

**ANALISIS TINGKAT PELAYANAN RESTORAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN:  
STUDI KASUS PADA DUA RESTORAN DI KOMPLEKS PERTOKOAN WAY HALIM PERMAI  
KOTA BANDAR LAMPUNG**

*(The Analysis Of The Restaurant's Service on Consumer's Satisfaction: A Study Case Of Two Restaurant's  
In The Business Complex, Way Halim Permai, Bandar Lampung City)*

Dwi Aryanti, Agus Hudoyo, Eka Kasymir

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro  
No.1 Bandar Lampung 35141, Telp. 08982295851, e-mail: aryanti.dwi77@yahoo.com

**ABSTRACT**

*Population and economic growth in Bandar Lampung has been increasing the demand of restaurants. Consequently, competition among restaurants in Bandar Lampung has been increasing in order to get their customers. The main goal of this research is to find out the difference between the customers' expectation and the restaurant's performance. Data were obtained from questioning respondents from two restaurants in the business area of Way Halim Permai, Bandar Lampung. Data were analyzed using the Importance Performance Analysis (IPA). It is revealed that both Restaurant A and Restaurant B were under performed in two attributes, i.e. restaurant comfort and hospitality. Specifically, Restaurant A was under performed in the taste of its food and Restaurant B was under performed in cleanness and tidiness; restroom availability; and wastafel/washing stand availability.*

*Keywords : attributes, importance, performance, Importance Performance Analysis (IPA), restaurant's*

**PENDAHULUAN**

Sebagai pusat kegiatan ekonomi, pemerintahan dan pendidikan di Provinsi Lampung, Kota Bandar Lampung mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi yakni sebesar 4.619 jiwa/km<sup>2</sup>. Pada 2011, jumlah penduduk di Bandar Lampung adalah sebanyak 891.374 jiwa dengan laju pertumbuhannya sebesar 1,55 persen per tahun (BPS Bandar Lampung, 2012). Hal ini menjadi salah satu penyebab peningkatan permintaan terhadap berbagai barang dan jasa.

Pertumbuhan ekonomi Provinsi Lampung saat ini cukup signifikan. Salah satu indikatornya dapat dilihat dari PDRB Provinsi Lampung yakni rata-rata 5,88% per tahun dari 2008 sampai 2011 (BPS 2012, diolah). Pada periode yang sama, laju pertumbuhan ekonomi untuk Kota Bandar Lampung jauh lebih tinggi dibandingkan dengan Provinsi Lampung, yakni 6,53% per tahun.

Pertumbuhan penduduk dan ekonomi di Bandar Lampung ini mempengaruhi peningkatan terhadap permintaan berbagai barang dan jasa. Selanjutnya, peningkatan ini mendukung munculnya berbagai usaha untuk memenuhi peningkatan permintaan tersebut. Dengan banyaknya usaha tersebut, baik usaha yang lama maupun yang baru dapat memberikan banyak alternatif untuk konsumennya.

Restoran merupakan salah satu jasa yang juga meningkat permintaannya. Seiring dengan peningkatan ini, selain restoran yang sudah ada semakin meningkatkan usahanya, juga restoran-restoran baru semakin banyak. Sebagai contoh, pada 2011 terdapat 61 restoran baru di Bandar Lampung (BPS Bandar Lampung, 2012).

Meningkatnya jumlah restoran, menimbulkan persaingan antar restoran yang terjadi semakin ketat. Hal ini menuntut restoran untuk mengatur strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik perhatian dan mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Tujuan utama kegiatan pemasaran suatu perusahaan adalah untuk memenuhi harapan para pelanggan, melalui kinerja dari pelayanan (*performance*) yang dilakukan perusahaan (Kotler, 2000;2002). Meningkatkan kepuasan dalam pemenuhan harapan dan keinginan konsumen merupakan salah satu cara restoran dalam memenangkan persaingan.

