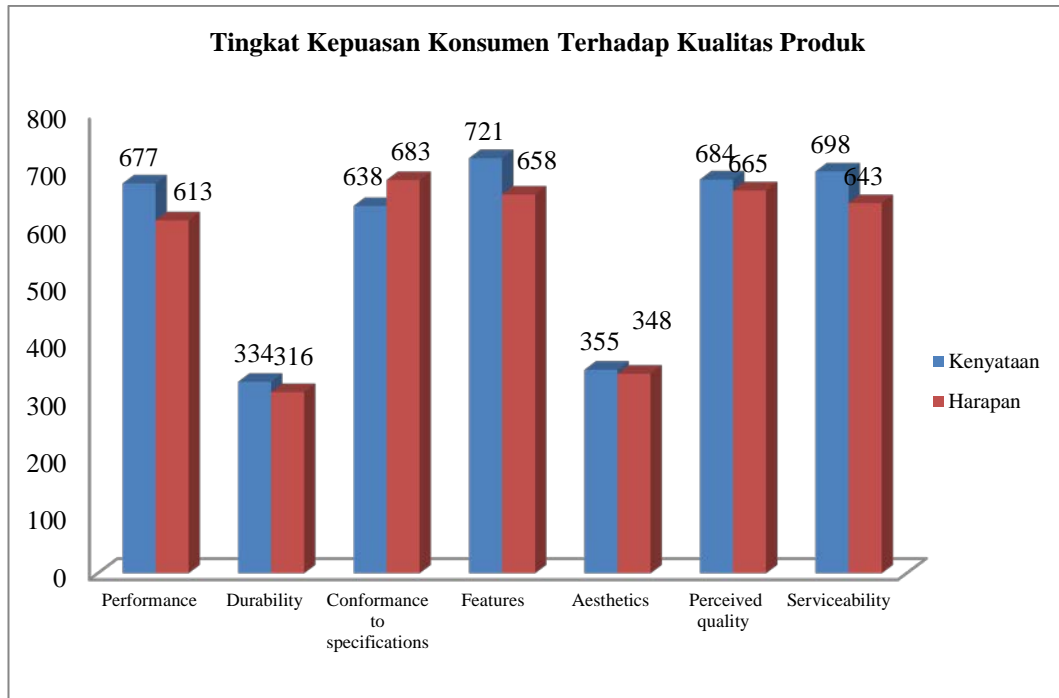
Berdasarkan data hasil penilaian responden didapatkan skor dari kenyataan dan harapan tentang tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman. Berikut skor harapan dan kenyataan tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman.

Tabel 10. Skor Harapan dan Kenyataan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman

Kualitas Produk di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri			Tingkat Kepuasan (%)	KTG
Indikator	Nilai Kenyataan	Nilai Harapan		
<i>Performance</i> (kinerja)	677	613	110,44	Sangat Puas
<i>Durability</i> (daya tahan)	334	316	105,70	Sangat Puas
<i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	638	683	93,41	Belum Puas
<i>Features</i> (fitur)	721	658	109,57	Sangat Puas
<i>Aesthetics</i> (estetika)	355	348	102,01	Sangat Puas
<i>Perceived quality</i> (kesan kualitas)	684	665	102,86	Sangat Puas
<i>Serviceability</i>	698	643	108,55	Sangat Puas
Jml	4107	3926	104,61	Sangat Puas

Berdasarkan Tabel 10, tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman dapat dijelaskan jika skor harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan skor pada kenyataan konsumen ($4107 > 3926$) dengan tingkat kepuasan sebesar 104,61% dan berada pada kategori sangat puas.

Berikut penggambaran hasil analisis data melalui diagram batang berdasarkan indikator yang mewakili skor pada kenyataan dan skor pada harapan sebagai berikut.



