

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA
WAROENG STEAK & SHAKE
(Studi Kasus di Warung Steak and Shake Jalan Kartini Nomor 16, Batu)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana



OLEH

(Faiz Ferdy Prasetyo)

(2016120059)

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG**

2019

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA WAROENG STEAK & SHAKE

(Studi Kasus di Warung Steak and Shake Jalan Kartini Nomor 16, Batu)

Pelayanan yang berkualitas merupakan faktor yang sangat dominan dalam menghadapi persaingan usaha. Hal ini dikarenakan ekspektasi masyarakat sebagai konsumen selalu dinamis dari waktu ke waktu. Waroeng Steak & Shake dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan agar tercipta kepuasan bagi konsumennya. Pelayanan penjualan pada Waroeng Steak & Shake kurang memuaskan, yaitu karena konsumen terkadang tidak dapat langsung menempati tempat yang mereka inginkan, karena tempatnya masih kotor atau belum dibersihkan. Hal tersebut tentunya akan mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun cara mengukur kepuasan konsumen dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Hal ini tampak saat menu makan yang habis tidak langsung ditulis pada papan yang tersedia, sehingga konsumen harus memesan makanan kembali dan waktu untuk menunggu jadi bertambah, 4) Jaminan, meliputi keamanan transaksi dan reputasi rumah makan beserta karyawannya. Hal ini terlihat dari banyaknya konsumen atau pelanggan beserta testimoni mereka tentang Waroeng Steak & Shake di sosial media atau media massa, 5) Empati, pada atribut empati meliputi kepekaan terhadap keadaan konsumen. Hal ini dapat diamati pada saat konsumen membutuhkan bantuan seorang pelayan, pelayan terlihat kurang peka menanggapi. Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jalan Kartini Nomor 16, Ngaglik, Batu.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel atau disebut juga responden dilakukan dengan menggunakan metode non probability sampling, jenisnya adalah Accidental sampling. Konsumen yang menjadi sampel minimal berusia 18 tahun dan pada kasus ini peneliti mengambil 100 orang sebagai sampel penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi penyebaran angket dan sumber lain berupa dokumentasi. Sedangkan dalam menganalisis datanya menggunakan analisis tingkat kepuasan dan diagram kartesius. Diagram kartesius digunakan untuk menguji apakah atribut pelayanan sudah memuaskan pelanggan atau belum. pengujian ini dilakukan dengan menghitung total skor untuk setiap atribut yang diperoleh, kemudian pasang kode skor tersebut yang digunakan sebagai dasar menggambar suatu grafik dua dimensi dimana sumbu horisontal adalah pelaksanaan/kinerja (*actual performance*) dan sumbu vertikal adalah harapan (*ideal performance*).

Responden atau sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan responden yang ditemui di Waroeng Steak&Shake di Jalan Kartini 16 Batu, Malang. Hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan bulanan. Pada paparan dibawah ini akan dijelaskan mengenai karakteristik responden yang ditemui di Waroeng Steak&Shake.

Responden terbanyak yang datang ke Waroeng Steak & Shake adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 54% dan sisanya berjenis kelamin perempuan sebesar 46%.

Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen

Tingkat Kepuasan Konsumen pada Atribut Bukti Langsung

	Kategori	Harapan			Total
		T	S	R	
Kinerja	Tinggi	72	17	0	89
	Sedang	3	2	0	5
	Rendah	5	1	0	6
Total		80	20	0	100

Kualitas pelayanan di Waroeng Steak & Shake masuk dalam kategori tinggi dengan harapan yang tinggi, namun belum sepenuhnya puas sebab masih ada responden yang menilai kinerja pelayanan dalam kategori rendah.

Tingkat Kepuasan Konsumen pada Atribut Keandalan

	Kategori	Harapan			Total
		T	S	R	
Kinerja	Tinggi	72	17	0	89
	Sedang	3	2	0	5
	Rendah	5	1	0	6
Total		80	20	0	100

Kualitas pelayanan di Waroeng Steak & Shake masuk dalam kategori tinggi dengan harapan yang tinggi, namun pihak manajemen perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan tanpa mengesampingkan peningkatan mutu pelayanan.

Kepuasan Konsumen pada Atribut Daya Tanggap

	Kategori	Harapan			Total
		T	S	R	
Kinerja	Tinggi	21	10	0	31
	Sedang	32	31	0	63
	Rendah	3	3	0	6
Total		56	44	0	100

Kualitas pelayanan di Waroeng Steak & Shake masuk dalam kategori tinggi akan tetapi kualitas pelayanan yang diberikan masuk dalam kategori sedang. Ada sebanyak 32 responden yang menyatakan harapan tinggi namun kualitas sedang, sedangkan 21 responden lainnya menyatakan harapan tinggi dan kualitas yang diberikan pun telah tinggi. Untuk responden yang menyatakan harapan sedang dengan kualitas sedang ada sebanyak 31 orang. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan pada atribut daya tanggap masih tergolong sedang/cukup.

