

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION ON PRODUCT AND SERVICE QUALITY AT THE OPA KUMIS FOODCOURT USING THE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS METHOD

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PADA FOOD COURT OPA KUMIS MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Jeckson Pardomuan Marpaung, Agung Suryawan Wiranatha*, I Ketut Satriawan
Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit Jimbaran,
Badung Indonesia

Diterima 12 Juli 2022 / Disetujui 2 Mei 2023

ABSTRACT

The purpose of this study were to determine (i) the attributes that are considered important by consumers in order to achieve customer satisfaction, (ii) the level of customer satisfaction on products and services quality, and (iii) the attributes that need to be improved to provide a better customer satisfaction. Research was conducted at the Opa Kumis Jimbaran Food Court. Data was obtained through questionnaires that filled in by 100 respondents. This study used the Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that the attribute that had the highest level of product satisfaction was the price (100.47%) while the lowest was other product offerings (88.16%). The attribute that has the highest level of service satisfaction was a comfortable interior design and a safe parking space (100.23%) while the lowest was the waiter's understanding of consumer requests (85.14%). Attributes that need to be improved in terms of products are the menu prices offered are affordable, the food prices are in accordance with the portions, the decorations on the dishes provided are attractive, the sambal/sauce and soy sauce are always available, and the food menu offered is always available. Meanwhile, in terms of service, the waiters look neat, the interior and exterior designs are comfortable and safe, the alertness of the waiters to clean the finished consumer tables.

Keywords : *Customer satisfaction, Importance Performance Analysis, product quality, service quality*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (i) atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan, (ii) tingkat kepuasan terhadap kualitas produk dan pelayanan, dan (iii) atribut yang perlu ditingkatkan untuk memberikan kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan di *Food Court Opa Kumis Jimbaran*. Data diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh 100 responden. Penelitian menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil menunjukkan bahwa atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi terhadap produk adalah harga makanan (100,47%) sedangkan yang terendah adalah penawaran produk lain (88,16%). Atribut yang memiliki tingkat kepuasan pelayanan tertinggi adalah desain interior yang nyaman dan tempat parkir yang aman (100,23%) sedangkan terendah adalah pemahaman pelayan terhadap keinginan konsumen (85,14%). Adapun atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan dari segi produk adalah harga menu yang ditawarkan terjangkau, harga makanan sesuai dengan porsi, hiasan pada hidangan yang diberikan menarik, sambal/saos dan kecap selalu tersedia, dan menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia. Sedangkan dari segi pelayanan ialah pelayan berpenampilan rapi, desain interior dan eksterior yang

* Korespondensi Penulis:
Email: balitruily@yahoo.com

nyaman dan aman, kesigapan pelayan membersihkan meja konsumen yang telah selesai

Kata kunci : Kepuasan pelanggan, *Importance Performance Analysis*, kualitas produk, kualitas pelayanan

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen adalah level perasaan konsumen usai melakukan perbandingan pada harapan dan realita setelah membeli/mengonsumsi sebuah jasa/produk (Amir, 2005;Lodhita, 2014). Dikutip dari Waruwu (2020), “Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan pelanggan menjadi tolok ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus diubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan.” Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain dan akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut (Fitri *et al.*, 2019).

Food Court Opa Kumis adalah salah satu dari sekian banyaknya *food court* yang ada di Bali. *Food Court* Opa Kumis menyediakan berbagai macam menu, mulai dari makanan hingga minuman. Begitu pula dengan *food court* lainnya menawarkan makanan dan minuman sejenis sehingga banyak juga *food court* lain menjadi pesaing. *Food Court* Opa Kumis. Pada hari normal pelanggan *Food Court* Opa Kumis bisa mencapai >50 orang pengunjung per hari, seiring berjalannya waktu dan banyaknya pesaing yang membuat pengunjung semakin menurun secara drastis (± 20 pengunjung). Maka dari itu dirasa perlu dilakukan penelitian ini untuk mengetahui atribut-atribut apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain (Damanik *et al.*, 2014). Dikutip dari Dian (2014), Kelebihan metode ini antara lain dapat menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya rendah.