Gambar 3. Diagram Batang Skor Kenyataan dan Harapan

Gambar di atas menunjukkan nilai skor pada kenyataan dan harapan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman ditinjau dari indikator *performance* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan nilai skor ($677 < 613$); pada indikator *durability* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($334 > 316$); pada indikator *conformance to specifications* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($638 < 683$); pada indikator *features* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($721 > 658$); pada indikator *aesthetics* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($355 > 348$); pada indikator *perceived quality* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($684 > 665$); dan pada indikator *serviceability* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($698 > 643$).

b. Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman

Data kualitas pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman terdiri dari 8 butir pernyataan dengan jumlah responden 100 responden. Ada empat alternatif jawaban dimana jawaban tertinggi bernilai 4 dan jawaban terendah bernilai 1. Data kualitas pelayanan diperoleh skor tertinggi sebesar 31,00 dan skor terendah sebesar 11,00. Hasil analisis data diketahui bahwa nilai *mean* (M) sebesar 21,79; *median* (Me) sebesar 21,00; *modus* (Mo) sebesar 21,00; dan standar deviasi (SD) sebesar 4,97.

Berdasarkan data hasil penilaian responden didapatkan skor dari kenyataan dan harapan tentang tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman. Berikut skor harapan dan kenyataan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman.

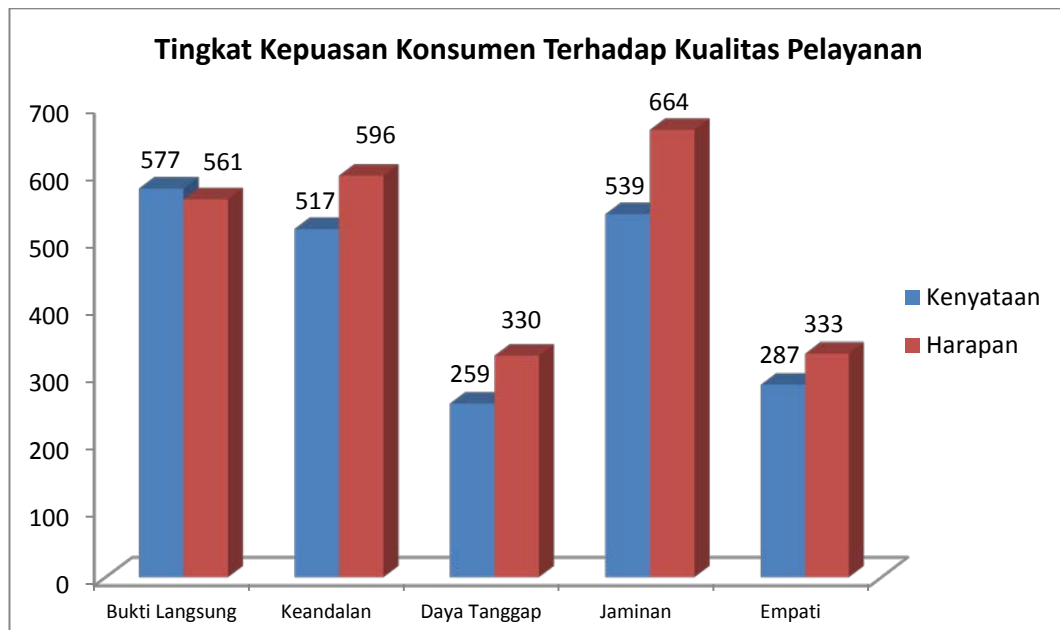
Tabel 11. Skor Harapan dan Kenyataan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman

Kualitas Pelayanan di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri			Tingkat Kepuasan (%)	KTG
Indikator	Nilai Kenyataan	Nilai Harapan		
Bukti Langsung	577	561	102,85	Sangat Puas
Keandalan	517	596	86,74	Belum Puas
Daya Tanggap	259	330	78,48	Belum Puas
Jaminan	539	664	81,17	Belum Puas
Empati	287	333	86,19	Belum Puas
Jml	2179	2484	87,72	Belum Puas

Berdasarkan tabel di atas, tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman dapat dijelaskan jika skor harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan skor pada

kenyataan konsumen (2484>2179) dengan tingkat kepuasan sebesar 87,72% dan berada pada kategori belum puas.

Berikut penggambaran hasil analisis data melalui diagram batang berdasarkan indikator yang mewakili skor pada kenyataan dan skor pada harapan sebagai berikut.