Penelitian terdahulu mengenai kepuasan konsumen telah dilakukan antara lain oleh Andari (2005), Damanik (2008), Dewi (2009), Soemawinata (2010), Wulandari (2011). Pada penelitian tersebut hanya satu restoran yang diteliti maka penelitian ini mengkaji dua restoran, dengan tujuan untuk mengetahui harapan pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kinerja yang diberikan oleh restoran, dan

kesesuaian antara kinerja restoran dengan harapan pelanggan.

### METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di dua restoran (A dan B) di Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di daerah ini terdapat beberapa restoran yang cukup digemari oleh masyarakat Bandar Lampung.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan responden dengan menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah dipersiapkan. Data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait dengan penelitian. Pengumpulan data penelitian dilakukan pada April 2013. Untuk menjaga kerahasiaan maka peneliti tidak menyebutkan nama dua restoran yang di pilih sebagai lokasi penelitian pengambilan data.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan suatu cara pendekatan dengan menggunakan teknik yang berhubungan dengan survei. Penelitian memusatkan diri pada pemecahan masalah secara aktual.

Jumlah responden 60 yang terbagi menjadi 2 bagian yaitu 30 responden pada masing-masing restoran. Responden yang dipilih yaitu memilih pelanggan yang bersedia diwawancarai dengan panduan kuesioner yang telah disediakan, pelanggan yang sedang makan atau telah makan di Restoran A atau B, dan pria/wanita di atas 17 tahun dengan pertimbangan di atas umur 17 tahun seseorang sudah dapat memberikan pendapat.

**Atribut.** Atribut merupakan golongan atau bagian dari variabel. Penentuan tingkat kinerja dan harapan atribut tersebut menggunakan skala 5 tingkat (Likert). Adapun atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kesesuaian rasa
2. Kehalalan
3. Keragaman menu
4. Ketersedian menu
5. Konsistensi menu
6. Kesesuaian harga
7. Kecepatan pelayanan
8. Keadilan pelayanan
9. Ketelitian pencatatan pemesanan
10. Ketelitian perhitungan pembayaran

11. Ketanggapan terhadap ketidaksesuaian
12. Kerapihan pramusaji
13. Keramahan pramusaji
14. Kesesuaian lokasi restoran
15. Kebersihan dan kerapihan restoran
16. Keserasian dekorasi ruangan
17. Ketersediaan variasi pilihan tempat duduk
18. Ketersediaan toilet
19. Ketersediaan cuci tangan
20. Kenyamanan restoran
21. Ketersediaan tempat ibadah
22. Ketersediaan musik

**Validitas dan Reliabilitas.** Pada penelitian ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner penelitian sebelum dilakukan survei. Uji validitas dan reliabilitas ini menggunakan sebanyak 30 responden diluar responden penelitian. Dengan jumlah minimal 30 orang ini maka distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut mampu untuk mengukur sesuatu yang ingin diukur. Adapun cara mengujinya dengan mengkorelasikan tiap-tiap atribut terhadap total seluruh atribut yang ada. Apabila secara statistik signifikan maka atribut tersebut valid dan sebaliknya jika tidak signifikan maka atribut tersebut tidak valid dan tidak digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2005).

Menurut Ghozali (2005) reliabilitas digunakan untuk mengetahui kerelabelan dari atribut-atribut yang diajukan pada responden dalam kuesioner. Kuesioner yang telah di uji reliabilitas apabila digunakan pada lokasi dan waktu yang berbeda maka akan memperoleh hasil yang sama. Adapun cara mengujinya dengan koefisien korelasi yang di bagi dalam dua grup. Selanjutnya total skor seluruh atribut grup 1 dikorelasikan (korelasi *product moment*) dengan total skor atribut grup 2. Apabila secara statistik signifikan maka reliabel dan sebaliknya.

Hasil uji validitas yaitu sebanyak 22 atribut memiliki nilai validitas di atas angka kritik yakni sebesar 0,361, maka ke 22 atribut tersebut dinyatakan valid dan dimasukkan kedalam atribut penelitian. Setelah dilakukan uji validitas, maka dilakukan uji realibilitas untuk menunjukkan konsistenan suatu alat ukur sehingga dapat dipercaya. Berdasarkan hasil uji dengan bantuan *Microsoft Excel 2007* didapat bahwa 0,87 di mana kedua nilai hasil uji reliabilitas atribut lebih besar dibandingkan dengan nilai angka kritik yaitu 0,6. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas,

hasilnya valid dan reliabel maka penelitian dapat dilanjutkan.