Penelitian kepuasan konsumen dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) sebelumnya pernah dilakukan salah satunya oleh Dianto & Utama (2013), mengenai Analisis Kepuasan Konsumen Warung *Steak and Shake*. Dikutip dari Dianto & Utama (2013), atribut mutu yang paling penting dan memuaskan adalah kenyamanan ruang pelayanan, lokasi, kecepatan petugas dalam pelayanan, ketepatan informasi yang diberikan, keamanan transaksi, reputasi rumah makan dan karyawan, memberikan layanan tanpa melihat status maupun kedudukan, dan memahami kondisi pelanggan. Kenyamanan ruang memiliki peranan yang sangat penting bagi pelanggan. Berdasarkan hal tersebut kemudian dilaksanakan penelitian terkait kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan *Food Court* Opa Kumis. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen, menganalisis tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap produk dan pelayanan, dan juga menganalisis atribut-atribut apa saja yang perlu mendapatkan prioritas dari perusahaan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja untuk memberikan kepuasan terhadap konsumennya

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di *Food Court* Opa Kumis, Jl. Raya Kampus Unud, Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama

bulan September 2021.

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan adalah dimulai dari survei pendahuluan untuk mencari permasalahan dan tujuan penelitian, kemudian penentuan dan penggolongan atribut-atribut kepuasan konsumen untuk produk dan layanan, serta penyusunan kuesioner. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan Metode Slovin. Berikutnya dilaksanakan uji reliabilitas dan validitas pada kuesioner. Penelitian dilanjutkan pada analisis data menggunakan Microsoft Excel. Untuk mendapatkan atribut-atribut yang dianggap penting, atribut prioritas serta tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini ialah konsumen *Food Court* Opa Kumis pada kurun waktu satu bulan pada bulan Agustus 2021 yaitu sekitar 756 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan yakni *purposive sampling* dengan pertimbangan usia konsumen yaitu yang berusia 17 tahun ke atas sudah cukup dewasa untuk diwawancarai dan mengisi kuesioner yang disediakan. Banyaknya sampel pada penelitian ini adalah 61 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan rumus metode Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%

Atribut yang Diamati

Pada penelitian ini terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, meliputi rasa, harga, penyajian makanan, jaminan mutu dan ketersediaan produk. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yaitu, *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

Metode Analisis

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert (1-5). Responden memilih derajat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut penciri kualitas produk dan pelayanan yang ditampilkan di kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) yang menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Food Court Opa Kumis adalah salah satu *Food Court* baru yang ada di Jimbaran, dibuka sejak 1 Agustus 2018. Gerai *Food Court* Opa Kumis ini berlokasi di Jl. Raya Kampus Unud, Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. *Food Court* ini buka setiap hari, dimana pada Senin-Jumat buka mulai dari 10.00 WITA s/d 23.00 WITA, sedangkan untuk hari Sabtu dan Minggu buka mulai dari 10.00 WITA s/d 00.00 WITA.

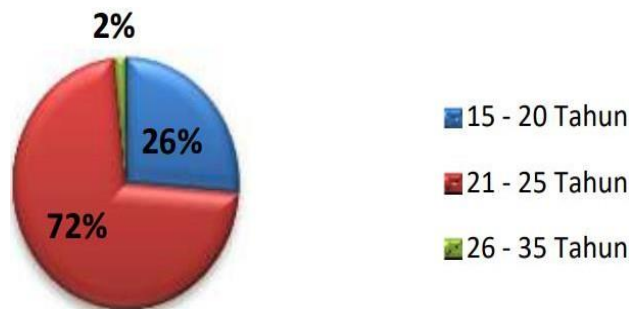
Karakteristik Responden

Responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 25 orang (41%), sedangkan perempuan sebanyak 36 orang (59%) sehingga jumlah responden yang didapatkan sebanyak 61 orang. Grafik persentase responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 1.



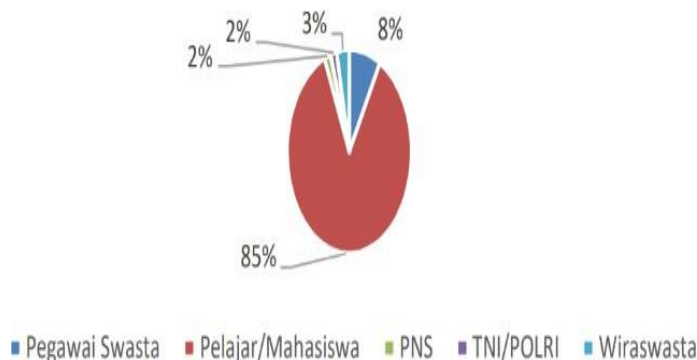
Gambar 1. Grafik persentase jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Sebanyak 61 orang responden yang mengisi kuesioner, responden berumur 17 – 20 tahun berjumlah 16 orang (26,2%), berumur 21-25 tahun berjumlah 44 orang (72,1%), dan berumur 26-35 tahun berjumlah 1 orang (1,6%). Mayoritas responden berumur 21 sampai 25 tahun yang berkunjung ke *Food Court* Opa sebanyak 44 orang (72,1%) dan lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik Persentase Jumlah Responden berdasarkan usia

