

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Pada pembahasan berikut ini akan disajikan deskripsi data yang telah diperoleh dalam penelitian. Deskripsi data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah memberikan gambaran mengenai karakteristik distribusi skor dan subyek penelitian untuk masing-masing subyek yang diteliti. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 85 dari konsumen yang datang ke Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran No.293 Boyolali.

Data penelitian ini diperoleh dari instrumen berupa angket yang diberikan kepada konsumen setelah mengkonsumsi produknya, bab ini akan memaparkan data yang telah terkumpul dari masing-masing aspek tersebut. Deskripsi data masing-masing aspek meliputi: analisis data kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan menggunakan analisis indeks kepuasan pelanggan dan tingkat kesesuaian untuk membandingkan tingkat kenyataan dengan tingkat harapan konsumen dan pembahasan.

Data pada variabel faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Soto Segeer Mbok Giyem dalam penelitian ini diperoleh melalui angket yang bersifat tertutup dengan jumlah butir soal sebanyak 23 butir pernyataan. Masing-masing butir mempunyai rentang skor 1 sampai 5. Berdasarkan olah data faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Soto Segeer Mbok Giyem adapun penjelasan mengenai karakteristik responden dan hasil perhitungan sebagai berikut:

1. Deskripsi Responden

Karakteristik responden adalah untuk mengetahui ciri-ciri responden atau potensi konsumen dalam mengkonsumsi makanan di Soto Segeer Mbok Giyem. Dalam penelitian ini diambil 85 orang responden. Dalam hal ini responden penelitian diberikan pernyataan yang sama untuk mengetahui jenis kelamin, pekerjaan dan umur. Untuk melihat secara lebih jelas mengenai karakteristik responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

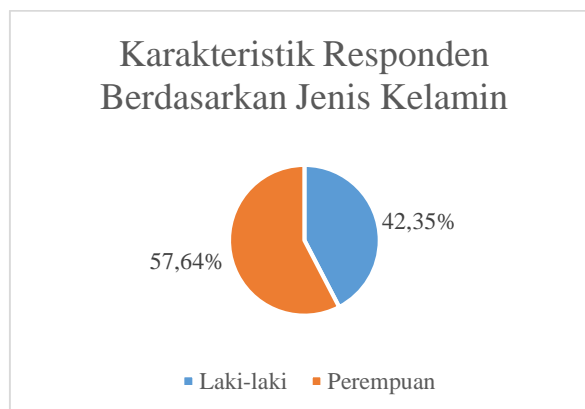
Pada hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 6.

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	36	42,35%
Perempuan	49	57,64%
Jumlah	85	100%

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diatas dapat digambarkan diagram sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Diagram diatas mempresentasikan banyaknya responden yang datang di Soto Segeer Mbok Giyem dilihat dari persentase jenis kelamin. Responden terbanyak adalah responden dengan jenis kelamin perempuan yang berjumlah 49 orang dengan persentase 57,64%. Sedangkan responden Laki-laki berjumlah 36 orang dengan persentase 46,15%.

Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin konsumen yang menjadi responden yang paling banyak konsumen yaitu perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

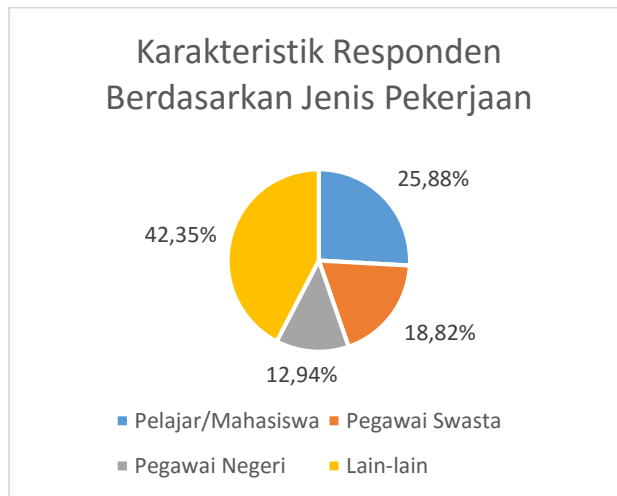
Karakteristik responden selanjutnya adalah berdasarkan jenis pekerjaan, data ini diperlukan untuk mengetahui berasal dari kalangan pekerja apa saja konsumen yang datang di Soto Segeer Mbok Giyem. Distribusi responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat tabel 7.

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/ Mahasiswa	22	25,88%
Pegawai Swasta	16	18,82%
Pegawai Negeri	11	12,94%
Lain-lain	36	42,35%
Jumlah	85	100%

Sumber: Data Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diatas dapat digambarkan diagram sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Diagram diatas mempersentasikan banyaknya responden yang datang di Soto Segeer Mbok Giyem dilihat dari persentase jenis pekerjaan. Responden yang paling banyak mengkonsumsi makanan di Soto Segeer Mbok Giyem adalah lain-lain yaitu sebanyak 36 orang dengan presentase 42,35%. Dari responden Pelajar/Mahasiswa berjumlah 22 orang dengan persentase 25,88%, responden Pegawai Swasta sebanyak 16 orang dengan persentase 18,82%, dan responden Pegawai Negeri sebanyak 11 orang dengan persentase 12,94%.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka akan diketahui bahwa jenis pekerjaan yang menjadi responden paling banyak adalah lain-lain.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

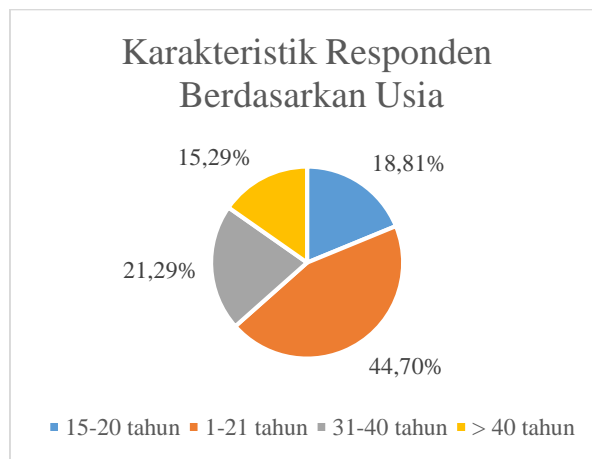
Karakteristik responden selanjutnya adalah berdasarkan umur responden, data ini diperlukan untuk mengetahui konsumen yang datang di Soto Segeer Mbok Giyem berasal dari rentang usia berapa apakah anak muda, remaja atau sampai dengan orang tua. Berikut hasil penelitian disajikan pada tabel 10.

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
15-20 tahun	16	18,82%
21-29 tahun	38	44,70%
31-40 tahun	18	21,29%
>40 tahun	13	15,29%
Jumlah	85	100%

Sumber: Data Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan usia diatas dapat digambarkan diagram sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari diagram diatas dapat dilihat dengan total 85 responden yang paling banyak mengkonsumsi makanan di Soto Segeer Mbok Giyem adalah responden yang berumur 21-29 tahun yaitu sebanyak 38 orang dengan persentase 44,70%. Dari responden berumur 30-39 tahun berjumlah 18 orang dengan persentase 21,17%%, responden berumur 15-20 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 18,82%, dan responden berumur > 40 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 15,29%. Berdasarkan hasil penelitian diatas maka akan diketahui bahwa responden yang berumur 20-29 tahun menjadi responden paling banyak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa reponden yang paling dominan membeli produk di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran No.293 Boyolali merupakan responden perempuan dengan persentase 57,64%, responden pekerja lain-lain sebanyak 42,35% dan responden berumur 21-29 tahun sebesar 44,70%.

2. Hasil Analisis Deskriptif

Deskripsi kategori variabel menggunakan tanggapan responden mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran No.293 Boyolali. Data hasil penelitian kemudian dikategorikan ke dalam tiga kelompok yaitu baik, cukup dan rendah. Hasil tersebut disajikan berikut ini:

a. Kualitas Produk

Pada penelitian ini terdapat 9 butir pernyataan mengenai kualitas produk dengan skala penilaian terendah 1 dan nilai tertinggi 5. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan didapat nilai tertinggi sebesar 42; nilai terendah sebesar 11; nilai mean (M) sebesar 35,76; nilai median (Md) sebesar 36,00; modus (Mo) sebesar 36; dan nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 2,057.