Tingkat Kepuasan Konsumen pada Atribut Jaminan

	Kategori	Harapan			Total
		T	S	R	
Kinerja	Tinggi	78	12	0	90
	Sedang	4	3	0	7
	Rendah	3	0	0	3
Total		85	15	0	100

Pada tabel diatas terlihat bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada atribut jaminan dan kualitas pelayanan memiliki nilai tertinggi. Hal ini berarti WS telah memberikan pelayanan yang terbaik.

Tingkat Kepuasan Konsumen pada Atribut Empati

	Kategori	Harapan			Total
		T	S	R	
Kinerja	Tinggi	80	16	0	96
	Sedang	3	0	0	3
	Rendah	1	0	0	1
Total		84	16	0	100

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harapan tertinggi konsumen terhadap atribut empati menempati kategori tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen masuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil tersebut kesimpulan yang didapatkan yaitu tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari semua aspek termasuk kedalam tingkat kepuasan yang puas. Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan indeks kepuasan pelanggan sebesar 80% yang masuk dalam kategori puas. Jadi secara keseluruhan konsumen telah merasa puas sehingga mempercayakan makan dan minum di Waroeng Steak & Shake khususnya di Jalan Kartini 16 Batu, Malang.

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA
WAROENG STEAK & SHAKE
(Studi Kasus di Warung Steak and Shake Jalan Kartini Nomor 16 Batu)**

Faiz Ferdy Prasetyo

Prodi Studi Manajemen, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang
faizdom12@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada Waroeng Steak & Shake Jalan Kartini Nomor 16, Ngaglik, Batu berdasarkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif dan merupakan penelitian yang menggunakan metode survei. Subjek pada penelitian ini adalah kalangan pelanggan atau penggemar Waroeng Steak & Shake Jl. Kartini No. 16, Ngaglik, Batu yang berjumlah 100 orang. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode penyebaran angket dan informasi lain berupa dokumentasi, sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis indeks kepuasan pelanggan dan analisis Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa: (1) Tingkat Indeks kepuasan konsumen atau pelanggan termasuk dalam kategori tinggi pada kualitas pelayanan yang dapat diketahui melalui atribut bukti langsung, (2) berdasarkan atribut keandalan dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan termasuk kategori tinggi, (3), Tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari daya tanggap masih tergolong sedang, (4) Tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari jaminan masuk dalam kategori kepuasan yang tinggi, (5) Atribut empati memiliki penilaian tingkat kepuasan konsumen yang tinggi melebihi harapan konsumen pada kualitas pelayanan, (6) Adapun tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek kualitas pelayanan tergolong dalam kategori puas dengan indeks kepuasan 80%.

Kata Kunci: *Indeks kepuasan pelanggan, Importance Performance Analysis.*

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION WAROENG STEAK&SHAKE (Case Study at Kartini Steak and Shake Shop 16)

Faiz Ferdy Prasetyo

Faculty of Economics

University of Tribhuwana Tunggaladewi

faizdom12@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the level of consumer satisfaction at Waroeng Steak & Shake Jalan Kartini Number 16, Ngaglik, Batu based on direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy. This research belongs to the type of quantitative research and is research that uses survey methods. The subjects in this study were customers or fans of Waroeng Steak & Shake Jl. Kartini No. 16, Ngaglik, Batu totaling 100 people. The data collection method in this study uses the questionnaire distribution method and other information in the form of documentation, while the data analysis used in this study uses the analysis of customer satisfaction index and Importance Performance Analysis (IPA) analysis. The results of research that have been carried out show that: (1) The level of customer or customer satisfaction index is included in the high category of service quality that can be identified through direct evidence attributes, (2) based on the reliability attribute it can be seen that the level of customer satisfaction on service quality is included in the high category, (3), the level of customer satisfaction on service quality in terms of responsiveness is still classified as moderate, (4) The level of customer satisfaction on service quality in terms of guarantees included in the high satisfaction category, (5) The empathy attribute has a high level of consumer satisfaction assessment exceeds consumer expectations on service quality, (6) The level of customer satisfaction on service quality in terms of all aspects included in the level of customer satisfaction included in the category of satisfaction with a satisfaction index of 80%

Keywords: *Customer satisfaction index, Importance Performance Analysis.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batu yang berada di Malang dikenal sebagai kota pendidikan, kota pelajar, kota budaya dan wisata. Ikon ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Batu, Malang. Bisnis yang berkembang di kota ini sangat beragam, mulai dari bisnis makanan (kuliner), pakaian (konveksi), kerajinan, hingga bisnis perbankan. Dengan beragamnya bisnis tersebut tentu membawa dampak pada persaingan bisnis.

Bisnis yang berkembang sangat pesat adalah bisnis makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner tersebut, menjadi daya tarik penulis untuk meneliti tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu *steak*.