**Metode Importance Performance Analysis (IPA).**

Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan dengan mengukur harapan dan kinerja. Menurut Supranto (2001) Metode IPA dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tingkat kesesuaian

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \% \dots\dots\dots (1)$$

di mana : Tki = Tingkat kesesuaian responden  
 Xi = Skor penilaian kinerja restoran  
 Yi = Skor penilaian harapan restoran

2. Rata-rata kinerja dan harapan seluruh pelanggan

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

- $\bar{X}$  = Skor rata tingkat kinerja
- $\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat harapan
- $\sum Xi$  = Jumlah skor tingkat kinerja
- $\sum Yi$  = Jumlah skor tingkat harapan
- n = Jumlah responden

3. Rata-rata kinerja dan harapan seluruh atribut

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K} \dots\dots\dots (3)$$

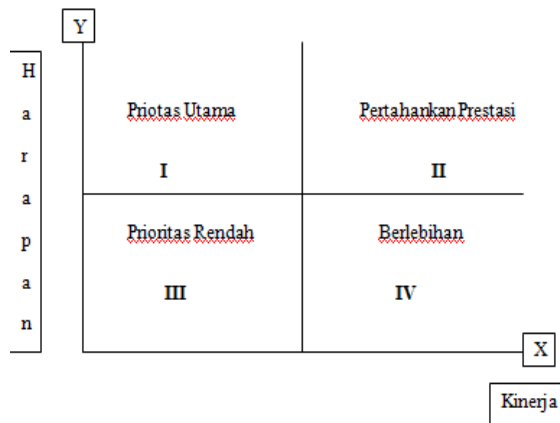
Keterangan : K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Setelah dilakukan perhitungan, maka dibuat diagram kartesius untuk melihat pembagian kuadran-kuadran atribut. Adapun keterangan Gambar 1 yaitu:

1. Kuadran I menunjukkan bahwa unsur-unsur produk/jasa yang sangat penting bagi pelanggan, akan tetapi kinerja dari perusahaan belum sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Kuadran II menunjukkan bahwa unsur-unsur produk/jasa yang di anggap penting oleh pelanggan telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan, sehingga harus dipertahankan.
3. Kuadran III menunjukkan bahwa unsur-unsur produk/jasa yang di anggap kurang penting

pengaruhnya bagi pelanggan, dan kinerja juga biasa saja.

4. Kuadran IV menunjukkan bahwa unsur-unsur produk/jasa yang di anggap kurang penting oleh pelanggan tapi dilaksanakan secara berlebihan oleh perusahaan.



Gambar 1. Diagram Kartesius

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis kinerja dan harapan**

Penelitian yang dilakukan di dua restoran berada pada kompleks pertokoan Way Halim Permai yaitu Jl. Arif Rahman Hakim, Kelurahan Way Halim Bandar Lampung yang masing-masing restoran sudah berdiri sejak tahun 2007, dan tahun 2011. Masing-masing restoran beroperasi setiap hari yaitu Senin sampai Minggu dengan jam operasional mulai pukul 10.00–21.00 WIB. Restoran ini menyajikan berbagai makanan khas dengan menu andalan adalah pecel lele, ayam dan bebek bakar.

Pasar sasaran restoran ini adalah semua kalangan akan tetapi lebih dikhususkan yaitu kalangan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas serta kelompok konsumen dari kalangan keluarga dan perusahaan. Jangkauan pasar restoran ini secara geografis tidak hanya mencakup wilayah Kelurahan Way Halim Permai tetapi diberbagai wilayah lainnya. Hal ini karena lokasi pada masing-masing restoran tersebut sangat strategis dan mudah dijangkau untuk kelompok kalangan tersebut.

Perbedaan fasilitas yang disediakan oleh masing-masing restoran juga sedikit berbeda walaupun memiliki menu utama yang sama, akan tetapi dalam penyajiannya berbeda. Di salah satu restoran menyediakan fasilitas wifi, alat pembayaran menggunakan kartu kredit, ATM, serta berbagai

fasilitas lainnya yang tidak disediakan di restoran lainnya.