Penentuan distribusi frekuensi faktor internal diperoleh dengan menghitung jumlah kelas (K), rentang data (R), dan panjang kelas interval. Jumlah kelas (k) dihitung dengan menggunakan rumus $1 + 3,3 \log n$. Jumlah sampel/responden (n) pada penelitian ini sebanyak 85 responden, sehingga diperoleh $1 + 3,3 \log 85 = 7,36$ (dibulatkan menjadi 7). Sedangkan rentang data (R) dihitung menggunakan rumus nilai tertinggi – nilai terendah, sehingga diperoleh hasil $42-31 = 11$ dan panjang kelas interval dihitung dengan rumus $R : K$, sehingga diperoleh hasil 11 :

$7 = 1,57$. Hasil dari data tersebut disajikan pada tabel distribusi seperti dibawah ini:

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

No	Interval	F	Persentase
1	31 – 32,57	6	7,05%
2	32,58 – 34,15	14	16,47 %
3	34,16 – 35,73	16	18,82%
4	35,74 – 37,31	33	38,82%
5	37,32 – 38,89	11	12,94%
6	38,90 – 40,47	4	4,7%
7	40,48 – 42,05	1	1,17%
Jumlah		85	100%

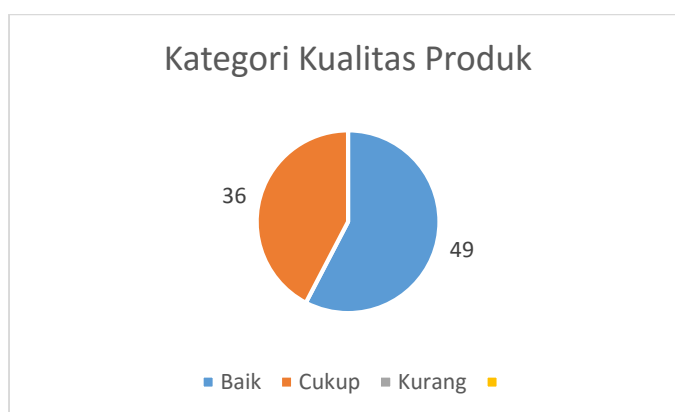
Berdasarkan data pada tabel distribusi frekuensi kualitas produk di atas dapat diketahui bahwa frekuensi terendah terdapat pada interval 40,48-41,05 sejumlah reponden 1 dengan persentase 1,17%. Sedangkan frekuensi tertinggi terdapat pada interval 35,74-37,31 sejumlah 33 responden dengan persentase 38,82%.

Kecenderungan kualitas produk dapat ditentukan dengan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menghitung Rata-rata ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (S_{di}). Rumus rata-rata ideal (M_i) adalah $\frac{1}{2} (X_{max} + X_{min})$ dan rumus Standar Deviasi Ideal (S_{di}) adalah $\frac{1}{6} (X_{max}-X_{min})$. Diketahui $X_{max} = 9 \times 5 = 45$ dan $X_{min} = 9 \times 1 = 9$. Dari data tersebut diperoleh hasil $M_i = \frac{1}{2} (45+9) = 27$ dan $S_{di} = \frac{1}{6} (45-9) = 6$. Hasil dari kategorisasi faktor internal disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 12. Hasil Kategori Kualitas Produk

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 36$	Baik	49	57,54%
$21 \leq X < 36$	Cukup	36	42,35%
$X < 21$	Kurang	0	0 %
Total		85	100%

Berdasarkan data hasil kategorisasi kualitas produk di atas dapat diketahui bahwa kategorisasi cukup sejumlah 36 responden dengan persentase 42,35%, kategori baik sejumlah 49 responden dengan persentase 57,54%. Kategorisasi variabel kualitas produk dapat juga dilihat pada diagram berikut ini:



Gambar 4. *Pie Chart* Kecenderungan Data Kualitas Produk

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen termasuk dalam kategori baik sebanyak 49 orang. Kualitas produk terdiri dari empat indikator dari empat indikator diantaranya adalah Rasa, Konsistensi, Suhu dan Estetika. Deskripsi dari empat indikator tersebut disajikan pada tabel dibawah ini:

a) Rasa/ *flavour*

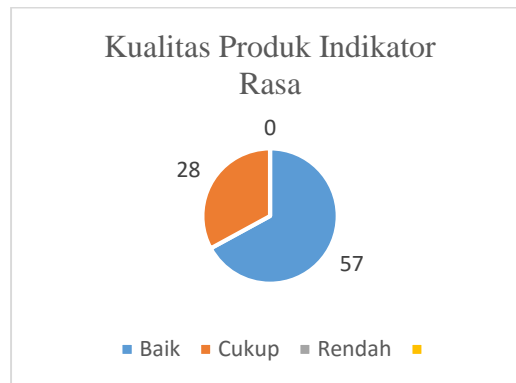
Kecenderungan indikator rasa pada kualitas produk dapat ditentukan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menghitung kategorisasi, yaitu menghitung harga Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Dsi). Rasa produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup rasa hidangan utama dan rasa hidangan pelengkap dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean Ideal (MI) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi Ideal (SDi) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan rasa yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup dan rendah. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi rasa disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 13. Deskripsi Data Kualitas Produk Indikator Rasa

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	57	67,05%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	28	32,94%
$X < 4,67$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 5. *Pie Chart* Kualitas Produk Indikator Rasa

Berdasarkan tabel dan pie chart data kualitas produk indikator rasa dapat diketahui pada kategori baik sebanyak 57 orang (67,05%), sedangkan kategori cukup sebanyak 28 orang (32,94%) dan kategori rendah sebanyak 0 orang (0%). Jadi dapat disimpulkan bahwa indikator rasa termasuk dalam kategori baik, hal ini karena indikator rasa pada kategori baik yaitu sebanyak 57 orang (67,5%).

b) *Konsistensi/ consistency*

Kecenderungan indikator konsisten pada kualitas produk dapat ditentukan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menghitung kategorisasi, yaitu menghitung harga Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Dsi). konsistensi produk diukur dengan 3 pernyataan yaitu mencakup konsistensi rasa dan penyajian dengan skala 1 sampai 5. Dari butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $3 \times 5 = 15$ dan skor terendah $3 \times 1 = 3$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean Ideal (MI) $= \frac{1}{2} \times (15 + 3) = 9$ dan Standar Deviasi Ideal (SDi) $= \frac{1}{6} \times (15 - 3) = 2$.

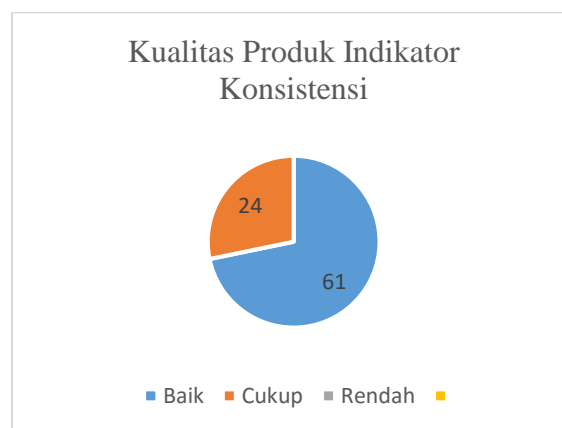
Untuk mendapatkan kecenderungan konsistensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi)

di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi baik, cukup dan rendah. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi konsistensi disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 16 . Deskripsi Data Kualitas Produk Indikator Konsistensi

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 11$	Baik	61	71,76%
$7 \leq X < 11$	Cukup	24	28,23%
$X < 7$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 6. Pie Chart Kualitas Produk Indikator Konsistensi

Berdasarkan tabel deskripsi data kualitas produk indikator konsistensi dapat diketahui pada ketegori baik sebanyak 61 orang (71,76%), sedangkan kategori cukup sebanyak 24 orang (28,23%) dan kategori rendah sebanyak 0 orang (0%). Jadi dapat disimpulkan bahwa indikator konsistensi termasuk dalam kategori baik, hal ini karena indiktaor konsistensi pada kategori baik yaitu sebanyak 61 orang (71,76%).

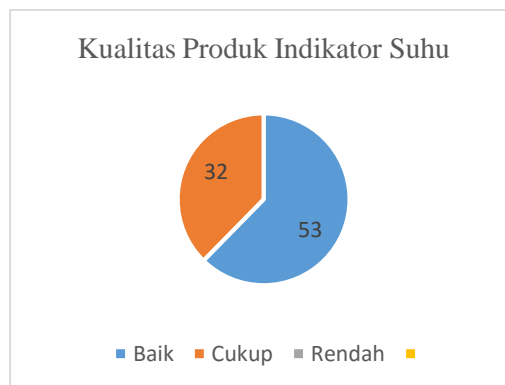
c) Suhu/ *temperature*

Kecenderungan indikator suhu pada kualitas produk dapat ditentukan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menghitung kategorisasi, yaitu menggunakan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup dan rendah. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi suhu disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 17. Deskripsi Data Kualitas Produk Kategori Suhu

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	53	62,35%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	32	37,64%
$X < 4,67$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 7. Pie Chart Kualitas Produk Indikator Suhu

Berdasarkan tabel dan pie chart kualitas produk indikator suhu dapat diketahui pada kategori baik sebanyak 53 orang (62,35%), sedangkan kategori cukup sebanyak 32 orang (37,64%) dan kategori rendah sebanyak 0 orang (0%). Hal ini karena indikator suhu pada kategori baik sebanyak 53 orang (62,35%).

d) Estetika/ *aesthetic*

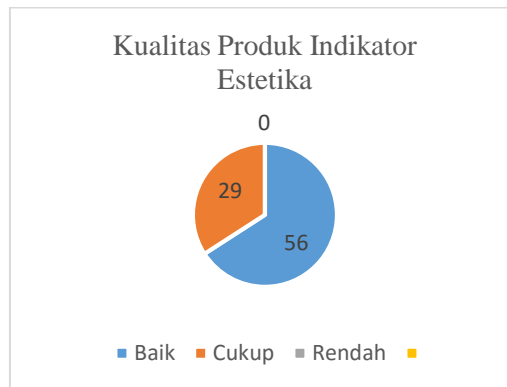
Kecenderungan indikator estetika pada kualitas produk dapat ditentukan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menghitung kategorisasi, yaitu menghitung harga Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Dsi). Estetika produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup estetika hidangan utama dan estetika hidangan pelengkap dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean Ideal (MI) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi Ideal (SDi) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan estetika yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup dan rendah. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi estetika disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 16. Deskripsi Data Kuliatas Produk Indikator Estetika

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	56	65,88%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	29	34,11%
$X < 4,67$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 8. *Pie Chart* Kualitas Produk Indikator estetika

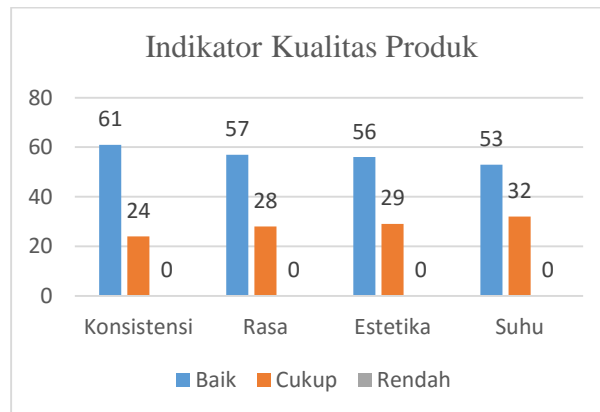
Berdasarkan tabel dan pie chart kualitas produk Indikator estetika dapat diketahui pada ketegori baik sebanyak 56 orang (65,88%), sedangkan kategori cukup sebanyak 29 orang (34,11%) dan kategori rendah sebanyak 0 orang (0%) dari data tersebut untuk indikator estetika berada pada kategori baik.