Gambar 4. Diagram Batang Skor Kenyataan dan Harapan

Gambar di atas menunjukkan nilai skor pada kenyataan dan harapan konsumen. Pada tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman ditinjau dari indikator bukti langsung diketahui bahwa nilai skor harapan lebih kecil dari pada nilai skor kenyataan (561<577); pada indikator keandalan diketahui bahwa nilai skor harapan lebih besar dari pada nilai skor kenyataan (596>517); pada indikator daya tanggap diketahui bahwa nilai skor harapan lebih besar dari pada nilai skor kenyataan (330>259); pada indikator jaminan diketahui bahwa nilai skor harapan lebih besar dari pada nilai skor kenyataan (664>539); dan pada indikator empati

diketahui bahwa nilai skor harapan lebih besar dari pada nilai skor kenyataan (333<287).

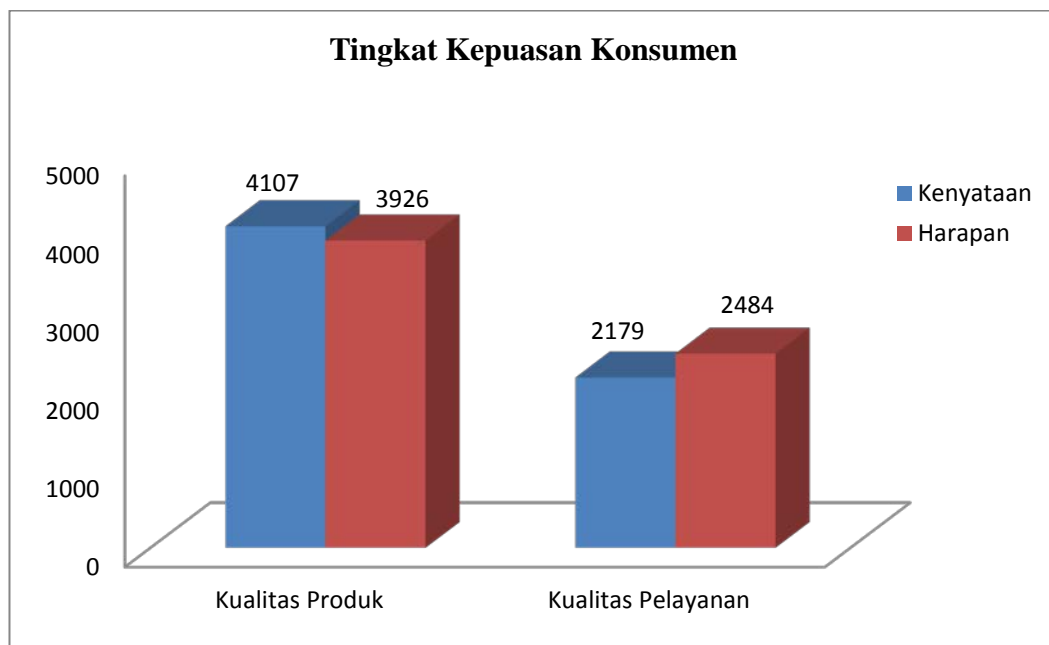
c. Penggambaran Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk dan Pelayanan di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman

Penentuan kecenderungan variabel tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk dan pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan sebagai berikut.

Tabel 12. Penggambaran Harapan dan Kenyataan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk dan Pelayanan

Tingkat Kepuasan Konsumen				Tingkat Kepuasan (%)	KTG
No	Indikator	Nilai Kenyataan	Nilai Harapan		
1	Kualitas Produk	4107	3926	104,61	Sangat Puas
2	Kualitas Pelayanan	2179	2484	87,72	Belum Puas
Jml		6286	6410	98,07	Belum Puas

Penggambaran Persentase pada masing-masing sub variabel tersebut dapat digambarkan melalui diagram batang sebagai berikut.