Steak yang biasanya untuk kalangan masyarakat atas, kini dapat disajikan untuk semua kalangan. Dengan harga yang terjangkau dan sajian yang menarik serta cita rasa yang lezat mampu memanjakan lidah masyarakat. Inilah yang menjadi daya ungkit bisnis ini berkembang.

Munculnya beberapa pemain dalam bisnis *steak* menunjukkan bahwa kuliner *steak* dapat diterima oleh masyarakat di Batu, Malang sebagai menu makan mereka. Di sisi lain, persaingan dalam bisnis kuliner pun tak terelakkan. Berbagai strategi diluncurkan untuk menarik minat masyarakat untuk menikmati sajian *steak*.

Terdapat gerai *steak* di Batu, Malang yang dikenal masyarakat, seperti *Waroeng Steak & Shake*, *Obonk*, *Chilli Peppers Steak and Grill*, dan *Steak moen-moen*. Pada penelitian ini, penulis hanya memfokuskan pada gerai *steak*, yaitu *Waroeng Steak & Shake* atau yang lebih populer dengan sebutan "WS". Gerai utama berada di Jl. Kartini No. 16, Ngaglik, Batu dan terdapat 5 cabang gerai "WS" yang tersebar di Malang. Berkembangnya gerai ini tentu tidak terlepas dari bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Bentuk pelayanan ini akan mempengaruhi pada kepuasan konsumen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan "WS".

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan.

Waroeng Steak & Shake dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan agar tercipta kepuasan bagi konsumennya. Pelayanan penjualan pada *Waroeng Steak & Shake* kurang memuaskan, yaitu karena konsumen terkadang tidak dapat langsung menempati tempat yang mereka inginkan, karena tempatnya masih kotor atau belum dibersihkan. Dengan demikian kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini

dapat diukur berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Beberapa masalah yang timbul selama prasurvei yang dilakukan peneliti antara lain: 1) Bukti fisik (langsung), meliputi ruangan yang sempit, lokasi parkir kurang memadai, penataan meja dan kursi yang terlaluberdekatan, 2) Keandalan, meliputi kecepatan petugas dalam pelayanan dan ketepatan informasi yang diberikan masih kurang. Hal ini dirasakan menunggu makanan tersaji, diperlukan waktu yang cukup lama, 3) Daya tanggap, meliputi kesediaannya melayani konsumen dan memberikan informasi yang kurang. Hal ini tampak saat menu makan yang habis tidak langsung ditulis pada papan yang tersedia, sehingga konsumen harus memesan makanan kembali dan waktu untuk menunggu jadi bertambah, 4) Jaminan, meliputi keamanan transaksi dan reputasi rumah makan beserta karyawannya. Hal ini tergambar dari jumlah konsumen yang datang dan pendapat konsumen tentang "WS" di sosial media atau media massa, 5) Empati, meliputi rasa peka terhadap kondisi konsumen. Hal ini terlihat saat konsumen memerlukan bantuannya, pelayan kurang peka menanggapi. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kepuasan Konsumen *Waroeng Steak & Shake* Jalan Kartini Nomor 16, Ngaglik, Batu.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan keandalan?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan daya tanggap?

4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jaminan?
5. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan empati?
6. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut, maka tujuan peneliti melakukan penelitian tersebut adalah:

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan keandalan.
3. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan daya tanggap.
4. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jaminan.
5. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan empati.
6. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi *Waroeng Steak & Shake* Batu, Malang

Dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan.

2. Penulis

Penelitian ini sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dibangku kuliah, untuk membandingkan teori dengan kenyataan di lapangan, dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Analisis*.
- Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Analisis II*.
- Kotler, Philips. (2000). *Marketing Management. The Millinium Edition*. USA: Prentice Hall International Inc.
- _____.(2005). *Manajemen Pemasaran (Benjamin Molan.Terjemahan).Edisi Milenium Jilid I Edisi Ke Sebelas*. Jakarta: Prenhallindo.
- _____.(2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). “*ManajemenPemasaran Jasa: Teori dan Praktek*”.Jakarta: Salenba Empat.
- Marsum W.A. (2005). *Restoran dan Permasalahannya*. Batu, Malang : Andi Offset.
- Mudrajad Kuncoro. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta:Erlangga.
- Nura, Alfi. (2010). Analisis Kepuasan Pelanggan pada Restoran *Fast Food* di Kota Medan.*Jurnal*.
- Rahman, Arif. (2008). *Analisis Kepuasan Konsumen Produk Susu Ultra Milk*.
Fakultas Pertanian: IPB
- Rohman, Ahmad. (2010). *Analisis Kepuasan Konsumen Produk Susu Ultra Milk*.
Fakultas Pertanian: IPB

- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Batu, Malang: Andi Offset.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2008). *Teknik Proyeksi Bisnis*. Batu, Malang: Andi Offset.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty.
- Umar, H. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.