Berdasarkan data dari keempat indikator mengenai kualitas produk dapat diambil kesimpulan bahwa indikator konsistensi di Soto Segeer Mbok Giyem pada kategori baik 61 orang (71,76%), selanjutnya diikuti indikator rasa sebanyak 57 orang (67,05%), untuk indikator yang ketiga adalah aspek estetika sebanyak 56 orang (65,88%) dan indikator suhu sebanyak 53 orang (62,35%). Dari deskripsi data diatas disajikan tabel seperti di bawah ini:

Tabel 17. Rangkaing Indikator Kualitas Produk

NO	Indikator	Kategori			Ranking
		Baik	Cukup	Rendah	
1	Konsistensi	61	24	0	1
2	Rasa	57	28	0	2
3	Estetika	56	29	0	3
4	Suhu	53	32	0	4

Dari deskripsi data di atas disajikan *bar chart* seperti dibawah ini:



Gambar 9. Bar chart indikator kualitas produk

Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa indikator konsistensi pada kualitas produk yang paling dominan mempengaruhi kualitas produk di Soto Segeer Mbok Giyem adalah indikator konsistensi dengan 61 orang.

2) Kualitas Pelayanan

Pada penelitian ini terdapat 14 butir pertanyaan mengenai pelayanan dengan skala penilaian terendah 1 dan nilai tertinggi 5. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan didapat nilai tertinggi sebesar 62 nilai terendah sebesar 50; nilai mean (M) sebesar 56,29; nilai median (Md) sebesar 57,00; modus (Mo) sebesar 60; dan nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 3,097.p

Penentuan distribusi frekuensi faktor internal diperoleh dengan menghitung jumlah kelas (K), rentang data (R), dan panjang kelas interval. Jumlah kelas (k) dihitung dengan menggunakan rumus $1 + 3,3 \log n$. Jumlah sampel/responden (n) pada penelitian ini sebanyak 85 responden, sehingga diperoleh $1 + 3,3 \log 85 = 7,36$ (dibulatkan menjadi 7). Sedangkan rentang data (R) dihitung menggunakan rumus nilai tertinggi – nilai terendah, sehingga diperoleh hasil $62-50 = 12$ dan panjang kelas interval dihitung dengan rumus $R : K$, sehingga diperoleh hasil 12 :

7 = 1,71. Hasil dari data tersebut disajikan pada tabel distribusi seperti dibawah ini:

Tabel 18. Distribusi Frekuensi Pelayanan

No	Interval	F	Persentase
1	50 – 51,71	7	8,23%
2	51,72 – 53,43	14	16,47%
3	53,44 – 55,15	14	16,47%
4	55,16 – 56,87	4	4,70%
5	56,88 – 58,59	21	24,70%
6	58,60 – 60,31	22	25,88%
7	60,31 – 62,03	3	3,52%
Jumlah		85	100%

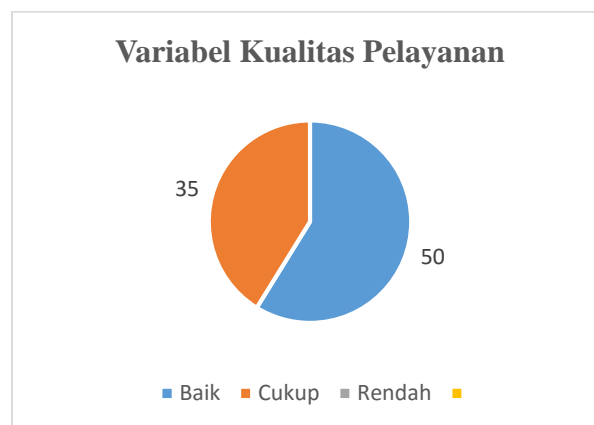
Berdasarkan data pada tabel distribusi frekuensi Pelayanan di atas dapat diketahui bahwa frekuensi terendah terdapat pada interval 60,31 – 62,03 sejumlah responden 3 dengan persentase 3,52%. Sedangkan frekuensi tertinggi terdapat pada interval 58,60 – 60,31 sejumlah 22 responden dengan presentase 25,88%.

Kecenderungan Pelayanan dapat ditentukan dengan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menghitung Rata-rata ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (S_{di}). Rumus rata-rata ideal (M_i) adalah $1/2 (X_{max} + X_{min})$ dan rumus Standar Deviasi Ideal (S_{di}) adalah $1/6 (X_{max} - X_{min})$. Diketahui $X_{max} = 14 \times 5 = 70$ dan $X_{min} = 14 \times 1 = 14$. Dari data tersebut diperoleh hasil $M_i = 1/2 (70 + 14) = 42$ dan $S_{di} = 1/6 (70 - 14) = 9,3$. Hasil dari kategorisasi faktor internal disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 19. Hasil Kategori Pelayanan

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 55,95$	Baik	50	58,82%
$32,8 \leq X < 55,94$	Cukup	35	41,17%
$X < 32,7$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan data hasil kategorisasi pelayanan di atas dapat diketahui bahwa kategorisasi rendah sejumlah 0 responden dengan presentase 0%, kategori cukup sejumlah 35 responden dengan presentase 41,17%, kategori baik sejumlah 51 responden dengan presentase 58,82%. Kategorisasi variabel kualitas pelayanan dapat juga dilihat pada diagram berikut ini:



Gambar 10. *Pie Chart* Kecenderungan Data Pelayanan

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen termasuk dalam ketegori baik sebanyak 50 responden (58,82%). Kualitas pelayanan terdiri dari empat indikator dari lima aspek diantaranya berwujud, keandalan, cepat tanggap, jaminan dan empati. Deskripsi dari lima indikator tersebut disajikan pada tabel dibawah ini:

a) Berwujud (*tangibles*)

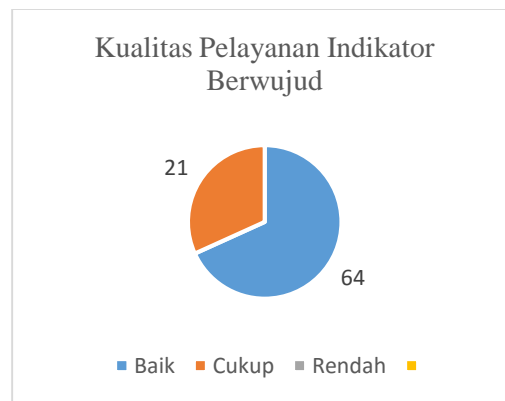
Kecenderungan indikator berwujud pada pelayanan dapat ditentukan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup dan rendah . Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan

rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi berwujud disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 20. Deskripsi Data Kualitas Pelayanan Indikator Berwujud

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 11$	Baik	64	75,29%
$7 \leq X < 11$	Cukup	21	24,70%
$X < 7$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 11. *Pie Chart* kualitas pelayanan indikator berwujud

Berdasarkan tabel dan pie chart kualitas pelayanan aspek berwujud dapat diketahui pada kategori baik sebanyak 64 orang (75,29%), sedangkan kategori cukup sebanyak 21 orang (24,70%) dan kategori rendah sebanyak 0 orang (0%). Jadi dapat disimpulkan bahwa indikator berwujud baik, hal ini karena indikator berwujud pada kategori baik yaitu sebanyak 64 orang (75,29%).

b) Keandalan/ *Reliability*

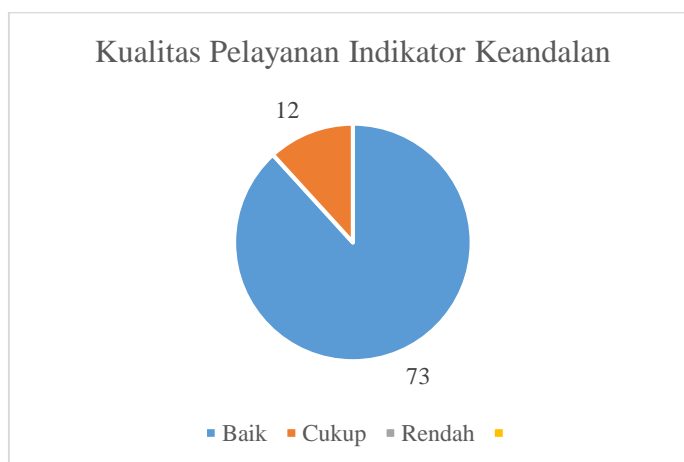
Kecenderungan indikator keandalan pada pelayanan dapat ditentukan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menggunakan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi) di atas. Ketentuan

kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup dan rendah. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi keandalan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 21. Hasil Perhitungan Kategorisasi Keandalan

