

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERDAHAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DI
TWISSTERDOG DENPASAR

*Analysis The Effect Of Product Quality And Service to Customer Satisfaction Using
Importance Performance Analysis Method In Twissterdog Denpasar*

I.G.A Devika Inten A, Amna Hartiati*, Cokorda Anom Bayu Sadyasmara

PS Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit
Jimbaran, Badung, Kode pos : 80361; Telp/Fax : (0361) 701801.

Diterima 27 Agustus 2018 / Disetujui 04 September 2018

ABSTRACT

This study aims to determine the attributes that are considered important by consumers to achieve customer satisfaction, determine the level of performance in *Twissterdog*, know the level of satisfaction or level of consumer suitability of products and services in *Twissterdog*, and determine the attributes that need to get priority from the company to achievement of customer satisfaction. This research was conducted in *Twissterdog* with the sample used was 97 respondents by using purposive and accidental sampling method. Data obtained from the questionnaire distribution were analyzed by *Importance Performance Analysis* method. The result of research shows that attribute with highest level of customer satisfaction on product quality is clarity of name and logo of company with satisfaction level 222%, attribute with lowest satisfaction level is price match with consumer interest, food presentation and price match with product quality with satisfaction level equal to 80.84%. Attributes with the highest level of customer satisfaction on the quality of service is the hospitality of the waiter and the courtesy of the waiter with a satisfaction level of 218%. Attribute with the lowest level of customer satisfaction on the quality of service is the convenience of café with a satisfaction level of 43%. Attributes that should be prioritized on product quality are price conformity with consumer interest, food presentation and price conformity with product quality. The attributes that must be prioritized on the quality of service is the ease of reaching the location, the cleanliness of the cafe, the availability of parking facilities and the convenience of the cafe.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen agar mencapai kepuasan pelanggan, menentukan tingkat kinerja produk dan pelayanan di *Twissterdog*, mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di *Twissterdog*, dan menentukan atribut-atribut yang perlu mendapat prioritas dari perusahaan untuk pencapaian kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di *Twissterdog* dengan sampel yang digunakan adalah 97 responden dengan menggunakan metode purposive dan accidental sampling. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dianalisis dengan metode *Importance Performance Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut dengan tingkat kepuasan konsumen tertinggi pada kualitas produk adalah kejelasan nama dan logo perusahaan dengan tingkat kepuasan sebesar 222%, atribut dengan tingkat kepuasan terendah

*Korespondensi Penulis:
Email: amnahartiati@unud.ac.id

adalah kesesuaian harga dengan minat konsumen, penyajian makanan dan kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan tingkat kepuasan sebesar 80,84%. Atribut dengan tingkat kepuasan pelanggan tertinggi pada kualitas pelayanan adalah keramahan pelayan dan sopan santun pelayan dengan tingkat kepuasan sebesar 218 %. Atribut dengan tingkat kepuasan pelanggan terendah pada kualitas pelayanan adalah kenyamanan café dengan tingkat kepuasan sebesar 43%. Atribut yang harus diprioritaskan pada kualitas produk adalah kesesuaian harga dengan minat konsumen, penyajian makanan dan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Atribut-atribut yang harus mendapat prioritas pada kualitas pelayanan adalah kemudahan dalam mencapai lokasi, kebersihan cafe, ketersediaan sarana parkir dan kenyamanan café.

Kata kunci : : Kepuasan konsumen, *Importance Performance Analysis*, *Twissterdog*