Sebanyak 5 orang (8,2%) responden yang bekerja sebagai pegawai swasta, sebanyak 52 orang (85,2%) pelajar/mahasiswa, sebanyak 1 orang (1,6%) sebagai PNS dan sebanyak 1 orang (1,6%) sebagai TNI/Polri, dan sebanyak 2 orang (3,3%) sebagai wiraswasta. Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Grafik persentase jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaan

Analisis Tingkat Kepentingan

Nilai rata-rata keseluruhan Atribut tingkat kepentingan untuk produk adalah sebesar 4,29 (sangat penting). Atribut dengan skor terbesar adalah tampilan hidangan menarik selera makan (Atribut 8) dan menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia (Atribut 13) dengan masing-masing rata-rata

skor sebesar 4,33 (sangat penting). Atribut dengan skor terkecil adalah rasa hidangan yang disajikan sesuai (Atribut 3) dan tekstur hidangan tepat (Atribut 9) dengan masing-masing rata-rata skor sebesar 4,26 (sangat penting). Hasil penilaian tingkat kepentingan produk dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Penilaian Tingkat Kepentingan Produk

No	Atribut	Total	Kepentingan Produk	
			Rata-rata	Ket.
1	Rasa makanan utama dan makanan pendamping disajikan enak	261	4,28	Sangat Penting
2	Rasa minuman yang disajikan segar	261	4,28	Sangat Penting
3	Rasa hidangan yang disajikan sesuai	260	4,26	Sangat Penting
4	Harga menu yang ditawarkan terjangkau	262	4,30	Sangat Penting
5	Harga makanan sesuai dengan porsi	263	4,31	Sangat Penting
6	Warung memberikan diskon atau potongan harga	261	4,28	Sangat Penting
7	Hiasan pada hidangan yang diberikan menarik	262	4,30	Sangat Penting
8	Tampilan hidangan menarik selera makan	264	4,33	Sangat Penting
9	Tekstur hidangan tepat	260	4,26	Sangat Penting
10	Tingkat kematangan hidangan tepat	261	4,28	Sangat Penting
11	Bahan baku yang digunakan bersih	263	4,31	Sangat Penting
12	Bahan baku yang digunakan segar	263	4,31	Sangat Penting
13	Menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia	264	4,33	Sangat Penting
14	Minuman yang ditawarkan selalu tersedia	262	4,30	Sangat Penting
15	Sambal/Saos dan kecap selalu tersedia	262	4,30	Sangat Penting
Nilai rata-rata		261,9	4,29	Sangat Penting

Berdasarkan hasil kuesioner tingkat kepentingan untuk pelayanan, nilai rata-rata keseluruhan Atribut adalah sebesar 4,35 (sangat penting). Atribut dengan skor terbesar adalah desain interior dan eksterior yang nyaman dan aman (Atribut 3) dengan rata-rata skor sebesar 4,43 (sangat penting). Atribut dengan skor terkecil adalah pemahaman pelayan terhadap keinginan konsumen (Atribut 15) dengan rata-rata skor sebesar 4,25 (sangat penting). Hasil penilaian tingkat kepentingan pelayanan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penilaian Tingkat Kepentingan Pelayanan