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 12$	Baik	73	85,88%
$9,34 \leq X < 12$	Cukup	12	14,11%
$X < 9,34$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan *pie chart* yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 12. *Pie Chart* kualitas pelayanan indikator keandalan

Berdasarkan tabel dan *pie chart* kualitas pelayanan indikator keandalan dapat diketahui pada kategori baik sebanyak 73 orang(85,88%), sedangkan kategori cukup sebanyak 12 orang(14,11%) dan kategori rendah sebanyak 0 orang(0%). Berdasarkan tabel tersebut untuk aspek keandalan berada pada kategori baik.

c) Cepat Tanggap/ *Responsiveness*

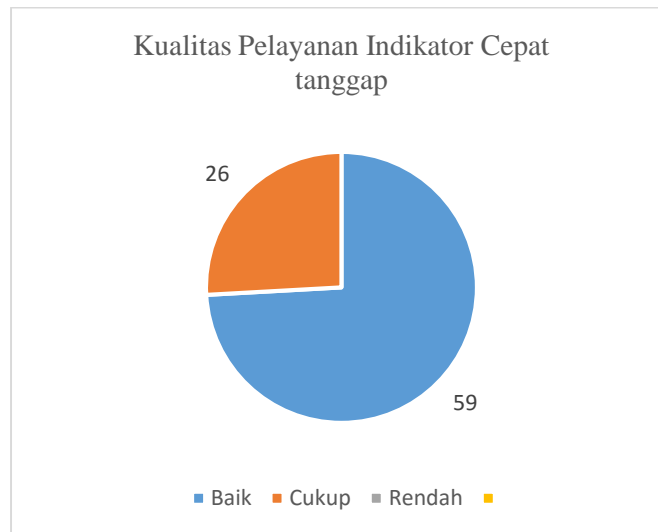
Kecenderungan indikator cepat tanggap dalam pelayanan dapat ditentukan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menghitung kategorisasi harga Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Dsi). *Tangibles* produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup kecepatan pramusaji dan ketersediaan membantu konsumen dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean Ideal (MI) = $\frac{1}{2} \times (2+10) = 6$ dan Standar Deviasi Ideal (SDi) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$

Untuk mendapatkan kecenderungan cepat tanggap yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup dan rendah. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi cepat tanggap disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 22. Deskripsi Data Pelayanan Indikator Cepat Tanggap

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
$X \geq 7,33$	Baik	59	69,41%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	26	30,58%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan *pie chart* yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 13. *Pie Chart* kualitas pelayanan indikator cepat tanggap

Berdasarkan tabel dan *pie chart* kualitas pelayanan indikator cepat tanggap dapat diketahui pada ketegori baik sebanyak 59 orang (69,41%), sedangkan kategori cukup sebanyak 26 orang (30,58%) dan kategori rendah sebanyak 0 orang (0%). Berdasarkan tabel tersebut untuk indikator cepat tanggap berada pada kategori baik, hal ini karena indikator cepat tanggap pada kategori baik yaitu sebanyak 59 orang(69,41%).

d) *Jaminan/ Assurance*

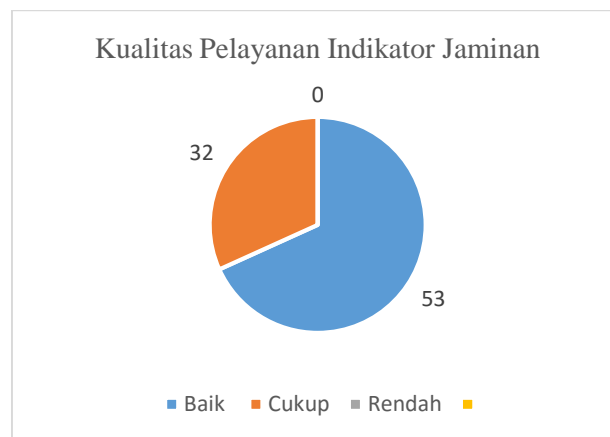
Kecenderungan cepat tanggap yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan, dilakukan perhitungan ketegorisasi dengan menggunakan hasil Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Dsi). Jaminan diukur dengan 3 pernyataan yaitu mencakup jaminan hidangan disajikan dengan aman dan terjaga kebersihannya dengan dengan skala 1 sampai 5. Dari 3 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $3 \times 5 = 15$ dan skor terendah $3 \times 1 = 3$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean Ideal (MI) = $\frac{1}{2} \times (3 + 15) = 9$ dan Standar Deviasi Ideal (SDi) = $\frac{1}{6} \times (15-3) = 2$.

Untuk mendapatkan kecenderungan jaminan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup dan rendah. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi jaminan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 23. Hasil Perhitungan Kategorisasi Jaminan

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 11$	Baik	53	62,35%
$7 \leq X < 11$	Cukup	32	37,64%
$X < 7$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan *pie chart* yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 14. *Pie Chart* kualitas pelayanan indikator jaminan

Berdasarkan tabel deskripsi data dan *pie chart* kualitas pelayanan indikator jaminan dapat diketahui pada kategori baik sebanyak 53 orang (62,35%), sedangkan kategori baik sebanyak 32 orang (37,64%) dan kategori rendah 0 orang (0%). Berdasarkan tabel tersebut untuk indikator jaminan berada pada kategori

baik, hal ini karena indikator jaminan pada kategori baik yaitu sebanyak 53 orang (62,35%).

e) Empati/ *Emphaty*

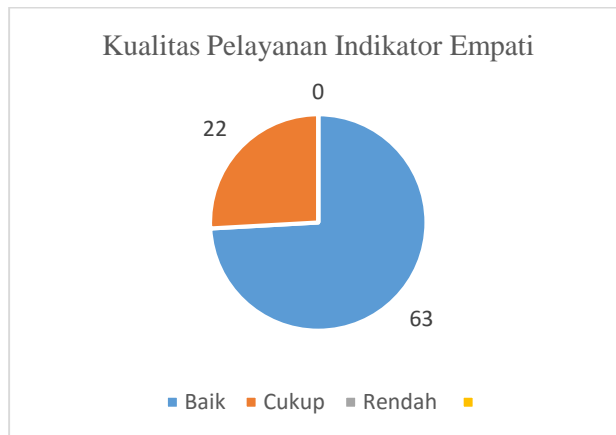
Kecenderungan indikator empati dalam pelayanan dapat ditentukan melakukan perhitungan kategorisasi, yaitu dengan menghitung kategorisasi harga Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Dsi). *Tangibles* produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup ketersediaan pramusaji menerima keluhan dan bersedia melayani konsumen dengan baik dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean Ideal (MI) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 7,33$ dan Standar Deviasi Ideal (SDi) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 4,67$

Untuk mendapatkan kecenderungan empati yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan, dilakukan perhitungan ketegorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean Ideal (MI) dan Standar Deviasi Ideal (Sdi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup dan rendah. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi empati disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 24. Deskripsi Data Pelayanan Indikator Empati

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	63	74,11%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	22	25,88%
$X < 4,67$	Rendah	0	0%
Total		85	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan *pie chart* yang dapat dilihat pada gambar:



Gambar 14. *Pie Chart* kualitas pelayanan indikator empati

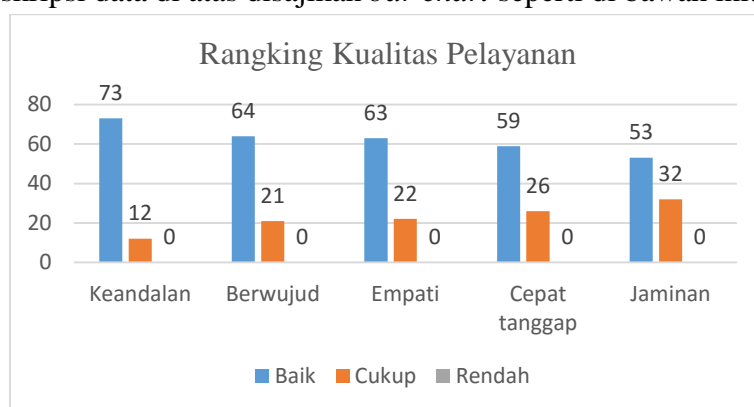
Berdasarkan tabel deskripsi data dan *pie chart* kualitas pelayanan indikator empati dapat diketahui pada ketegori baik sebanyak 63 orang (74,11%), sedangkan kategori cukup sebanyak 22 orang (25,88%) dan kategori rendah sebanyak 0 orang (0%). Berdasarkan tabel tersebut untuk indikator berwujud berada pada kategori baik, hal ini karena indikator berwujud pada kategori baik yaitu sebanyak 63 orang (74,11%).

Berdasarkan data dari kelima indikator mengenai kualitas pelayanan dapat diambil kesimpulan bahwa indikator keandalan pada kategori baik sebanyak 73 orang (85,88%), selanjutnya diikuti indikator berwujud pada kategori baik sebanyak 64 orang (75,29%) dan empati berada pada kategori baik memperoleh sebanyak 63 orang (74,11%), untuk indikator yang keempat adalah indikator cepat tanggap sebanyak 59 orang (69,41%) dan untuk persentase terendah pada kategori baik terdapat pada aspek jaminan sebanyak 53 orang (63,23%). Dari dekripsi data di atas disajikan tabel seperti di bawah ini:

Tabel 25. Ranging Kualitas Pelayanan

NO	Indikator	Kategori			Ranking
		Baik	Cukup	Rendah	
1	Keandalan	73	12	0	1
2	Berwujud	64	21	0	2
3	Empati	63	22	0	3
4	Cepat tanggap	59	26	0	4
5	Jaminan	53	32	0	5

Dari deskripsi data di atas disajikan *bar chart* seperti di bawah ini:



Gambar 15. Ranging Kualitas Pelayanan

Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa indikator keandalan pada kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kualitas produk di Soto Segeer Mbok Giyem adalah indikator keandalan dengan 61 orang.