PENDAHULUAN

Dewasa ini gaya hidup masyarakat banyak mengalami perubahan, yakni salah satunya adalah dengan menghabiskan waktu di cafe. Café adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial untuk menyelenggarakan jasa pelayanan berupa makanan maupun minuman (Ikhwan, 2007). *Twissterdog* merupakan cafe yang terkenal akan olahan kentang dan beberapa menu andalan lainnya yang sudah berdiri sejak tahun 2014. Namun dengan berjalannya waktu, tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan antar rumah makan semakin ketat. Selain persaingan yang ketat data penjualan makanan dan minuman *Twissterdog* cenderung fluktuatif. Perkiraan data penjualan pada tahun 2014 adalah 250 juta rupiah, pada tahun 2015 adalah 500 juta rupiah, pada tahun 2016 adalah 450 juta rupiah dan pada tahun 2017 adalah 700 juta rupiah. Data penjualan yang cenderung fluktuatif dapat dipengaruhi beberapa faktor, yaitu : kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, kondisi organisasi perusahaan dan faktor lain seperti kualitas produk dan pelayanan (Swastha,1998).

Persaingan yang ketat dan data penjualan yang cenderung fluktuatif mendorong *Twissterdog* ingin membuat strategi pemasaran guna menjaga loyalitas konsumen. *Twissterdog* juga ingin mengetahui dan memperbaiki atribut-atribut yang dinilai penting oleh konsumen dan dijadikan prioritas untuk ditingkatkan. Oleh

karena itu maka akan dilakukan penelitian mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* di *Twissterdog* Denpasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di *Twissterdog*, Jalan Tukad Pakerisan No 47, Denpasar. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Februari-Maret 2018. Berdasarkan survei pendahuluan yang sudah dilakukan didapatkan jumlah konsumen pada bulan Desember 2017 adalah 3210 orang. Jumlah responden yang dipilih berdasarkan Metode Slovin dengan tingkat kesalahan 10% yaitu 97 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis*.

Tahap pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi variabel-variabel atribut penelitian dengan cara studi pustaka dan hasil wawancara dengan pihak manajemen café serta penyusunan kuisisioner. Sebelum kuisisioner disebar, kuisisioner diuji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang akan diukur. Apabila kuisisioner sudah dinyatakan valid dan reliabel maka dilanjutkan ke tahap penentuan populasi dan sampel. Setelah itu kuisisioner disebar dan hasilnya dianalisis menggunakan SPSS 20.0 dan Microsoft Excel. Setelah analisis data,

didapatkan atribut-atribut yang dianggap penting, atribut prioritas serta tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Twissterdog merupakan café pelopor menu olahan kentang di Bali yang terletak di Denpasar Selatan. *Twissterdog* sudah berdiri dari tahun 2014, mulanya *Twissterdog* adalah café kecil yang terletak di rumah pendiri perusahaan, yaitu di Jalan Tukad Pakerisan Gang XIc No 8. Seiring berkembangnya waktu dengan pendapatan yang tinggi sekitar 10 juta perharinya, *Twissterdog* berhasil membuka cabang kedua yang terletak di Jalan Tukad Pakerisan No 47. Total karyawan yang

dimiliki oleh *Twissterdog* adalah 20 orang.

Analisis Atribut yang Dianggap Penting oleh Konsumen

Menurut Lovelock and Wright (2005) serta hasil diskusi dengan pihak *Twissterdog* dirumuskan atribut berupa 7 P (Product, price, promotions, place, people, process, dan physical evidence), namun untuk keperluan analisis, data kemudian dikelompokkan menjadi 2 bagian yaitu atribut kualitas produk dan kualitas pelayanan. Atribut yang dianggap penting oleh konsumen didapatkan dengan cara menghitung jumlah skor setiap atribut. Semakin besar jumlah skor setiap atribut maka bisa dikatakan semakin besar pula tingkat kepentingan atribut tersebut. Derajat kepentingan untuk produk dan pelayanan dapat dilihat pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan atribut produk di *Twissterdog*

Posisi	No/ Kode Atribut	Atribut	Skor	Rata-rata
1	4/A4	Penyajian Makanan	424	4.37
2	3/A3	Kesesuaian Menu dengan Minat Konsumen	424	4.37
3	2/A2	Cita Rasa Produk	414	4.27
4	5/B1	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	412	4.25
5	1/A1	Variasi Menu	409	4.22
6	6/B2	Kesesuaian Harga dengan Daya Beli Konsumen	228	2.35
7	7/B3	Kesesuaian Harga dengan Kuantitas Produk	220	2.27
8	8/C1	Kejelasan Nama dan Logo Perusahaan	210	2.16
9	9/C2	Promosi Melalui Sosial Media	208	2.14