No	Atribut	Kepentingan Pelayanan		
		Total	Rata-rata	Ket.
1	Kebersihan tempat	269	4,41	Sangat Penting
2	Pelayan berpenampilan rapi	266	4,36	Sangat Penting
3	Desain interior dan eksterior yang nyaman dan aman	270	4,43	Sangat Penting
4	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	265	4,34	Sangat Penting
5	Keterampilan dan kemampuan pelayan	265	4,34	Sangat Penting
6	Proses pembayaran yang mudah dan cepat	264	4,33	Sangat Penting
7	Kejelasan pemberian informasi oleh pelayan	265	4,34	Sangat Penting
8	Pelayan cepat dan sigap dalam menangani keinginan konsumen	265	4,34	Sangat Penting
9	Kesigapan pelayan membersihkan meja konsumen yang telah selesai	268	4,39	Sangat Penting
10	Transaksi terjamin	268	4,39	Sangat Penting
11	Pengetahuan pelayan terhadap produk	267	4,38	Sangat Penting
12	Sikap dan perilaku pelayan	268	4,39	Sangat Penting
13	Penawaran produk lainnya	264	4,33	Sangat Penting
14	Keramahan pelayan (selalu menerapkan salam senyum, dan sapa)	261	4,28	Sangat Penting
15	Pemahaman pelayan terhadap keinginan konsumen	259	4,25	Sangat Penting
Nilai rata-rata		265,6	4,35	Sangat Penting

Analisis Tingkat Kinerja

Nilai rata-rata tingkat kinerja keseluruhan Atribut produk adalah sebesar 4,02 (baik). Atribut dengan skor terbesar adalah rasa minuman yang disajikan segar, dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,18 (baik). Sedangkan Atribut dengan skor terkecil adalah warung memberikan diskon atau potongan harga, dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,75 (baik). Hasil penilaian tingkat kinerja produk dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Penilaian Tingkat Kinerja Produk

No	Atribut	Kinerja Produk		
		Total	Rata-rata	Ket.
1	Rasa makanan utama dan makanan pendamping disajikan enak	251	4,11	Baik
2	Rasa minuman yang disajikan segar	255	4,18	Baik
3	Rasa hidangan yang disajikan sesuai	253	4,15	Baik
4	Harga menu yang ditawarkan terjangkau	238	3,90	Baik
5	Harga makanan sesuai dengan porsi	235	3,85	Baik
6	Warung memberikan diskon atau potong harga	229	3,75	Baik
7	Hiasan pada hidangan yang diberikan menarik	245	4,02	Baik
8	Tampilan hidangan menarik selera makan	247	4,05	Baik
9	Tekstur hidangan tepat	247	4,05	Baik
10	Tingkat kematangan hidangan tepat	251	4,11	Baik
11	Bahan baku yang digunakan bersih	247	4,05	Baik
12	Bahan baku yang digunakan segar	246	4,03	Baik
13	Menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia	245	4,02	Baik
14	Minuman yang ditawarkan selalu tersedia	247	4,05	Baik
15	Sambal/Saos dan kecap selalu tersedia	245	4,02	Baik
Nilai rata-rata		245,4	4,02	Baik

Berdasarkan hasil kuesioner tingkat kinerja untuk pelayanan, nilai rata-rata keseluruhan Atribut adalah sebesar 4,11 (Baik). Atribut dengan skor terbesar adalah pengetahuan pelayanan terhadap produk, dengan nilai rata-rata sebesar 4,25 (Sangat baik). Sedangkan Atribut dengan skor terkecil (4,05) ada 3 yaitu, pelayan berpenampilan rapi, pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, dan pemahaman pelayanan terhadap keinginan konsumen. Hasil penilaian tingkat kinerja pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Penilaian Tingkat Kinerja Pelayanan

No	Atribut	Kinerja Pelayanan		
		Total	Rata-rata	Ket.
1	Kebersihan tempat	252	4,13	Baik
2	Pelayan berpenampilan rapi	247	4,05	Baik
3	Desain interior dan eksterior yang nyaman dan aman	249	4,08	Baik
4	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	247	4,05	Baik
5	Keterampilan dan kemampuan pelayan	248	4,07	Baik
6	Proses pembayaran yang mudah dan cepat	251	4,11	Baik
7	Kejelasan pemberian informasi oleh pelayan	249	4,08	Baik
8	Pelayan cepat dan sigap dalam menangani keinginan konsumen	249	4,08	Baik
9	Kesigapan pelayan membersihkan meja konsumen yang telah selesai	249	4,08	Baik
10	Transaksi terjamin	252	4,13	Baik
11	Pengetahuan pelayan terhadap produk	259	4,25	Sangat Baik
12	Sikap dan perilaku pelayan	253	4,15	Baik
13	Penawaran produk lainnya	252	4,13	Baik
14	Keramahan pelayan (selalu menerapkan salam senyum, dan sapa)	254	4,16	Baik
15	Pemahaman pelayan terhadap keinginan konsumen	247	4,05	Baik
Nilai rata-rata		250,5	4,11	Baik