3. Hasil Analisis Kepuasan Konsumen

a. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk

Pada penelitian ini, pengambilan data dilakukan dengan menyebar kuesioner sejumlah 85 responden. Penilaian kualitas produk di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran no.293 Boyolali terdiri dari harapan konsumen dan kenyataan yang terjadi. Kualitas produk pada harapan konsumen merupakan kualitas produk yang diharapkan oleh responden agar menjadi kenyataan.

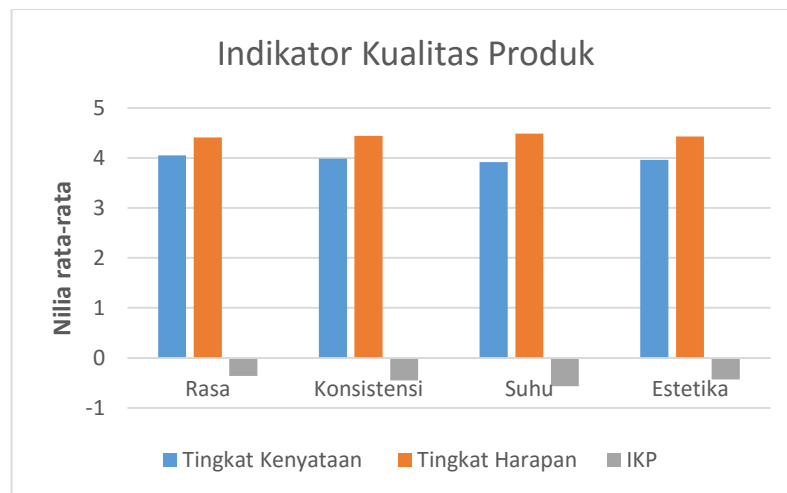
Sedangkan kualitas produk pada kenyataan yang terjadi merupakan kualitas produk yang telah diterima konsumen pada saat itu (kenyataan). Berikut hasil penilaian responden tentang rata-rata indikator kualitas produk di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran no.293 Boyolali.

Tabel 26. Nilai Rata-Rata Indikator Kualitas Produk

No	Indikator	Tingkat Kenyataan	Tingkat Harapan	IKP
1	Rasa (<i>flavour</i>)	4,05	4,41	-0,36
2	Konsistensi (<i>consistency</i>)	3,99	4,44	-0,45
3	Suhu (<i>temperature</i>)	3,92	4,49	-0,57
4	Estetika (<i>aesthetic</i>)	3,96	4,39	-0,43
Rata-rata		3,98	4,43	-0,45

Sumber: Data penelitian, 2018

***IKP** : Indeks Kepuasan Pelanggan



Gambar 16. Grafik nilai rata-rata indikator kualitas produk

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa IKP tertinggi terletak pada indikator suhu. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen pada indikator tersebut lebih tinggi dari kenyataan yang terjadi di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran no 293 Boyolali.

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 3,98. Rata-rata tertinggi untuk kualitas produk yang diterima oleh konsumen terdapat pada pernyataan no 1 yaitu “Soto yang disajikan rasanya enak” dengan nilai rata-rata 4,08. Sedangkan untuk rata-rata terendah untuk kualitas produk yang diterima terdapat pada pernyataan nomor 7 yaitu “Hidangan pelengkap (gorengan, sate tusukan, minuman) disajikan dalam keadaan panas dan dingin” dengan nilai rata-rata 3,91.

Nilai rata-rata jumlah pada harapan konsumen terhadap kualitas produk adalah 4,43. Rata-rata tertinggi pada tingkat harapan konsumen terhadap kualitas produk terdapat pada nomor 7 yaitu “Hidangan pelengkap (gorengan, sate tusukan, minuman) disajikan dalam keadaan panas dan dingin” dengan nilai rata-rata 4,55. Sedangkan rata-rata terendah pada tingkat harapan konsumen terdapat kualitas produk terdapat pada pernyataan nomor 3 yaitu “Rasa soto selalu konsisten dan tidak berubah-ubah” dengan nilai rata-rata 4,34.

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) Soto Segeer Mbok Giyem sudah memenuhi dan melebihi harapan konsumen sehingga dapat dikatakan konsumen merasa sangat puas dan sebaliknya apabila nilai tingkat kesesuaian $<100\%$ maka kinerja Soto Segeer Mbok Giyem belum memenuhi harapan

konsumen, sehingga dapat dikatakan konsumen merasa belum puas. Data penilaian tingkat kesesuaian kualitas produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 26. Tingkat Kesesuaian Kualitas Produk pada Indikator Rasa

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)%
Rasa				
1	Soto yang disajikan rasanya enak	347	375	92,53
2	Hidangan pelengkap (gorengan, sate tusukan, sambal, acar, dll) yang disajikan rasanya enak	341	374	91,18
Rata-rata				91,03

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kenyataan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dengan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor harapan.

Berdasarkan tabel no 26 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item pernyataan Soto yang disajikan rasanya enak adalah 347 dan untuk harapan sebesar 375 dengan tingkat kesesuaian 92,53%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan soto yang disajikan rasanya enak terpenuhi sebesar 92,53%.

Skor kenyataan untuk item hidangan pelengkap (gorengan, sate tusukan, sambal, acar, dll) yang disajikan rasanya enak adalah sebesar 341 dan harapan sebesar 374 dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,18%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pada item hidangan pelengkap (gorengan, sate tusukan, sambal, acar, dll) yang disajikan rasanya enak terpenuhi sebesar 91,18%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 91,03%, bahwa sebagian besar kualitas produk pada dimensi rasa belum sesuai dengan harapa pelanggan maka dikatakan belum puas.

Tabel 27. Tingkat Kesesuaian Kualitas Produk pada Indikator Konsistensi

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)%
Konsistensi				
3	Rasa soto selalu konsisten dan tidak berubah-ubah	337	369	91,33
4	Penyajian soto selalu konsisten dan higienis	341	378	92,41
5	Soto yang disajikan porsinya sesuai harga	340	384	88,54
Rata-rata				90,72

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kenyataan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dengan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor harapan.

Berdasarkan tabel no 27 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item pernyataan rasa soto selalu konsisten dan tidak berubah-ubah adalah 337 dan untuk harapan sebesar 369 dengan tingkat kesesuaian 91,33%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan rasa soto yang disajikan rasanya enak sebesar 91,33%.

Skor kenyataan untuk item penyajian soto selalu konsisten dan higienis adalah sebesar 341 dan harapan sebesar 378 dengan tingkat kesesuaian sebesar 92,41%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pada penyajian soto selalu konsisten dan higienis terpenuhi sebesar 91,18%.

Skor kenyataan untuk item soto yang disajikan porsinya sesuai dengan harga adalah sebesar 340 dan harapan sebesar 384 dengan tingkat kesesuaian sebesar

88,54%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pada penyajian soto selalu konsisten dan higienis terpenuhi sebesar 91,72%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 91,72%, bahwa sebagian besar kualitas produk pada dimensi konsistensi belum sesuai dengan harapan pelanggan maka dikatakan belum puas.

Tabel 28. Tingkat Kesesuaian Kualitas Produk pada Indikator Suhu

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)%
Suhu				
6	Penyajian soto dalam keadaan panas	335	387	86,56
7	Hidangan pelengkap (gorengan, sate tusukan, minuman) disajikan dalam keadaan panas dan dingin	332	376	88,30
Rata-rata				87,43

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kenyataan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dengan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor harapan.

Berdasarkan tabel no 24 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item penyajian soto dalam keadaan panas adalah 335 dan untuk harapan sebesar 387 dengan tingkat kesesuaian 86,56%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan penyajian soto dalam keadaan panas sebesar 86,56%.

Skor kenyataan untuk item hidangan pelengkap (gorengan, sate tusukan, minuman) disajikan dalam keadaan panas dan dingin adalah sebesar 332 dan harapan sebesar 376 dengan tingkat kesesuaian sebesar 88,30%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pada hidangan pelengkap (gorengan, sate

tusukan, minuman) disajikan dalam keadaan panas dan dingin terpenuhi sebesar 88,30%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 87,43%, bahwa sebagian besar kualitas produk pada dimensi suhu belum sesuai dengan harapan pelanggan maka dikatakan belum puas.

Tabel 29. Tingkat Kesesuaian Kualitas Produk pada Indikator Estetika

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)%
Estetika				
8	Soto yang disajikan aromanya menggugah selera	338	371	91,11
9	Soto yang disajikan tampilannya menarik	336	376	89,36
Rata-rata				90,23

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kenyataan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dengan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor harapan.

Berdasarkan tabel no 29 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item soto yang disajikan aromanya menggugah selera adalah 338 dan untuk harapan sebesar 371 dengan tingkat kesesuaian 91,11%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan aroma soto yang menggugah selera sebesar 90,23%.