Ket : Skor maks = 485 [skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (97)]

Skor min = 97 [skor terendah kuesioner (1) x jumlah responden (97)]

Pada penelitian ini, atribut pada kuisisioner kepentingan yang mendapatkan skor terbesar adalah atribut penyajian makanan (atribut no. 4) dengan skor rata-rata sebesar 4,37. Atribut dengan skor terkecil adalah kesesuaian harga dengan daya beli konsumen dengan skor rata-rata sebesar 2,14. Hal ini berarti penyajian makanan merupakan atribut yang penting dinilai oleh konsumen. Penyajian makanan dianggap penting oleh konsumen karena atribut ini merupakan salah satu prinsip dari sanitasi dan *hygiene* selain itu penyajian yang baik dapat meningkatkan selera konsumen untuk mengkonsumsi makanan tersebut.

Berdasarkan hasil kuisisioner tingkat

kepentingan atribut kepuasan konsumen untuk pelayanan, atribut dengan skor terbesar adalah kenyamanan cafe (atribut no.11) dengan skor rata-rata 4,90. Kenyamanan café merupakan salah satu faktor penting untuk konsumen, secara umum dapat ditinjau dari berbagai macam aspek, seperti rasa nyaman terhadap kursi dan meja, rasa nyaman terhadap pelayanan, produk yang memuaskan, lokasi yang strategis, dan lain-lain. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya Pradiko (2013) mengenai kaitan ergonomi dengan kenyamanan pengunjung yang memperoleh hasil bahwa terdapat 3 aspek kenyamanan yaitu aspek fisik,

fisiologis dan psikologis.

Tabel 2. Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan atribut pelayanan di *Twissterdog*

Posisi	No/ Kode Atribut	Atribut	Skor	Rata-rata
1	11/G2	Kenyamanan café	475	4.90
2	12/G3	Kebersihan café	450	4.64
3	14/G5	Ketersediaan sarana parkir	441	4.55
4	1/D1	Kemudahan dalam menjangkau lokasi	426	4.39
5	10/G1	Fasilitas café	395	4.07
6	8/F2	Kecepatan penyajian	383	3.95
7	7/F1	Kemudahan dalam bertransaksi	377	3.89
8	9/F3	Ketepatan penyajian	377	3.89
9	13/G4	Keamanan cafe	233	2.40
10	4/E3	Kesigapan pramusaji	230	2.37
11	5/E4	Pengetahuan pramusaji terhadap menu	228	2.35
12	6/E5	Penampilan pramusaji	228	2.35
13	3/E2	Kesopanan pramusaji	211	2.18
14	2/E1	Keramahan pramusaji	210	2.16

Ket : Skor maks = 485 [skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (97)]

Skor min = 97 [skor terendah kuesioner (1) x jumlah responden (97)]

Analisis Tingkat Kinerja

Berdasarkan hasil kuesioner tingkat kinerja untuk produk pada Tabel 3, atribut dengan skor terbesar adalah promosi melalui sosial media (atribut no. 9) dengan skor rata-rata sebesar 4,82. Kepuasan konsumen tidak lepas dari jenis promosi yang digunakan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keuntungan yang akan di dapat oleh perusahaan. Perusahaan harus melakukan promosi dan kualitas pelayanan yang memenuhi preferensi konsumen yang akan mengikat konsumen sehingga perusahaan tersebut tertanam dalam benak konsumen. Hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak perusahaan karena konsumen dapat melakukan promosi secara tidak langsung kepada teman, keluarga ataupun kepada orang lain untuk mengkonsumsi produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Setiawan (2014) bahwa pada penelitiannya, promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambel cabang Gonilan

Surakarta.