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen *Food Court Opa Kumis* Terhadap Produk

Atribut yang memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi yaitu diatas 90% dianggap kepuasan konsumen sudah tercapai. Atribut yang memiliki tingkat kesesuaian tertinggi adalah rasa minuman yang disajikan segar dengan tingkat kesesuaian sebesar 97,70% yang berarti kinerja *Food Court Opa Kumis* telah memenuhi harapan konsumen. Sedangkan Atribut dengan tingkat kesesuaian terendah adalah warung memberikan diskon atau potongan harga dengan tingkat kesesuaian sebesar 87,74 % yang berarti bahwa kinerja *Food Court Opa Kumis* belum mencapai atau memenuhi kepentingan atau harapan konsumen sehingga masih perlu dilakukan perbaikan untuk lebih baik lagi. Hasil penilaian tingkat kepuasan terhadap produk dapat dilihat pada pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Penilaian Tingkat Kepuasan Terhadap Produk

No	Atribut	Tki
1	Rasa makanan utama dan makanan pendamping disajikan enak	96,17%
2	Rasa minuman yang disajikan segar	97,70%
3	Rasa hidangan yang disajikan sesuai	97,31%
4	Harga menu yang ditawarkan terjangkau	90,84%
5	Harga makanan sesuai dengan porsi	89,35%
6	Warung memberikan diskon atau potongn harga	87,74%
7	Hiasan pada hidangan yang diberikan menarik	93,51%
8	Tampilan hidangan menarik selera makan	93,56%
9	Tekstur hidangan tepat	95,00%
10	Tingkat kematangan hidangan tepat	96,17%
11	Bahan bku yang digunakan bersih	93,92%
12	Bahan baku yang digunakan segar	93,54%
13	Menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia	92,80%
14	Minuman yang ditawarkan selalu tersedia	94,27%
15	Sambal/Saos dan kecap selalu tersedia	93,51%
Nilai Rata-Rata		93,69%

Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan

Hasil penilaian tingkat kepuasan terhadap pelayanan dapat dilihat padadilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Penilaian Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan

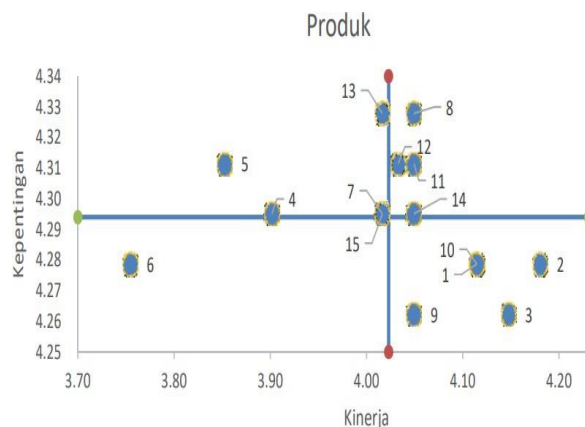
No	Atribut	Tki
1	Kebersihan tempat	93,68%
2	Pelayan berpenampilan rapi	92,86%
3	Desain interior dan eksterior yang nyaman dan aman	92,22%
4	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	93,21%
5	Keterampilan dan kemampuan pelayan	93,58%
6	Proses pembayaran yang mudah dan cepat	95,08%
7	Kejelasan pemberian informasi oleh pelayan	93,96%
8	Pelayan cepat dan sigap dalam menangani keinginan konsumen	93,96%
9	Kesigapan pelayan membersihkan meja konsumen yang telah selesai	92,91%
10	Transaksi terjamin	94,03%
11	Pengetahuan pelayan terhadap produk	97,00%
12	Sikap dan perilaku pelayan	94,40%
13	Penawaran produk lainnya	95,45%
14	Keramahan pelayan (selalu menerapkan salam senyum, dan sapa)	97,32%
15	Pemahaman pelayan terhadap keinginan konsumen	95,37%
Nilai Rata-Rata		94,34%

Atribut yang memiliki tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian tertinggi adalah keramahan pelayan (selalu menerapkan salam senyum, dan sapa) dengan tingkat kesesuaian sebesar 97,32%

yang berarti kinerja *Food Court* Opa Kumis untuk keramahan pelayan sudah sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan Atribut dengan tingkat kesesuaian terendah adalah desain interior dan eksterior yang nyaman dan aman dengan tingkat kesesuaian sebesar 92,22% yang berarti kinerja *Food Court* Opa Kumis untuk desain interior juga sudah mencapai atau telah memenuhi kepentingan atau harapan konsumen.