Konsumen yang datang akan disambut oleh pelayan pada masing-masing restoran yang menawarkan dua variasi pilihan tempat duduk, yaitu lesehan dan tempat duduk dengan setiap meja memiliki kapasitas 6 orang. Pelayan akan menanyakan jumlah orang lalu memberikan tempat dengan mengantar konsumen sampai di meja.

Kemudian memberikan buku menu, dan menanyakan serta mencatat pesanan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Dewi (2009), dan Soemawinata (2010) yaitu konsumen akan merasa nyaman ketika baru datang ke restoran sudah disambut dengan baik oleh pelayan sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen. Masing-masing pengelola restoran fokus dalam meningkatkan jumlah pengunjung, memberikan kepuasan maksimal kepada setiap pelanggan dan selalu berusaha memberikan pelayanan dan mutu terbaik kepada setiap pelanggannya sehingga pengunjung tertarik untuk datang kembali.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara keseluruhan pelanggan sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran. Hasil evaluasi persepsi kepuasan pelanggan terhadap kinerja secara keseluruhan atribut, Restoran A memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,1 sedangkan Restoran B sebesar

yaitu 3,9. Kesenjangan negatif ini menunjukkan bahwa Restoran A memiliki kinerja lebih tinggi.

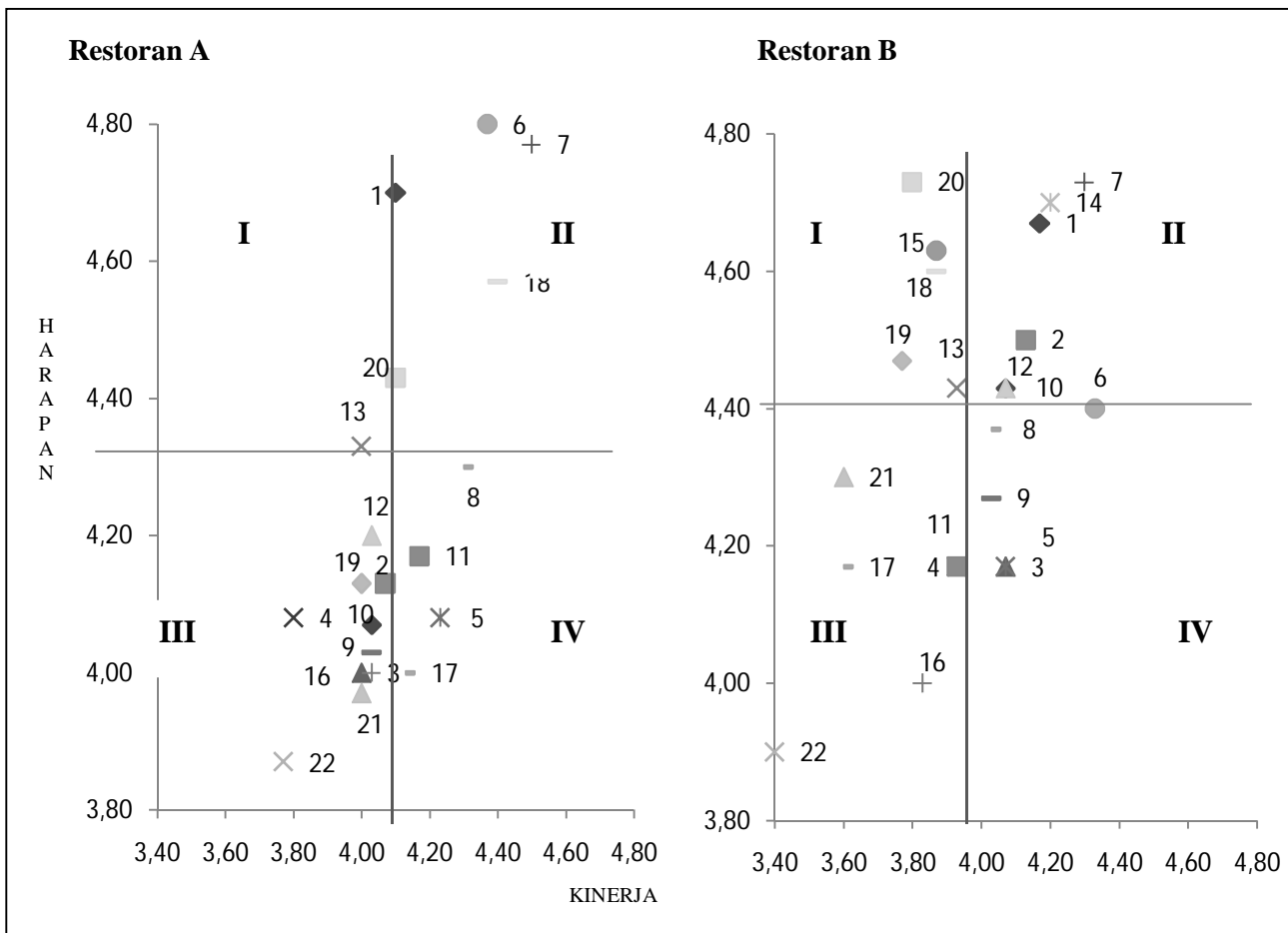
Pada skor rata-rata harapan secara keseluruhan atribut yaitu, Restoran A memperoleh skor lebih rendah sebesar 4,3, sedangkan Restoran B lebih tinggi yaitu 4,4. Berdasarkan perbandingan skor kinerja dengan harapan, nilai kesesuaian Restoran A lebih tinggi yaitu 96% dibandingkan dengan nilai kesesuaian pada Restoran B sebesar 90%. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina (2009) yaitu harapan pelanggan akan seluruh atribut tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja yang diberikan selama ini.