Dari hasil kuesioner tingkat kinerja untuk pelayanan pada Tabel 4, didapatkan atribut dengan skor terbesar adalah penampilan pramusaji (atribut no.6) dengan skor rata-rata sebesar 4,93. Menurut (Parasuraman *et.al.* 1985) terdapat 5 dimensi kualitas jasa salah satunya *Tangible* (bukti fisik). Bukti fisik ini berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, salah satunya adalah penampilan pramusaji. Pihak *Twissterdog* mendapatkan skor tingkat kinerja yang tinggi dalam aspek ini walaupun menurut konsumen atribut ini kurang penting. Sebaliknya atribut kenyamanan café yang memiliki tingkat kepentingan lebih tinggi dibandingkan penampilan pramusaji mendapatkan skor tingkat kinerja yang rendah. Kondisi *setting* meja dan kursi yang berada di *Twissterdog* satu dengan lainnya terlalu berdekatan maka hal itu dapat membuat konsumen kurang nyaman. Selain itu suasana yang diciptakan di *Twissterdog* kurang membuat konsumen nyaman. Suara lalu lalang kendaraan di jalan raya terdengar jelas sehingga dapat mengganggu kenyamanan konsumen.

Tabel 3. Penilaian responden terhadap tingkat kinerja atribut produk di *Twissterdog*

Posisi	No/ Kode Atribut	Atribut	Skor	Rata-rata
1	9/C2	Promosi melalui sosial media	468	4.82
2	8/C1	Kejelasan nama dan logo perusahaan	467	4.81
3	1/A1	Variasi menu	450	4.64
4	2/A2	Cita rasa produk	434	4.47
5	7/B3	Kesesuaian harga dengan kuantitas produk	209	2.15
6	4/A4	Penyajian Makanan	203	2.09
7	5/B1	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	199	2.05
8	3/A3	Kesesuaian menu dengan minat konsumen	198	2.04
9	6/B2	Kesesuaian harga dengan daya beli konsumen	196	2.02

Ket : Skor maks = 485 [skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (97)]

Skor min = 97 [skor terendah kuesioner (1) x jumlah responden (97)]

Tabel 4. Penilaian responden terhadap tingkat kinerja pelayanan di *Twissterdog*

No	No/ Kode Atribut	Atribut	skor	Rata-rata
1	6/E5	Penampilan Pramusaji	478	4.93
2	10/G1	Fasilitas Café	472	4.87
3	7/F1	Kemudahan dalam bertransaksi	469	4.84
4	8/F2	Kecepatan Penyajian	468	4.82
5	9/F3	Ketepatan Penyajian	464	4.78
6	3/E2	Kesopanan Pramusaji	460	4.74
7	2/E1	Keramahan Pramusaji	457	4.71
8	12/G3	Kebersihan Café	246	2.54
9	13/G4	Keamanan Café	246	2.54
10	14/G5	Ketersediaan Sarana Parkir	233	2.40
11	4/E3	Kesigapan Pramusaji	229	2.36
12	1/D1	Kemudahan Dalam Menjangkau Lokasi	220	2.27
13	5/E4	Pengetahuan Pramusaji Terhadap Menu	218	2.25
14	11/G2	Kenyamanan Café	203	2.09

Ket : Skor maks = 485 [skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (97)]

Skor min = 97 [skor terendah kuesioner (1) x jumlah responden (97)]

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen *Twissterdog*

Tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan, skor inilah yang akan menentukan skala prioritas (Yola dan Dwi, 2013). Pada Tabel 5 dapat dilihat hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja serta tingkat kepuasan untuk produk di *Twissterdog* dan pada Tabel 6 dapat dilihat hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja serta tingkat kepuasan untuk pelayanan di *Twissterdog*. Café dianggap mampu memenuhi dengan tepat apa yang diharapkan konsumen apabila skor kepuasan yang dicapai adalah 100%, jika melebihi 100% maka dapat dikatakan bahwa kinerja

dari café tersebut sudah melebihi harapan konsumen. Atribut yang mendapatkan persentase antara 80-100% maka dapat dikatakan kinerja dari masing-masing atribut telah memenuhi harapan konsumen namun masih perlu dilakukan perbaikan lagi. Atribut yang memiliki tingkat kepuasan terendah akan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki (Santoso, 2011).