Analisis Diagram Kartesius Kualitas Produk

Berdasarkan diagram kartesius pada Gambar 4 terlihat Atribut-Atribut yang masuk kuadran A adalah harga menu yang ditawarkan terjangkau, harga makanan sesuai dengan porsi, hiasan pada hidangan yang diberikan menarik, sambal/saos dan kecap selalu tersedia, dan menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia. Hasil dari kuadran A ini menunjukkan bahwa *Food Court* Opa Kumis harus meningkatkan kinerja Atribut-Atribut yang berada di kuadran A karena belum mencapai harapan dari konsumen. Hal ini menjadi prioritas yang harus dilaksanakan. Selanjutnya, Atribut-Atribut yang masuk kuadran B adalah tampilan hidangan menarik selera makan, bahan baku yang digunakan bersih, bahan baku yang digunakan segar, minuman yang ditawarkan selalu tersedia. Hasil dari kuadran B ini, bahwa *Food Court* Opa Kumis sudah melaksanakan Atribut-Atribut tersebut dengan baik sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen. Selanjutnya, Atribut-Atribut yang masuk kuadran C adalah warung memberikan diskon atau potongan harga. Hasil dari kuadran C ini menunjukkan bahwa *Food Court* Opa Kumis harus meningkatkan kinerja dari Atribut ini agar tercapai kepuasan konsumen. Selanjutnya, Atribut-Atribut yang masuk kuadran D adalah rasa makanan utama dan makanan pendamping disajikan enak, rasa minuman yang disajikan segar, rasa hidangan yang disajikan sesuai, tekstur hidangan tepat, tingkat kematangan hidangan tepat. Hasil dari kuadran D ini menunjukkan bahwa *Food Court* Opa Kumis telah memberikan kepuasan, bahkan relatif berlebih kepada konsumen dan harus mempertahankan kinerja dari Atribut-Atribut tersebut.

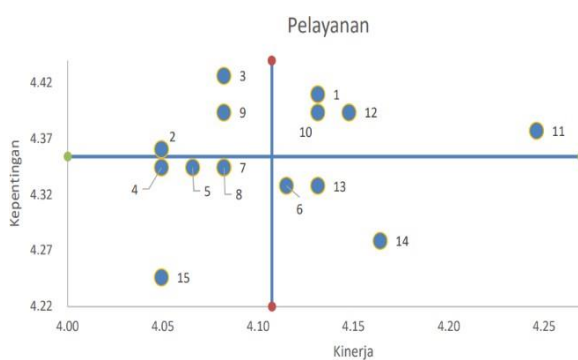


Gambar 4. Diagram kartesius untuk kualitas produk

Analisis Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan

Atribut-Atribut yang masuk kuadran A adalah pelayan berpenampilan rapi, desain interior dan eksterior yang nyaman dan aman, kesigapan pelayan membersihkan meja konsumen yang telah selesai. Hasil dari kuadran A ini bahwa *Food Court* Opa Kumis harus meningkatkan kinerja Atribut-Atribut yang berada di kuadran A karena belum mencapai harapan dari konsumen. Perusahaan perlu memberikan prioritas untuk meningkatkan kinerja Atribut-Atribut di kuadran A ini. Selanjutnya, Atribut-Atribut yang masuk kuadran B adalah kebersihan tempat, transaksi terjamin, pengetahuan pelayan terhadap produk, sikap dan perilaku pelayan. Hasil dari kuadran B ini menunjukkan bahwa

Food Court Opa Kumis sudah melaksanakan Atribut-Atribut tersebut dengan baik sehingga memenuhi kepuasan konsumen. Selanjutnya, Atribut-Atribut yang masuk kuadran C adalah pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, keterampilan dan kemampuan pelayan, kejelasan pemberian informasi oleh pelayan, pelayan cepat dan sigap dalam menangani keinginan konsumen, dan pemahaman pelayan terhadap keinginan konsumen. Hasil dari kuadran C ini menunjukkan bahwa *Food Court* Opa Kumis harus meningkatkan kinerja dari Atribut ini agar tercapai kepuasan dari konsumen. Selanjutnya, Atribut-Atribut yang masuk kuadran D adalah proses pembayaran yang mudah dan cepat, penawaran produk lainnya, keramahan pelayan (selalu menerapkan salam senyum, dan sapa). Hasil dari kuadran D ini menunjukkan bahwa *Food Court* Opa Kumis harus mempertahankan kinerja dari Atribut-Atribut ini namun tidak terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya. Kepuasan konsumen *Food Court* Opa Kumis terhadap kualitas pelayanan dapat digambarkan dalam diagram kartesius seperti Gambar 5.