Atribut yang belum sesuai dengan keinginan pelanggan yaitu kenyamanan restoran yang berarti bahwa kinerja yang diberikan oleh restoran belum sesuai dengan harapan pelanggannya. Pada Restoran A memiliki harapan dengan skor 4,4, kinerja dengan skor 4,1 sehingga kesesuaian dengan persentase 92%, sedangkan Restoran B memiliki harapan dengan skor 4,7, kinerja dengan skor 3,8, sehingga kesesuaiannya sebesar 80%. Harapan pelanggan yang tinggi pada masing-masing restoran belum disesuaikan dengan kinerja yang diberikan oleh pihak restoran. Hal ini disebabkan alat-alat yang ada di meja makan masih banyak berkeliaran walaupun sudah disediakan lilin di atas meja, dan sangat mengganggu kenyamanan pelanggan. Pihak restoran sudah berusaha dalam membasmi alat, tetapi keberadaan alat tidak dapat dihindari.

Tabel 1. Kinerja dan harapan pada Restoran A dan Restoran B

No	Atribut	Restoran A			Restoran B		
		Kinerja	Harapan	Kesesuaian (%)	Kinerja	Harapan	Kesesuaian (%)
1	Kesesuaian rasa	4,1	4,7	87	4,2	4,7	89
2	Kehalalan	4,1	4,1	98	4,1	4,5	92
3	Keragaman menu	4,0	4,0	100	4,1	4,2	98
4	Ketersediaan menu	3,8	4,2	90	3,9	4,3	91
5	Konsistensi menu	4,2	4,1	95	4,1	4,2	97
6	Kesesuaian harga	4,4	4,8	91	4,3	4,4	98
7	Kecepatan dan kemudahan pelayanan	4,5	4,8	94	4,3	4,7	90
8	Keadilan pelayanan	4,3	4,3	100	4,0	4,4	92
9	Ketelitian pencatatan pemesanan	4,0	4,0	100	4,0	4,3	94
10	Ketelitian perhitungan pembayaran	4,0	4,1	99	4,1	4,4	91
11	Ketanggapan terhadap ketidaksesuaian	4,2	4,2	100	3,9	4,2	94
12	Kerapihan pramusaji	4,0	4,2	96	4,1	4,4	91
13	Keramahan pramusaji	4,0	4,3	92	3,9	4,4	88
14	Kesesuaian lokasi restoran	4,5	5,0	90	4,2	4,7	89
15	Kebersihan dan kerapihan restoran	4,2	4,9	85	3,9	4,6	83
16	Keserasian dekorasi ruangan	4,0	4,0	100	3,8	4,0	95
17	Ketersediaan variasi tempat duduk	4,1	4,0	103	3,6	4,2	86
18	Ketersediaan toilet	4,4	4,6	96	3,9	4,6	84
19	Ketersediaan cuci tangan	4,0	4,1	96	3,8	4,5	84
20	Kenyamanan restoran	4,1	4,4	92	3,8	4,7	80
21	Ketersediaan tempat ibadah	4,0	4,0	100	3,6	4,3	83
22	Ketersediaan musik	3,8	3,9	96	3,4	3,9	87
<b>Rata - rata</b>		<b>4,1</b>	<b>4,3</b>	<b>96</b>	<b>3,9</b>	<b>4,4</b>	<b>90</b>