Berdasarkan Tabel 5, atribut yang memiliki tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian tertinggi adalah kejelasan nama dan logo perusahaan (atribut no.8) dengan skor sebesar 222% disusul dengan atribut promosi melalui *sosial media* dan iklan (atribut no.9) dengan skor sebesar 205% .

Atribut dengan tingkat kesesuaian terendah adalah kesesuaian menu dengan minat konsumen (atribut no.3) dan diikuti dengan atribut penyajian makanan (atribut no.4) serta atribut kesesuaian harga dengan kualitas (atribut no.5). Ketiga atribut tersebut sama-

sama mendapatkan skor kepuasan yang sama yaitu sebesar 48 %. Hal ini menandakan bahwa ketiga atribut tersebut harus dijadikan prioritas perbaikan karena belum bisa memenuhi kepuasan konsumen.

Tabel 5. Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan (Y) dan tingkat kinerja (X) serta tingkat kepuasan (TKi) produk *Twissterdog*

Posisi	No/Kode	Atribut	X_i	\bar{X}	Y_i	\bar{Y}	Tki (%)
1	8/C1	Kejelasan nama dan logo perusahaan	467	4.81	210	2.16	222
2	9/C2	Promosi melalui social media dan iklan	468	4.82	228	2.35	205
3	1/A1	Variasi menu	450	4.64	416	4.29	108
4	2/A2	Cita rasa produk	434	4.47	409	4.22	106
5	7/B3	Kesesuaian harga dengan kuantitas produk	209	2.15	220	2.27	95
6	6/B2	Kesesuaian harga dengan daya beli konsumen	196	2.02	208	2.14	94
7	3/A3	Kesesuaian menu dengan minat konsumen	198	2.04	412	4.25	48
8	4/A4	Penyajian makanan	203	2.09	424	4.37	48
9	5/B1	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	199	2.05	414	4.27	48
Rata-rata				3.23		3.37	

Berdasarkan hasil kuisioner kepuasan terdapat beberapa keluhan konsumen mengenai aspek kesesuaian menu dengan minat konsumen. Aspek ini dinilai kurang karena dalam beberapa makanan yang disajikan oleh café tidak sesuai dengan apa yang diminati oleh konsumen pada menu awal pemesanan. Hal ini juga berhubungan dengan aspek penyajian makanan. Menurut beberapa konsumen penyajian makanan yang dipesan terkadang kurang baik dari segi *plating* serta peralatan yang digunakan seperti garpu dan pisau yang digunakan. Dalam penyajian makanan garpu dan pisau yang digunakan adalah berbahan plastik, sehingga sering patah saat digunakan. Selain kedua aspek tersebut kesesuaian harga dengan kualitas produk juga mendapat perhatian dari konsumen. Konsumen menilai beberapa menu yang ditawarkan oleh *Twissterdog* tidak sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas bukan hanya dinilai dari rasa saja, melainkan dari segi porsi dan estetika penyajian. Beberapa menu yang ditawarkan dinilai memiliki estetika penyajian yang kurang baik. Hal ini menandakan bahwa ketiga atribut tersebut harus dijadikan prioritas perbaikan karena

belum bisa memenuhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan Tabel 6 atribut yang memiliki tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian tertinggi adalah keramahan pramusaji (atribut no.2) dan kesopanan pramusaji (atribut no.3). Kedua atribut tersebut sama-sama mendapatkan skor sebesar 218%. Terdapat beberapa atribut yang memiliki skor kepuasan rendah yaitu kenyamanan café dengan skor sebesar 43 %, kemudahan dalam menjangkau lokasi dengan skor sebesar 52 %, ketersediaan sarana parkir dengan skor sebesar 53% dan yang terakhir kebersihan café dengan skor sebesar 55 %.