Gambar 5. Diagram kartesius untuk kualitas pelayanan

KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Atribut untuk tingkat kepentingan produk dengan skor terbesar adalah tampilan hidangan menarik selera makan (8) dan menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia (13) dengan masing-masing total skor 264. Untuk tingkat kepentingan pelayanan, Atribut dengan skor terbesar adalah desain interior dan eksterior yang nyaman dan aman dengan total skor 270.
2. Tingkat kinerja untuk produk, Atribut dengan skor terbesar adalah rasa minuman yang disajikan segar dengan total skor 255. Sedangkan tingkat kinerja untuk pelayanan, Atribut dengan skor terbesar adalah pengetahuan pelayan terhadap produk dengan total skor 259.
3. Atribut yang memiliki tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian tertinggi adalah rasa minuman yang disajikan segar dengan tingkat kesesuaian sebesar 97,70%. Sedangkan indikator yang memiliki tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian tertinggi adalah keramahan pelayan (selalu menerapkan salam senyum, dan sapa) dengan tingkat kesesuaian sebesar 97,32% yang berarti kinerja *Food Court* Opa Kumis sudah sesuai dengan harapan konsumen.

Saran

1. Perlu dilakukannya perbaikan oleh pihak *Food Court* Opa Kumis terhadap atribut-atribut kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berada pada kuadran A.
2. Perbaikan kualitas produk yang menjadi prioritas adalah harga menu yang ditawarkan terjangkau, harga makanan sesuai dengan porsi, hiasan padahidangan yang diberikan menarik, sambal/saos dan kecap selalu tersedia, dan menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia.

3. Perbaikan kualitas pelayanan yang perlu diprioritaskan adalah pelayan berpenampilan rapi, desain interior dan eksterior yang nyaman dan aman, kesigapan pelayan membersihkan meja konsumen yang telah selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, T. 2005. *Dinamika Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada. Edisi Pertama Damanik, Jakarta.
- A.P., Astuti, R., Silalahi, R.L.R. 2014. Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi dengan metode importance performance analysis (IPA) dan customer satisfaction index (CSI) di Coffe Story Malang.
- Dian, L. 2014. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode importance performance analysis dan customer satisfaction index.
- Fitri, M., Chezy, W.V. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sembako Pada Minimarket Juan Di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi.
- Fuadatinnisa', Bariroh. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Buah Jeruk Agrowisata Petik Jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. [Skripsi]. Malang: Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
- Jackson R.S. Weenas 2010. Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengarunya Terhadap Keputusan Pembelian Sring Bed COMFORTA
- Kevin, L. 2009. *Management Pemasaran*. Erlangga. Edisi Ketiga Belas, Jilid Pertama. Jakarta
- Kotler., Philip. 1995. "Manajemen Pemasaran Analysis Perencanaan dan Implementasi " Salemba Empat, Jakarta.
- Lodhita, H. E. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang. Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Universitas Brawijaya. Malang.
- Maiyanti, S. I. 2009. *Applied Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance - Performance Analysis (IPA) to know Student Satisfaction Level of Sriwijaya University Library Services*. Jakarta. Universitas Sriwijaya.
- Muchlisin, R. 2013. *Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta:Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Nasution.M.N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*.
- Rusman, M. 2005, "Analisis Kepuasan Konsumen pada Kualitas jasa PT. Telkom Tbk", *Jurnal Majalah Ekonomi*.
- Sofjan, A. 2009. *Analisi Pengendalian Kualitas Produk Horn PT. MI Menggunakan Six Sigma*
- Subakti, A.G., Maria P.A. 2017. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rijsttafel Restoran Oasis, Jakarta). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*.
- Sunyoto, D. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. PT. Buku Seru, Yogyakarta.
- Sunyoto, D. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.Graha Ilmu, Yogyakarta.