Gambar 5. Diagram Batang Penggambaran Harapan dan Kenyataan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk dan Pelayanan

Berdasarkan tabel 13 dan gambar 5 di atas tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk dan pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman diketahui bahwa kualitas produk mendapatkan penilaian paling dominan berada pada kategori sangat puas dan dengan persentase sebesar 104,61%, sedangkan kualitas pelayanan mendapatkan penilaian belum puas dengan persentase sebesar 87,72%.

B. Pembahasan

Berdasarkan data penelitian yang dianalisis maka dilakukan pembahasan tentang hasil penelitian sebagai berikut.

1) Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan jika tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman berada pada kategori sangat puas. Hal ini ditunjukkan dari skor kenyataan konsumen lebih tinggi dibandingkan skor pada harapan konsumen ($4107 > 3926$) dengan tingkat kepuasan sebesar 104,61%.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman ditinjau indikator *performance* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan nilai skor ($677 < 613$). Pada aitem “cara memasak sate kambing Pak Syamsuri masih tradisional” karena masih menggunakan tungku supaya daging kambing yang dimasak dapat matang dengan sempurna atau empuk. Pada aitem “Potongan sate kambing Pak Syamsuri kecil” sejatinya itu adalah kekhasan dari warung

tersebut supaya bumbu meresap dan tingkat kematangan daging kambing empuk dan mudah dinikmati pelanggan.

Pada indikator *durability* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($334 > 316$). Indikator *durability* diukur oleh satu aitem yaitu “sate kambing Pak Syamsuri dapat bertahan 1x24 jam. Hal ini dimaksudkan jika daging kambing yang sudah di olah menjadi sate, gulai, tongsseng, maupun tengkleng kambing ketika pesanan di bawa pulang masih dapat dinikmati oleh pelanggan hingga 1x24 jam. Jika melebihi dari waktu tersebut setidaknya harus dimasukkan ke dalam lemari es agar dapat di hangatkan kembali untuk dinikmati dan mencegah agar tidak basi.

Pada indikator *conformance to specifications* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($638 < 683$). Pada aitem “harga relatif murah” dan “kualitas sesuai dengan harga” dianggap kurang sesuai sama pelanggan karena menurut pelanggan potongan daging kambing yang kecil dan hanya 8 tusuk setiap porsinya dianggap kemahalan oleh pengunjung.

Pada indikator *features* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan ($721 > 658$). Pada aitem “Sate kambing Pak Syamsuri empuk” berada dalam kategori puas karena dipotong kecil-kecil sehingga bumbu meresap dan tingkat kematangannya empuk. Pada aitem “sate kambing Pak Syamsuri melayani *delivery order* dalam jumlah tertentu” berada dalam kategori puas karena pesanan banyak ataupun sedikit tetap di lakukan *delivery order* tanpa dipungut biaya kembali jika masih berada di lingkup kota Yogyakarta.

Pada indikator *aesthetics* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan (355>348). Indikator *aesthetics* diukur oleh satu aitem yaitu “Sate kambing Pak Syamsuri memiliki citra positif” berada pada kategori sangat puas karena warung tersebut berdiri selama 27 tahun dan belum pernah membuka cabang di tempat lain sehingga keorisinan dari cita rasa sate masih terjaga hingga saat ini.

Pada indikator *perceived quality* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan (684>665). Pada aitem “cita rasa enak” dan “bumbu sate kambing pak Syamsuri meresap” karena rasa sate dianggap berbeda dengan sate lainnya karena sate dibakar menggunakan kuah gula jawa yang dicelupkan pada sate, sedangkan sate yang lain hanya menggunakan kecap manis.

Pada indikator *serviceability* diketahui bahwa nilai skor kenyataan lebih besar dari pada harapan (698>643). Pada aitem “terdapat penambahan porsi pada pembelian pasar” merupakan kekhususan dari warung tersebut. Per 300 tusuk sate yang dipesan mendapatkan tambahan porsi sebanyak 15 tusuk secara free. Pada aitem “pegawai ramah pada pelanggan” berada pada kategori sangat puas karena cara pelayanannya sangat kekeluargaan antara pemilik usaha, pelayan, dan pembeli di warung Sate Pak Syamsuri.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2009: 51). Kepuasan dan ketidakpuasan

pelanggan akan suatu layanan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pembelian selanjutnya.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, karena perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapat pangsa pasar yang lebih luas dengan menciptakan kepuasan.