Hal ini disebabkan oleh suasana café yang kurang mendukung, lokasi *Twissterdog* yang berada di pinggir jalan yang tidak memiliki tempat parkir yang memadai serta kebersihan café yang kurang diperhatikan oleh pihak café seperti sampah tisu dan piring bekas dipakai konsumen yang tidak segera dibersihkan.

Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen Kualitas Produk

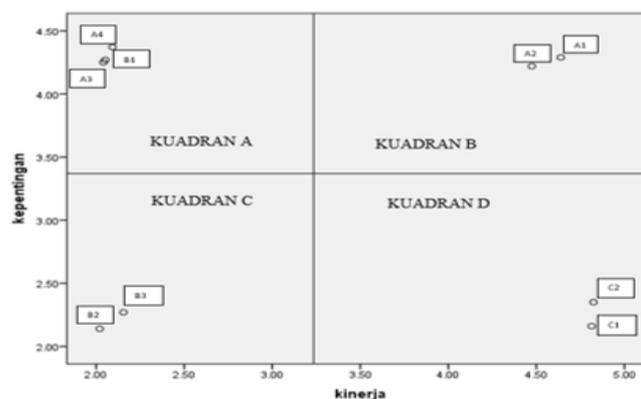
Tingkat kepuasan konsumen untuk kualitas produk dapat dilihat pada Gambar 1. Atribut-atribut yang berada di Kuadran A

merupakan atribut yang dianggap penting oleh responden namun kinerja yang di terima dinilai masih kurang oleh konsumen. Atribut-atribut tersebut adalah kesesuaian dengan menu dengan minat konsumen (atribut no.3), penyajian makanan (atribut no.4) serta kesesuaian harga dengan kualitas produk (atribut no.5) dengan persentase sebesar

33,33 %. Hal ini berarti *Twissterdog* harus meningkatkan kinerja atribut-atribut tersebut karena atribut-atribut yang berada di Kuadran A berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* merupakan atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan dalam rangka memenuhi keinginan konsumen.

Tabel 6. Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan (Y) dan tingkat kinerja (X) serta tingkat kepuasan (TKi) pelayanan di *Twissterdog*

Posisi	No/Kode	Atribut	X_i	\bar{X}	Y_i	\bar{Y}	Tki (%)
1	2/E1	Keramahan pramusaji	457	4.71	210	2.16	218
2	3/E2	Kesopanan pramusaji	460	4.74	211	2.18	218
3	6/E5	Penampilan pramusaji	478	4.93	228	2.35	210
4	7/F1	Kemudahan dalam bertransaksi	469	4.84	377	3.89	124
5	9/F3	Ketepatan penyajian	464	4.78	377	3.89	123
6	8/F2	Kecepatan penyajian	468	4.82	383	3.95	122
7	10/G1	Fasilitas café	472	4.87	395	4.07	119
8	13/G4	Keamanan café	246	2.54	233	2.40	106
9	4/E3	Kesigapan pramusaji	229	2.36	230	2.37	100
10	5/E4	Pengetahuan pramusaji terhadap menu	218	2.25	228	2.35	96
11	12/G3	Kebersihan café	246	2.54	450	4.64	55
12	14/G5	Ketersediaan sarana parkir	233	2.40	441	4.55	53
13	1/D1	Kemudahan dalam menjangkau lokasi	220	2.27	426	4.39	52
14	11/G2	Kenyaman cafe	203	2.09	475	4.90	43
Rata-rata				3.58		3.43	



Gambar 1. Diagram kartesius atribut produk

Atribut-atribut yang berada di kuadran B merupakan atribut yang dianggap penting oleh responden dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya dinilai sudah sesuai dengan harapan konsumen. Terdapat 2 atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu variasi menu (atribut no1) dan cita rasa (atribut no 2) dengan persentase sebesar 22,22 %. Hal ini berarti pihak *Twissterdog* harus mempertahankan atribut yang berada di