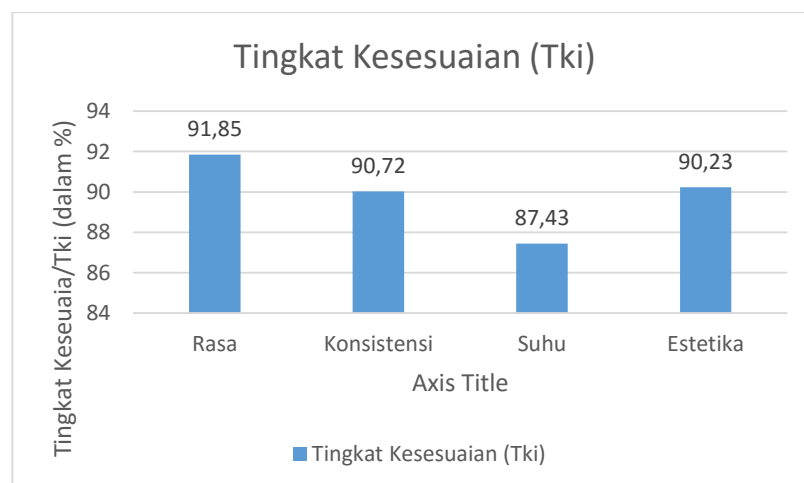
Skor kenyataan untuk item Soto yang disajikan tampilannya menarik adalah sebesar 336 dan harapan sebesar 376 dengan tingkat kesesuaian sebesar 89,36%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pada penyajian soto aroma dan tampilannya menggugah selera dan menarik terpenuhi sebesar 88,30%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 90,23%, bahwa sebagian besar kualitas produk pada dimensi estetika belum sesuai dengan harapan pelanggan maka dikatakan belum puas.

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

Tabel 30. Rata-Rata Tingkat Kesesuaian Kualitas Produk

No	Indikator kualitas produk	Rata-rata TKi
1	Rasa (<i>flavour</i>)	91,85%
2	Konsistensi (<i>consistency</i>)	90,72%
3	Suhu (<i>temperature</i>)	87,43%
4	Estetika (<i>aesthetic</i>)	90,23%



Gambar 16. Grafik rata-rata tingkat kesesuaian pada kualitas produk

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk tingkat kesesuaian tertinggi antara kenyataan dan harapan terdapat pada indikator “Rasa” dengan presentase sebesar 91,85%. Kemudian diikuti indikator “konsistensi” sebesar 90,72%. Sedangkan untuk indikator “estetika” hanya selisih sedikit dengan indikator “konsistensi” dengan presentase sebesar 90,23% dan untuk indikator

“suhu” dengan prosentase sebesar 87,43% dan merupakan indikator dengan tingkat kesesuaian terendah.

Dari hasil data di atas dapat diketahui rata-rata keseluruhan presentase perbandingan antara kenyataan dan harapan belum mencapai 100%. Hal ini menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran no.293 Boyolali. Pihak manajemen Soto Segeer Mbok Giyem sebaiknya terus meningkatkan kinerja kualitas produk agar dapat memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen dapat merasa puas dan menjadi loyalitas terhadap Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran no.293 Boyolali.

b. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan

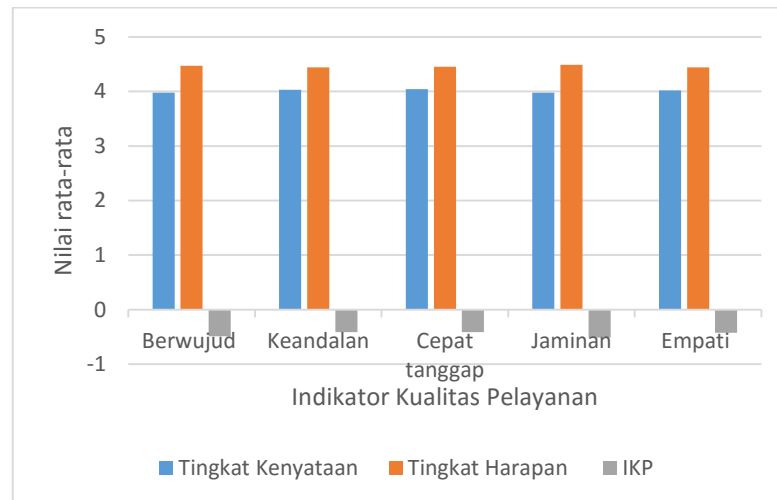
Penilaian pelayanan di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran no.293 Boyolali terdiri dari harapan konsumen dan kenyataan konsumen yang terjadi. Pelayanan pada harapan konsumen merupakan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden agar menjadi kenyataan. Sedangkan pelayanan pada kenyataan yang terjadi merupakan kualitas pelayanan yang diterima konsumen pada saat itu (kenyataan). Berikut hasil penilaian responden terhadap indikator pelayanan di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran no.293 Boyolali.

Tabel 31. Nilai Rata-Rata Indikator Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Tingkat Kenyataan	Tingkat Harapan	IKP
1	Berwujud (<i>tangibles</i>)	3,98	4,47	-0,49
2	Keandalan (<i>reliability</i>)	4,03	4,44	-0,41
3	Cepat tanggap (<i>responsive</i>)	4,04	4,45	-0,41
4	Jaminan (<i>assurance</i>)	3,98	4,49	-0,51
5	Empati (<i>emphaty</i>)	4,02	4,44	-0,42
Rata-rata		4,02	4,46	-0,44

Sumber: Data penelitian, 2019

***IKP** : Indeks Kepuasan Pelanggan



Gambar 17. Grafik nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa IKP tertinggi terletak pada indikator jaminan. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen pada indikator tersebut lebih tinggi dari kenyataan yang terjadi di Soto Segeer Mbok Giyem Jl.Pandanaran no 293 Boyolali.

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 4,01. Rata-rata tertinggi untuk kualitas produk yang diterima oleh konsumen terdapat pada pernyataan no 7 yaitu “Transaksi pembayaran mudah dan cepat” dengan nilai rata-rata 4,07. Sedangkan untuk rata-rata terendah untuk kualitas produk yang diterima terdapat pada pernyataan nomor 11 yaitu “ Tersedia area parkir” dengan nilai rata-rata 3,86.

Nilai rata-rata jumlah pada harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan adalah 4,46. Rata-rata tertinggi pada tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan terdapat pada nomor 20 yaitu “ Hidangan yang disajikan terjaga kebersihan dan kesegarannya” dengan nilai rata-rata 4,53. Sedangkan rata-rata terendah pada tingkat harapan konsumen terdapat kualitas pelayanan terdapat pada

pernyataan nomor 23 yaitu “Pramusaji bersedia melayani apabila ada perubahan menu dari konsumen” dengan nilai rata-rata 4,39.

Pengukuran kepuasan konsumen diukur dengan analisis tingkat kesesuaian antara tingkat harapan konsumen dengan tingkat kenyataan kualitas pelayanan 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) Soto Segeer Mbok Giyem sudah memenuhi dan melebihi harapan konsumen sehingga dapat dikatakan konsumen merasa sangat puas dan sebaliknya apabila nilai tingkat kesesuaian $<100\%$ maka kinerja Soto Segeer Mbok Giyem belum memenuhi harapan konsumen, sehingga dapat dikatakan konsumen merasa belum puas. Data penilaian tingkat kesesuaian kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 32. Tingkat Kesesuaian Kualitas Pelayanan pada Indikator Berwujud

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)
Berwujud				
10	Tempat/ruangan bersih dan nyaman	344	379	90,77
11	Tersedia Area parkir	328	383	85,64
12	Penampilan pramusaji menarik (seragam bersih dan rapi)	343	379	90,50
Rata-rata				88,97

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kenyataan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dengan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor harapan.

Berdasarkan tabel no 32 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item pernyataan tempat/ruangan bersih dan nyaman adalah 344 dan untuk harapan

sebesar 379 dengan tingkat kesesuaian 90,77%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan tempat/ruangan bersih dan nyaman sebesar 90,77%.

Skor kenyataan untuk item tersedia area parkir adalah sebesar 328 dan harapan sebesar 383 dengan tingkat kesesuaian sebesar 85,64%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan ketersediaan area parkir terpenuhi sebesar 88,97%.

Skor kenyataan untuk item penampilan pramusaji menarik (seragam bersih dan rapi) sebesar 344 dan harapan sebesar 379 dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,50%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pada penampilan pramusaji sebesar 90,50%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat dikaruhi nilai rata-rata sebesar 88,97%, bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi berwujud belum sesuai dengan harapan pelanggan maka dikatakan belum puas.

Tabel 33. Tingkat Kesesuaian Pelayanan pada Indikator Keandalan

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)%
Keandalan				
13	Alat makan yang disediakan lengkap dan bersih	339	375	90,40
14	Pramusaji menyajikan menu dengann cepat dan tepat	343	376	91,22
15	Transaksi pembayaran mudah dan cepat	346	383	90,34
16	Pramusaji membersihkan meja setiap kali akan digunakan konsumen	341	375	90,21
Rata-rata				90,54

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kenyataan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat

harapan dengan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor harapan.

Berdasarkan tabel no 33 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item pernyataan alat makan yang disediakan lengkap dan bersih adalah 339 dan untuk harapan sebesar 376 dengan tingkat kesesuaian 90,40%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan peralatan makan yang bersih dan lengkap sebesar 90,40%.

Skor kenyataan untuk item Pramusaji menyajikan menu dengan cepat dan tepat adalah sebesar 343 dan harapan sebesar 376 dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,22%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan akan pramusaji menyediakan menu dengan cepat terpenuhi sebesar 91,22%.

Skor kenyataan untuk item Transaksi pembayaran mudah dan cepat sebesar 346 dan harapan sebesar 383 dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,34%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan akan kemudahan dalam transaksi sebesar 90,50%.