Kepuasan konsumen merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang/jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Menurut Rangkuti (2009) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Hal ini menjadi penting karena, apabila konsumen puas maka konsumen tersebut akan loyal terhadap produk yang dibeli. Sebaliknya, apabila konsumen tidak puas maka dapat dimungkinkan konsumen akan menjadi tidak loyal terhadap produk yang dibeli.

Produk menurut Tjiptono (2005: 95) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Perusahaan dapat mempengaruhi konsumennya lewat produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan

jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjuangkan sesuai harapan dari pelanggan.

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kesesuaian atau kepuasan konsumen atas suatu produk. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Fungsi, kualitas dan benefits dari suatu produk merupakan fokus perhatian pelanggan. Kebutuhan pelanggan yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisannya yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk substitusi.

Saat ini, pelanggan lebih sulit terpuaskan karena pelanggan lebih cerdas, lebih sadar harga, lebih menuntut, dan didekati oleh banyak pesaing dengan tawaran yang sama atau lebih baik. Tantangannya menurut Kotler (2009: 53), adalah bukan hanya menghasilkan pelanggan yang puas, beberapa pesaing dapat melakukan itu. Tantangannya adalah menghasilkan pelanggan yang senang dan setia. Pelanggan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman yang menikmati layanan kemungkinan besar akan memberikan dukungan, merekomendasikan ke pihak lain, dan jarang melakukan perpindahan merk. Kesiapan pelanggan loyal di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman adalah suatu indikasi bahwa layanan yang diberikan

bersifat favorable (disukai), disamping itu pelanggan cenderung membeli merk yang mereka sukai untuk mengurangi risiko kerugian.

Oleh karena itu, untuk membentuk kepuasan konsumen pihak warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman harus senantiasa meningkatkan kualitas produknya. Hal ini menjadi penting mengingat kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler dan Amstrong, 2008: 273).

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman konsumen dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan pelanggan, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan pelanggan tersebut (Assauri, 2012: 167).

2) Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan di Warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan jika tingkat kepuasan konsumen Pada kualitas pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman berada pada kategori belum puas. Hal ini ditunjukkan dari skor harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan skor pada kenyataan konsumen ($2484 > 2179$) dengan tingkat kepuasan sebesar 87,72%.

Pada tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman ditinjau dari indikator bukti langsung diketahui bahwa nilai skor harapan lebih kecil dari pada nilai skor kenyataan ($561 < 577$). Pada aitem “lokasi warung sate kambing pak Syamsuri terjangkau” mendapatkan penilaian sangat puas karena lokasinya strategis, terdapat lahan parkir luas disertai petugas parkir, dan ada fasilitas toilet bagi konsumen. Pada aitem “Terdapat nomor meja untuk memudahkan pelayanan” dianggap sangat puas karena nomor meja dianggap memudahkan pembeli ketika pesanan yang dipesan belum diantar dan memudahkan penjual untuk mengenali konsumen dengan menu pesanan yang bervariasi setiap harinya.

Pada indikator keandalan diketahui bahwa nilai skor harapan lebih besar dari pada nilai skor kenyataan ($596 > 517$). Pada aitem “Rasa konsisten dan tidak berubah-ubah” dianggap belum puas karena di warung sate tersebut belum ada resep yang dijadikan acuan dalam memasak sehingga sering kali hanya berdasarkan pada intuisi para koki yang memasak di warung sate Pak Syamsuri. Pada aitem “pemesanan tanpa menunggu lama” dinyatakan belum puas karena

faktanya pemesanan di warung sate kambing Pak Syamsuri sangat antri dan menunggu relatif lama.

Pada indikator daya tanggap diketahui bahwa nilai skor harapan lebih besar dari pada nilai skor kenyataan ($330 > 259$). Pada indikator daya tanggap aitem “karyawan cepat tanggap” dianggap belum puas karena saat antrian panjang ketersediaan kursi tunggu yang sedikit dan tidak ada tindakan dari karyawan maupun pemilik usaha.