*Importance Performance Analysis*



Keterangan : atribut pada masing–masing nomor dapat dilihat pada Tabel 1

Gambar 2. Diagram kartesius atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran

Pengukuran IPA dijabarkan ke dalam diagram kartesius yang merupakan sistem koordinat digunakan untuk meletakkan objek berdasarkan nilai sumbu X dan sumbu Y. Sumbu X merupakan nilai rata-rata tingkat kinerja dan sumbu Y yakni nilai rata-rata harapan. Skor rata-rata harapan seluruh atribut merupakan rata-rata keinginan dari konsumen terhadap keseluruhan pelayanan restoran, sedangkan nilai rata-rata kinerja seluruh atribut, merupakan rata-rata total dari kinerja yang telah diberikan oleh restoran. Rata-rata ini akan menjadi sumbu tengah yang akan membagi diagram kartesius menjadi empat kuadran yang dapat menggambarkan bagaimana keadaan sesungguhnya dari harapan konsumen dan kinerja restoran, baik masing-masing atribut maupun secara keseluruhan.

Pada Gambar 2, terlihat bahwa dari atribut pembentuk kepuasan pelanggan pada masing–masing restoran terbagi pada empat kuadran.

Adapun interpretasi diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran I

Atribut–atribut yang ada pada kuadran ini memiliki tingkat harapan yang tinggi namun tingkat kepuasannya masih rendah karena pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak pengelola restoran. Pada Restoran A atribut yang terdapat di kuadran I yaitu kesesuaian rasa, keramahan pramusaji, serta kenyamanan restoran. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Mas’ud (2009) untuk beberapa atribut yang menjadi prioritas utama, seperti kesesuaian rasa, dan keramahan pramusaji. Kesesuaian rasa dirasakan konsumen penting menurut pengunjung karena menilai perbandingan rasa makanan dengan restoran lainnya yang dinilai bagi sebagian pengunjung cukup berbeda. Sebagai perbaikan sebaiknya pihak restoran selalu mengecek rasa makanan agar tidak berubah–ubah pada tiap–tiap waktu.

Keramahan pramusaji dan kenyamanan restoran di rasa konsumen kurang memuaskan hal disebabkan kurang ramahnya pramusaji saat Melayani pengunjung yang baru datang serta saat kondisi hujan masih banyak air hujan yang masuk ke dalam ruangan. Hal ini sangat mengganggu kenyamanan pengunjung saat makan karena harus berpindah tempat agar tidak kehujanan pakaiannya. Sebagai perbaikan, sebaiknya pihak restoran memperbaiki dan menambahkan fasilitas pada dinding ruangan agar saat hujan air tidak masuk ke dalam ruangan.