Skor kenyataan untuk item Pramusaji membersihkan meja setiap kali akan digunakan konsumen sebesar 341 dan harapan sebesar 375 dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,21%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan akan kebersihan meja sebesar 90,21%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat dikaruhi nilai rata-rata sebesar 90,54%, bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi keandalan belum sesuai dengan harapan pelanggan maka dikatakan belum puas.

Tabel 34. Tingkat Kesesuaian Pelayanan pada Indikator Cepat Tanggap

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)
Cepat tanggap				
17	Pramusaji cepat dan tanggap dalam pelayanan (ketika tamu datang kemudian menyakan pesanan)	342	380	90,00
18	Pramusaji bersedia membantu konsumen apabila ada pesanan tambahan	344	377	91,25
Rata-rata				90,62

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kenyataan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dengan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor harapan.

Berdasarkan tabel no 34 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item pernyataan pramusaji cepat dan tanggap dalam pelayanan (ketika tamu datang kemudian menyakan pesanan) adalah 342 dan untuk harapan sebesar 380 dengan tingkat kesesuaian 90%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan pramusaji cepat dan tanggap dalam melayani konsumen sebesar 90%.

Skor kenyataan untuk item Pramusaji bersedia membantu konsumen apabila ada pesanan tambahan adalah sebesar 344 dan harapan sebesar 377 dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,25%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan akan pramusaji membantu pelanggan apabila ada pesanan tambahan terpenuhi sebesar 91,25%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat dikaruhi nilai rata-rata sebesar 90,62%, bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi cepat tanggap belum sesuai dengan harapan pelanggan maka dikatakan belum puas.

Tabel 35. Tingkat Kesesuaian Kualitas Produk pada Indikator Jaminan

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)%
Jaminan				
19	Hidangan yang disajikan aman dan bermanfaat untuk kesehatan	338	385	87,79
20	Hidangan yang disajikan terjaga kebersihan dan kesegarannya	337	378	89,15
21	Pramusaji selalu tersenyum dan ramah ketika menyajikan menu	341	382	89,27
Rata-rata				88,74

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan tabel no 35 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item pernyataan hidangan yang disajikan aman dan bermanfaat untuk kesehatan adalah 338 dan untuk harapan sebesar 385 dengan tingkat kesesuaian 87,79%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan hidangan yang bermanfaat bagi kesehatan sebesar 87,79%.

Skor kenyataan untuk item hidangan yang disajikan terjaga kesbersihan dan kesegarannya adalah sebesar 337 dan harapan sebesar 378 dengan tingkat kesesuaian sebesar 89,15%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan akan hidangan yang terjaga akan kesegarannya sebesar 89,15%.

Skor kenyataan untuk item pramusaji selalu tersenyum dan ramah ketika menyajikan menu adalah sebesar 341 dan harapan sebesar 382 dengan tingkat kesesuaian sebesar 89,29%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan akan hidangan yang terjaga akan kesegarannya sebesar 89,27%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat dikaruhi nilai rata-rata sebesar 88,74%, bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi jaminan belum sesuai dengan harapan pelanggan maka dikatakan belum puas.

Tabel 36. Tingkat Kesesuaian Pelayanan pada Indikator Empati

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan	Tingkat Kesesuaian (Tki)%
Empati				
22	Pramusaji menerima keluhan dan mengatasi keluhan dengan baik	339	373	90,88
23	Pramusaji bersedia melayani apabila ada perubahan menu dari konsumen	345	381	90,55
Rata-rata				90,72

Sumber : Data primer (kuesioner) diolah 2019

Berdasarkan tabel no 36 dapat diketahui bahwa skor kenyataan untuk item pernyataan pramusaji menerima keluhan dan mengatasi keluhan dengan baik adalah 339 dan untuk harapan sebesar 373 dengan tingkat kesesuaian 90,88%. Hal ini menunjukkan harapan pelanggan akan pramusaji bisa menerima keluhan dan mengatasi keluhan dengan baik sebesar 90,88%.

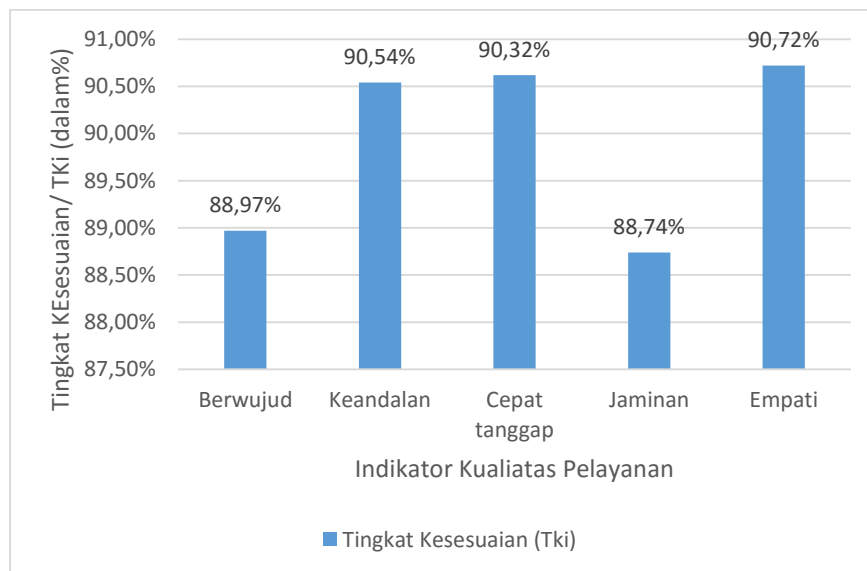
Skor kenyataan untuk item pernyataan pramusaji bersedia melayani apabila ada perubahan menu dari konsumen adalah sebesar 345 dan harapan sebesar 381 dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,55%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pramusaji dapat mengatasi keluhan dengan baik sebesar 90,88%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat dikaruhi nilai rata-rata sebesar 90,72%, bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi empati belum sesuai dengan harapan pelanggan maka dikatakan belum puas.

Rerata-rata nilai tingkat kesesuaian pada variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut.

Tabel 37. Rata-Rata Tingkat Kesesuaian Pelayanan

No	Indikator kualitas produk	Rata-rata TKi
1	Berwujud (<i>tangibles</i>)	88,97%
2	Keandalan (<i>reliability</i>)	90,54%
3	Cepat tanggap (<i>responsive</i>)	90,32%
4	Jaminan (<i>assurance</i>)	88,74%
5	Empati (<i>emphaty</i>)	90,72%



Gambar 18. Grafik rata-rata tingkat kesesuaian pada kualitas pelayanan

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk tingkat kesesuaian tertinggi antara kenyataan dan harapan terdapat pada indikator “empati” dengan presentase sebesar 90,72%. Kemudian diikuti indikator “cepat tanggap” sebesar 90,62%. Sedangkan untuk indikator “jaminan” dengan prosentase sebesar 88,74% dan merupakan indikator dengan tingkat kesesuaian terendah.

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

menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran no.293 Boyolali.

B. Pembahasan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Soto Segeer Mbok Giyem maka pembahasan ini dibuat berdasarkan perhitungan statistika yang menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan Soto Segeer Mbok Giyem di Jl. Pandanaran No.293 Boyolali.

Hasil dari angket yang disebar terhadap 90 responden dan terdapat 5 angket yang rusak, hasil dari penelitian ini didapatkan hasil konsumen paling banyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 57%. Sedangkan untuk usia konsumen rata-rata berusia 21-29 tahun sebanyak 44,70%. Dari segi pekerjaan mayoritas adalah lain-lain (wiraswasta, ibu rumah tangga, dll) sebanyak 42,35%. Hasil penelitian kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan Soto Segeer Mbok Giyem di Jl.Pandanaran No.293 Boyolali terdiri dari dua variabel yaitu variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan.

1. Kualitas Produk Soto Segeer Mbok Giyem

Berdasarkan analisis data penelitian yang telah dilakukan bahwa sebagian besar konsumen Soto Segeer Mbok Giyem berpendapat bahwa kualitas produk Soto Segeer Mbok Giyem sudah baik, variabel kualitas produk memiliki kategori baik sebanyak 49 orang (57,54%), sementara dalam kategori cukup sebanyak 36 orang (42,35%) dan dalam kategori rendah sebanyak 0 orang (0%). Artinya kualitas

produk yang di sajikan oleh pihak Soto Segeer Mbok Giyem sudah memenuhi keinginan dari pihak konsumen.

Dalam variabel kualitas produk terdapat 4 indikator yang digunakan peneliti dalam menentukan kualitas produk di Soto Segeer Mbok Giyem. Indikator tersebut ialah rasa, konsistensi, suhu, estetika

Indikator yang menduduki kategori baik adalah rasa dengan mean 4,08 terdapat pada butir pertanyaan ke 1 yaitu “ Soto yang disajikan rasanya enak”, sehingga warung Soto Segeer Mbok Giyem sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan rasa pada produknya dan indikator estetika dengan mean 4,04 terdapat pada butir pernyataan nomor 8 yaitu “Soto yang disajikan aromanya menggugah selera”, aroma rempah pada kuah soto yang dihidangkan sangat kuat sehingga menggugah selera konsumen untuk menikmati hidangan soto yang disajikan. Indikator yang berada di kategori cukup baik adalah indikator adalah suhu dengan mean 3,89 yang terdapat pada butir pernyataan nomor 6 yaitu “Penyajian soto dalam keadaan panas”, suhu penyajian soto harus dalam keadaan panas, hal ini agar konsumen dapat merasakan kesegaran kuah soto, sehingga perlu ditingkatkan lagi dalam suhu dalam penyajian soto. Selain indikator suhu, indikator yang nilainya cukup baik adalah indikator estetika dengan mean 3,97 yang terdapat pada butir pernyataan nomor 9 yaitu “ Soto dan hidangan pelengkap yang disajikan tampilannya menarik”, tampilan penyajian soto yang disajikan beberapa ada yang kurang menarik akibat kuah soto yang dituang terlalu lama sehingga penyajian soto kurang menarik dan penampilan hidangan pendamping ketika sore hari sudah mulai kurang menarik. Hal ini berdasarkan hasil data penelitian yang telah diolah.