Pada indikator jaminan diketahui bahwa nilai skor harapan lebih besar dari pada nilai skor kenyataan ($664 > 539$). Pada aitem “warung sate kambing Pak Syamsuri aman dan nyaman” dianggap belum puas karena lokasi yang berdekatan dengan jalan raya sehingga para pelanggan yang membawa anak kecil merasa khawatir jika anaknya bermain-main di sekitar area warung. Pada aitem “karyawan terampil melayani tamu” dianggap belum puas karena ketika antrian banyak para karyawan fokus mempersiapkan menu yang dipesan dan terkadang lupa mencarikan tempat duduk bagi yang kehabisan kursi tunggu.

Pada indikator empati diketahui bahwa nilai skor harapan lebih besar dari pada nilai skor kenyataan ($333 < 287$). Pada indikator ini aitem “pelayanan sama kepada seluruh pelanggan” dianggap belum puas karena beberapa pelanggan masih mendahulukan pelanggan yang datang dengan menggunakan kendaraan roda empat.

Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010: 154), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Harapan konsumen sebelum membeli adalah untuk

mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen. Pelayanan yang berkualitas juga akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Kualitas pelayanan pada dimensi bukti langsung adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan lingkungan fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Indikator bukti langsung di warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman berada pada kategori sedang artinya warung Sate Kambing Pak Syamsuri Maguwoharjo Depok Sleman sudah memberikan fasilitas pelayanan yang terbaik akan tetapi masih terdapat beberapa sikap pelayan yang dinilai kurang peka terhadap konsumen salah satunya adalah banyaknya antrian yang memesan baik yang dikonsumsi di tempat maupun yang di bawa pulang menyebabkan waktu untuk menunggu jadi bertambah. Ketidakpekaan tersebut ditunjukkan dari sikap pelayan yang terkadang lupa antrian mana yang lebih dahulu memesan sehingga beberapa kali pernah mendapat teguran pelanggan karena merasa dibeda-bedakan meski sudah datang duluan tapi diberikan pesannya belakangan.

Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan (Lupiyoadi, 2001: 81). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan

akan membandingkan dengan produk jasa lainnya. Bilamana harapan-harapannya terpenuhi, maka akan menjadikannya pelanggan loyal, puas terhadap produk barang atau jasa yang dibelinya. Sebaliknya, bilamana tidak puas, restoran tersebut akan ditinggalkan oleh pelanggan. Keputusan pelanggan berkaitan dengan kepuasan terhadap penilaian produk barang dan jasa. Kunci kepuasan pelanggan tersebut terletak pada kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan sehingga penyampaian produk, baik barang maupun jasa oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang/jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Menurut Rangkuti (2009) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidakesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Hal ini menjadi penting karena, apabila konsumen puas maka konsumen tersebut akan loyal terhadap produk yang dibeli. Sebaliknya, apabila konsumen tidak puas maka dapat dimungkinkan konsumen akan menjadi tidak loyal terhadap produk yang dibeli.

Hal ini dapat dijelaskan jika kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam konteks rumah makan, kepuasan menjadi keharusan bagi perusahaan untuk selalu diberikan kepada konsumen. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja organisasi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang serius dari manajemen organisasi. Penetapan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh

sebuah organisasi menjadi hal yang harus dilakukan terlebih dahulu, sehingga organisasi tersebut mempunyai tujuan yang jelas.

Kualitas pelayanan dapat diartikan bahwa suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan (Alma, 2011). Sedangkan menurut Tjiptono (2008), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh 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 yang ditunjukkan dengan tingkat prosentase 28%. Pemanfaatan restoran student corner dapat dilihat dengan tingkat kunjungan konsumen dalam sebulan sekitar 2- 4 kali sebesar 42% dan (2) tingkat

kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dengan tingkat kesesuaian 82,34%, sedangkan tingkat kepuasan terhadap layanan produk dengan tingkat kesesuaian 85,11% dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan layanan restoran student corner sangat memuaskan.