Pada Restoran B atribut yang terdapat di kuadran I yaitu keramahan pramusaji, kebersihan dan kerapihan restoran, ketersediaan toilet, ketersediaan cuci tangan, dan kenyamanan restoran. Kebersihan dan kerapihan restoran dan kenyamanan restoran dinilai konsumen kurang puas, hal ini disebabkan karena masih banyaknya lalat di atas meja serta sebagian lantai yang masih agak terlihat kotor menurut pengunjung. Sebagai perbaikan, sebaiknya pihak restoran memperbaiki kinerja terhadap kebersihan dan kerapihan ruangan serta kenyamanan restoran dengan cara berlangganan pada jasa pembersih lalat seminggu 3 kali.

Ketersediaan toilet, tempat cuci tangan serta keramahan pramusaji kurang memuaskan. Hal ini karena keran pada toilet dan cuci tangan masih rusak dan belum diperbaiki oleh pihak restoran sehingga air yang keluar pada restoran tersebut selalu mengalir dan tidak bisa dihentikan. Sebagai perbaikan, sebaiknya pihak restoran memperbaiki kinerjanya agar kepuasan pelanggan menjadi meningkat.

#### b. Kuadran II

Kuadran II menunjukkan atribut tersebut telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan, sehingga wajib dipertahankan. Pada Restoran A atribut yang termasuk di kuadran ini yaitu kesesuaian harga, kecepatan dan kemudahan dalam melayani pemesanan, serta ketersediaan toilet. Kesesuaian harga di anggap konsumen sudah cukup memenuhi harapan mereka karena harga yang cukup murah dan dapat di beli oleh semua kalangan. Keadilan pelayanan serta kebersihan dan kerapihan restoran yang paling dirasakan memuaskan karena pada Restoran A tidak terdapat diskriminasi pada setiap pengunjung.

Pengunjung yang baru datang, mereka lah yang akan di layani terlebih dahulu sehingga konsumen merasa puas dalam pelayanan ini. Kebersihan dan kerapihan restoran juga di anggap memuaskan karena karyawan akan berkeliling mendorong meja roda yang berisi alat pembersih dan tempat peralatan makanan yang kotor. Sehingga setelah konsumen selesai makan dan membayar di kasir maka akan segera dibersihkan oleh petugas *cleaning service*. Kesesuaian lokasi restoran sangat strategis karena berada di pinggir jalan dan dekat dengan kantor serta kampus. Ketersediaan toilet di nilai memuaskan menurut konsumen karena rapih, dan bersih.

Pada Restoran B atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu kesesuaian rasa, kehalalan, kesesuaian harga, kecepatan pelayanan, ketelitian perhitungan pembayaran, kerapihan pramusaji, dan kesesuaian lokasi restoran. Kesesuaian rasa, kesesuaian harga, kehalalan dan kesesuaian lokasi di nilai memuaskan oleh konsumen karena tidak mudah mempertahankan rasa serta harga hal ini harus dipertahankan oleh pihak restoran. Kesesuaian lokasi yang strategis yang berada di pinggir jalan membuat restoran ini mudah di jangkau oleh semua kalangan.

Kerapihan dan keramahan pramusaji di nilai sudah memuaskan oleh konsumen karena pramusaji yang cekatan serta rapih saat melayani pengunjung. Ketelitian perhitungan pembayaran yang sesuai dengan makanan yang pengunjung pesan di rasa sudah puas karena telah sesuai. Kinerja atribut pada kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

#### c. Kuadran III

Kuadran III menunjukkan atribut yang berada dalam kuadran ini masih dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas kinerjanya biasa atau cukup saja. Sehingga prioritas perbaikan atribut dalam kuadran ini tidak diutamakan. Pada Restoran A atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu kehalalan, keragaman menu, ketersediaan menu, ketelitian pencatatan pemesanan, ketelitian perhitungan pembayaran, kerapihan pramusaji, keserasian dekorasi ruangan, ketersediaan cuci tangan, ketersediaan tempat ibadah dan ketersediaan

musik. Keragaman menu dan ketersediaan menu tidak terlalu penting, karena pihak restoran telah menyiapkan makanan yang banyak di gemari oleh konsumen, sehingga baik konsumen juga menganggap tidak terlalu penting karena mereka akan makan dengan menu yang masih ada.