Pada indikator rasa persentase kepuasan baik. Hal ini menunjukkan indikator tersebut sudah terlaksana dengan baik meskipun konsumen belum merasa puas. Perusahaan sudah mampu menjalankan indikator ini, menurut Marsum (2005:159) indikator rasa (*flavour*), dalam menyediakan suatu hidangan harus diperhatikan dalam hal rasa, makanan harus mempunyai rasa yang enak dengan baunya sedap. Meskipun rasa bersifat relatif namun makanan dengan rasa yang enak dapat menjadi unsur penting dalam kualitas makanan.

Dari data hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas produk sudah baik, namun masing-masing indikator harus diperbaiki dan ditingkatkan, terlebih dimensi yang memiliki nilai kesesuaiannya rendah yaitu indikator suhu penyajian makanan. Menurut Philip Kotler dalam Danang Sunyoto (2013: 35), jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa konsumen belum merasa puas (kecewa) dengan kualitas produk di Soto Segeer Mbok Giyem Jl.Pandanaran No.293 Boyolali. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kinerja pada indikator-indikator kualitas produk terutama indikator yang memiliki nilai yang cukup baik. Pihak manajemen Soto Segeer Mbok Giyem Jl.Pandanaran No.293 Boyolali sebaiknya terus meningkatkan kinerja agar dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan loyalitas terhadap Soto Segeer Mbok Giyem Jl.Pandanaran No.293 Boyolali.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ardina Hariasari, (2015) dalam penelitian yang berjudul “Tingkat Kepuasan

Konsumen terhadap Produk *Restaurant Nikkou Ramen Yogyakarta*”, menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

2. Kualitas Pelayanan Soto Segeer Mbok Giyem

Berdasarkan analisis data penelitian yang telah dilakukan bahwa sebagian besar konsumen Soto Segeer Mbok Giyem berpendapat bahwa kualitas pelayanan dikategorikan baik sebanyak 50 orang (58,82%) dalam kategori cukup sebanyak 35 orang (41,17%). dan dalam kategori rendah sebanyak 0 orang (0%). Artinya kualitas pelayanan yang di sajikan oleh pihak Soto Segeer Mbok Giyem sudah memenuhi keinginan dari pihak konsumen.

Indikator yang menduduki pada kategori baik adalah keandalan dengan mean 4,07 yang terdapat pada butir pertanyaan nomor ke 15 “Transaksi pembayaran mudah dan cepat”, sehingga karyawan lebih baik mempertahankan dan meningkatkan dalam transaksi pembayaran, sedangkan pernyataan no 18 ”Pramusaji bersedia membantu konsumen apabila ada pesanan tambahan” mendapat mean sebesar 4,04. Indikator dengan kategori cukup baik adalah indikator berwujud dengan mean 3,85 yang terdapat pada butir pernyataan nomor 11 “Tersedia area parkir”, lokasi Soto Segeer Mbok Giyem yang berada di jalan utama Boyolali dan pihak Soto Segeer Mbok Giyem tidak menyediakan area parkir yang memadai sehingga konsumen kurang nyaman dan membuat jalan sekitar menjadi macet. Selain indikator berwujud, indikator jaminan mendapat mean sebesar 3,95 yang terdapat pada pernyataan nomor 20 “Hidangan yang disajikan terjaga kebersihan dan kesegarannya”. Kebersihan hidangan menjadi salah satu yang harus diperhatikan, hal ini apabila kebersihan hidangan kurang baik akan

menyebabkan kekecewaan konsumen yang datang ke Soto Segeer Mbok Giyem. Selain itu, kesegaran hidangan juga harus diperhatikan agar selera konsumen untuk mengkonsumsi hidangan di Soto Segeer Mbok Giyem meningkat.

Pada indikator keandalan berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan indikator tersebut sudah terlaksana dengan baik meskipun konsumen belum merasa puas. Perusahaan sudah mampu menjalankan indikator ini, menurut Parasuraman, et Al. Dalam Fandy Tjiptono (2005:70) indikator keandalan adalah kemampuan memberika pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Dari data hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen belum merasa baik dengan kualitas pelayanan di Soto Segeer Mbok Giyem Jl.Pandanaran No.293 Boyolali. Masing-masing indikator harus diperbaiki dan ditingkatkan, terlebih dimensi yang memiliki nilai kesesuaiannya rendah yaitu indikator jaminan. Menurut Parasuraman, et al. Dalam Fandy Tjiptono (2005:70) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa konsumen belum merasa puas dengan kualitas pelayanan di Soto Segeer Mbok Giyem Jl.Pandanaran No.293 Boyolali. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kinerja pada indikator-indikator kualitas pelayanan terutama indikator yang berada di kategori cukup baik. Pihak manajemen Soto Segeer Mbok Giyem Jl.Pandanaran No.293 Boyolali sebaiknya terus meningkatkan kinerja agar dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen

merasa puas dan loyalitas terhadap Soto Segeer Mbok Giyem Jl.Pandanaran No.293 Boyolali.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Dwi Safitri (2016). Dalam penelitian ini berjudul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di *Bowling Fruit Bar* Yogyakarta”, menunjukkan kualitas pelayanan masuk dalam kategori belum puas. Sehingga secara keseluruhan konsumen belum merasa puas.

3. Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan Soto Segeer Mbok Giyem

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis terhadap kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Perhitungan dinilai dari Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dan nilai tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima konsumen di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanaran No.293 Boyolali.

Perhitungan tingkat kesesuaian kualitas produk dihitung pada masing-masing indikator. Terdapat 4 indikator yang meliputi rasa (*flavour*), konsistensi (*consistency*), suhu (*temperature*), dan estetika (*aesthetic*). Perhitungan tingkat kesesuaian kualitas pelayanan dihitung dengan lima indikator yang meliputi Berwujud (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empahty*). Perhitungan dinilai dari Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dan nilai tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor harapan

konsumen dengan skor kenyataan yang diterima konsumen di Soto Segeer Mbok Giyem Jl. Pandanarana No.293 Boyolali.

Berdasarkan analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Soto Segeer Mbok Giyem menunjukkan bahwa total rata-rata skor harapan masih lebih tinggi dari total skor harapan. Artinya harapan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan belum terpenuhi atau konsumen belum merasa puas dengan kualitas produk dan pelayanan Soto Segeer Mbok Giyem.

Hasil analisis pada kualitas produk indikator rasa menunjukkan rata-rata tingkat kesesuaian <100%, artinya harapan konsumen terhadap rasa produk belum terpenuhi sehingga konsumen merasa tidak puas. Hal ini disebabkan karena ketika sore kualitas rasa soto yang disajikan cenderung lebih asin.

Kualitas produk indikator suhu menunjukkan rata-rata tingkat kesesuaian <100%, yang artinya konsumen belum merasa puas dengan suhu penyajian di Soto Segeer Mbok Giyem dan nilai rata-rata tingkat kesesuaian paling rendah dibandingkan dengan indikator kualitas produk lainnya. Hal ini disebabkan oleh suhu penyajian produk soto kurang panas.

Hasil analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan juga menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kesesuaian <100%, artinya harapan pelanggan lebih tinggi dari nilai rata-rata kenyataan. Artinya harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan belum terpenuhi sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan Soto Segeer Mbok Giyem.

Berdasarkan analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan indikator empati menunjukan nilai rata-rata tingkat kepuasan harapan berada di

bawah 100%. Artinya harapan terhadap pelayan dalam melayani dan mengatasi keluhan konsumen belum terpenuhi sehingga konsumen merasa belum puas, hal ini dapat disebabkan akibat konsumen yang banyak dan jumlah pelayan yang sedikit.

Hasil analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada indikator jaminan menunjukkan nilai rata-rata paling rendah di antara indikator kualitas pelayanan lainnya. Indikator jaminan memiliki nilai rata-rata tingkat kepuasan sebesar 88,74%, artinya apabila nilai rata-rata kepuasan konsumen berada di bawah 100% konsumen merasa belum puas dengan jaminan pelayanan di Soto Segeer Mbok Giyem.

Berdasarkan data hasil analisis secara keseluruhan di peroleh rata-rata nilai tingkat kesesuaian kualitas produk dan pelayanan masih dibawah 100%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan sudah baik, namun tingkat kepuasan konsumen Soto Segeer Mbok Giyem menunjukkan hasil belum merasa puas, sedangkan pada variabel kualitas produk dengan indikator suhu penyajian soto dan variabel kualitas pelayanan dengan indikator fasilitas area parkir dan kebersihan lingkungan dinilai cukup baik. Untuk itu pemilik Soto Segeer Mbok Giyem perlu memperbaiki dan meningkatkan dimensi-dimensi yang menjadi kekurangan sehingga keinginan dan harapan konsumen dapat dipenuhi. Hal ini akan berdampak pada terciptanya hubungan harmonis antara perusahaan dan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ndaru Prasastono dan Sri Yulianto (2012) dengan judul “Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi”,

menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.