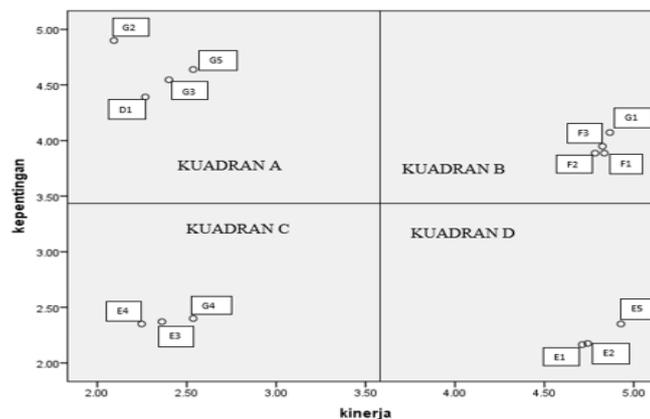
kuadran ini karena sudah memenuhi harapan konsumen. Atribut-atribut yang berada di kuadran C merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya juga biasa saja. Ada dua (2) atribut atau 22,22 % yang masuk dalam kuadran ini, antara lain adalah kesesuaian harga dengan daya beli konsumen (atribut no 5) dan kesesuaian harga dengan kuantitas produk (atribut no 6).

Atribut-atribut yang berada di kuadran D merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden namun kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya sudah sangat baik. Terdapat 2 atribut yang ada di kuadran ini, yaitu kejelasan nama dan logo perusahaan (atribut no 8) dan promosi melalui sosial media (atribut no 9). Hal ini berarti *Twissterdog* harus mempertahankan kinerja dari atribut-atribut ini namun jangan terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya.

Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen Kualitas Pelayanan

Tingkat kepuasan konsumen untuk kualitas pelayanan dapat dilihat pada Gambar 2. Atribut-atribut yang berada di kuadran A merupakan atribut yang dianggap penting oleh responden. Namun kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya dinilai kurang oleh

konsumen. Ada 4 atribut atau 28,57% dalam kuadran ini antara lain adalah kemudahan dalam menjangka lokasi (atribut no.1), kebersihan café (atribut no.12), ketersediaan sarana parkir (atribut no.14) serta kenyamanan café (atribut no.11). Atribut-atribut yang berada di kuadran B merupakan atribut yang dianggap penting oleh responden dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya dinilai sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Terdapat 4 atribut atau 28,57 % yang termasuk dalam kuadran ini yaitu kemudahan dalam bertransaksi (atribut no.7), kecepatan penyajian (atribut no.8), ketepatan penyajian (atribut no.9) dan fasilitas cafe (atribut no. 10). Atribut yang masuk dalam Kuadran B yang berarti *Twissterdog* harus mampu mempertahankan kinerja dari atribut ini demi menjaga kepuasan konsumen.



Gambar 2. Diagram kartesius untuk atribut pelayanan

Atribut-atribut yang berada di kuadran C merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya juga biasa saja. Ada 3 atribut atau 21,43 % yang masuk dalam Kuadran C, atribut-atribut tersebut adalah kesiapan pramusaji (atribut no.4), pengetahuan pramusaji terhadap menu (atribut no.5) dan keamanan café (atribut no.13). Atribut yang berada di kuadran D merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden namun kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya dinilai sudah

sangat baik oleh konsumen bahkan cenderung berlebihan. Sebanyak 3 atribut atau 21,43% masuk dalam Kuadran ini. Atribut tersebut adalah penampilan pramusaji (atribut no.6), keramahan pramusaji (atribut no.2), kesopanan pramusaji (atribut no.3). Hal ini berarti *Twissterdog* harus mempertahankan kinerja dari atribut-atribut ini namun jangan terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen untuk kualitas produk adalah variasi menu, cita rasa produk, kesesuaian menu dengan minat konsumen, penyajian makanan dan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Sedangkan atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen adalah kemudahan dalam menjangkau lokasi, kemudahan dalam bertransaksi, kecepatan penyajian, ketepatan penyajian, fasilitas café, kenyamanan café, kebersihan café, dan ketersediaan sarana parkir.