Pada Restoran B atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu ketersediaan menu, ketanggapan terhadap ketidaksesuaian, keserasian dekorasi ruangan, ketersediaan variasi pilihan tempat duduk, ketersediaan tempat ibadah, dan ketersediaan musik. Ketersediaan tempat ibadah dan musik di nilai kurang penting serta kinerja dari pihak restoran masih rendah, karena pengunjung yang datang hanya untuk makan siang dan fasilitas tersebut masih jarang digunakan oleh pengunjung. Atribut yang berada pada kuadran ini tidak terlalu masalah karena prioritasnya rendah, namun kinerja tetap harus dalam keadaan baik.

d. Kuadran IV

Kuadran IV merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh pihak restoran, namun di nilai kurang penting oleh pelanggan sehingga terkesan berlebihan. Pada Restoran A atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu konsistensi menu, keadilan pelayanan, ketanggapan terhadap ketidaksesuaian, ketersediaan variasi pilihan tempat duduk. Konsistensi menu dan ketanggapan terhadap ketidaksesuaian menurut persepsi konsumen juga di nilai kurang penting akan tetapi pihak restoran dalam kinerjanya dilakukan secara berlebihan.

Pada Restoran B atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu keragaman menu, konsistensi menu, keadilan pelayanan, dan ketelitian pencatatan pemesanan. Konsistensi menu dan ketanggapan terhadap ketidaksesuaian menurut persepsi konsumen juga di nilai kurang penting akan tetapi pihak restoran dalam kinerjanya dilakukan secara berlebihan. Hal ini karena konsumen yang datang ke restoran tersebut dengan adanya konsistensi menu menimbulkan rasa bosan serta tanggapan terhadap ketidaksesuaian yang di rasa kurang penting karena sebagian pengunjung tidak pernah merasakan adanya ketidaksesuaian terhadap apapun. Hal ini menurut pelanggan berkesan berlebihan dan di nilai kurang penting, sehingga pihak restoran perlu mengurangi hasil yang

dicapai agar dapat mengefesienkan sumberdaya restoran.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu

1. Skor harapan pelanggan terhadap atribut kenyamanan restoran dan keramahan pramusaji, di kedua restoran yang di teliti lebih tinggi dibandingkan dengan skor kinerjanya. Secara khusus, di Restoran A atribut yang belum sesuai dengan harapan pelanggan adalah kesesuaian rasa, sedangkan pada Restoran B yakni kebersihan dan kerapian; ketersediaan toilet ; dan ketersediaan tempat cuci tangan.
2. Kesesuaian kinerja masing-masing restoran terhadap harapan konsumen secara keseluruhan dianggap memuaskan, dengan rata-rata kesesuaian diatas 90%.

**DAFTAR PUSTAKA**

Andari. 2005. Analisis Perilaku Konsumen dan Implikasinya Pada Strategi Bauran Pemasaran Restoran Tradisional (Studi Kasus di Restoran Galuga 3, Bogor). *Skripsi*. Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2012. Bandar Lampung Dalam Angka. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.

Damanik AM. 2008. “Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Coffe Shop De Kaoffe-Pot Bogor”. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Dewi EM. 2009. “Analisis Sikap dan Kepuasan Konsumen Restoran Death by Chocolate and Spaghetti Bogor”. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Supranto J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Bineka Cipta. Jakarta.

Kotler, P.. 2000. *Marketing Management: Millenium Edition. 2nd Edition*. Prentice Hall.

Kotler P. 2002. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan Jilid I). Edisi Millenium*. Prenhallindo. Jakarta.

Mas’ud. 2009. “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Apotek Kimia Farma Jakarta Menggunakan Model Servqual

- (Studi Kasus Pada Tiga Apotek)”. *Jurnal MIK: Volume VI No.2, Tahun : 2009 : 56-74.*
- Rina D. 2009. “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy di Depok”. *Jurnal Ekonomi Manajemen: Volume 1 No. 2 Tahun 2009.*
- Soemawinata DK. 2010. “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Ayam Goreng Fatmawati di Kota Bogor Jawa Barat”. *Skripsi.* Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Wulandari W. 2011. “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran Kentucky Fried Chicken (KFC) Kedaton Bandar Lampung”. *Skripsi.* Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Lampung.