Atribut-atribut yang memiliki skor kinerja tertinggi untuk kualitas produk adalah promosi melalui sosial media dan iklan serta kejelasan nama dan logo perusahaan sedangkan atribut yang mendapatkan skor kinerja terendah adalah kesesuaian harga dengan daya beli konsumen. Atribut yang mendapatkan skor kinerja tertinggi untuk kualitas pelayanan adalah penampilan pramusaji sedangkan yang terendah adalah atribut kenyamanan café.

Atribut-atribut yang memiliki tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian tertinggi untuk kualitas produk adalah kejelasan nama dan logo perusahaan dengan skor kepuasan sebesar 218 %. Atribut yang mendapatkan tingkat kepentingan terendah untuk kualitas produk adalah kesesuaian menu dengan minat konsumen, penyajian makanan, kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan tingkat kepentingan yang sama yaitu sebesar 48%. Sedangkan atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi untuk kualitas pelayanan adalah keramahan pramusaji dan kesopanan pramusaji dengan tingkat kepuasan yang sama yaitu sebesar 215%. Atribut untuk kualitas pelayanan yang

mendapatkan tingkat kepuasan terendah adalah kenyamanan café sebesar 43%. Secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk belum tercapai karena kinerja restoran (skor 3,20) belum dapat melebihi harapan konsumen (skor 3,36). Sebaliknya secara keseluruhan konsumen sudah merasa puas terhadap kinerja pelayanan (skor 3,57) sudah dapat melebihi harapan konsumen (skor 3,45).

Jumlah atribut kualitas produk yang perlu mendapatkan prioritas utama perbaikan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerjanya yang berada di kuadran A adalah 3 atribut. Atribut-atribut tersebut adalah kesesuaian menu dengan minat konsumen, penyajian makanan serta kesesuaian harga dengan kualitas produk. Sedangkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen terdapat 4 atribut. Atribut tersebut adalah kemudahan dalam menjangkau lokasi, kenyamanan café, kebersihan café dan ketersediaan sarana parkir

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan pihak *Twissterdog* perlu melakukan perbaikan terhadap atribut kualitas produk dan atribut kualitas pelayanan yang berada di Kuadran A diagram cartesius agar tercapainya kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ikhwan, 2007. Strategi Sukses Dalam Marketing. Enigma. Yogyakarta.
- Indah, S. A. 2012. Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Mutu Pelayanan Rumah Makan (Studi Pada RM. Jawa Deli, RM. Putri Minang dan RM. Tak Bernama di Kampung Susuk, Kampus USU-Medan). Jurnal Keuangan dan Bisnis. 4(2) : 148 – 159.

- Lovelock dan Wright, 2005 . Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithmal, L.L. Berry. 1985. “ A Conceptual Model Of Service Quality and its Implications For Future Research”. *Journal of Marketing*. 2(49) : 41-50.
- Pradiko, R.O. 2013. Analisis Kebutuhan Kenyamanan dan Setting Meja dan Kursi Outdoor Coffe Corner Surabaya Ditinjau dari Aspek Fisik, Fisiologis, dan Psikologis Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 2(1): 1-18.
- Santoso, S. 2011. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Bakpao Telo dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA). *Jurnal Teknologi Pertanian*. 12 (1) : 9.
- Setiawan, R.A. 2014. Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : “Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan - Surakarta”). Skripsi Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Swastha, B. 1998. Manajemen Penjualan. Edisi ketiga. BPFE Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Yola, M dan D. Budianto. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada Supermarket dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. 12 (12) : 301-309.