

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DI RUMAH MAKAN MORO SAKECO GRABAG MAGELANG

Penulis 1: Astyasari Esti Mahanani
Penulis 2: Dr. Mutiara Nugraheni
Universitas Negeri Yogyakarta
tyasaimol@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang, dan (2) Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen yang berkunjung di rumah makan Moro Sakeco Grabag sebanyak 446 pengunjung. Sampel penelitian adalah konsumen di rumah makan Moro Sakeco Grabag pada periode bulan April 2017 sebanyak 100 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, dan dokumentasi. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,972. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik (62%); dan (2) persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik (70%).

Kata Kunci: persepsi konsumen, kualitas produk, dan kualitas pelayanan

CONSUMER PERCEPTION ON QUALITY PRODUCTS AND QUALITY OF SERVICE IN MORO SAKECO RESTAURANT GRABAG MAGELANG

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) consumer perceptions of product quality at Moro Sakeco Restaurant Grabag Magelang, and (2) Consumer perceptions of service quality at Moro Sakeco Grabag Restaurant Magelang. Types of research quantitative descriptive. The populations of the study were consumers who visited Moro Sakeco restaurant as many as 446 visitors. The samples of the research were consumer at restaurant Moro Sakeco in April 2017 period as many as 100 consumers. Data collection techniques used questionnaires and documentation. Validity test was using product moment correlation formula, while reliability test was using Alpha Cronbach formula with reliability coefficient value of 0.972. Data analysis technique used quantitative descriptive analysis with percentage. The results show that (1) consumer perception on product quality at Moro Sakeco Restaurant Grabag Magelang is in very good category (62%); And (2) consumer perception on service quality at Moro Sakeco Restaurant Grabag Magelang is in very good category (70%).

Keywords: consumer perception, product quality, and service quality

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis makanan pada beberapa tahun ini berkembang semakin pesat, bisnis ini mulai menjamur disetiap daerah. Rumah makan Moro Sakeco Grabag berdiri sejak tahun 2002 tepatnya di bulan Agustus. Sejak tahun 2002 hingga 2014 ini,

Rumah makan Moro Sakeco Grabag telah memiliki lebih dari 3 cabang dan yang tersebar di kota Magelang.

Ide bisnis cemerlang ini tampaknya sangat menggiurkan. Tidak lama setelah Rumah makan Moro Sakeco Grabag berdiri, mulai muncul warung-warung dan restoran

lain yang mengusung konsep nyaris sama dengan Rumah makan Moro Sakeco Grabag. Hal ini perlu diperhatikan oleh Rumah makan Moro Sakeco Grabag, karena konsumen yang sekarang merupakan konsumen yang sudah tumbuh dan berkembang. Konsumen dapat mengevaluasi kualitas produk yang dihasilkan Rumah makan Moro Sakeco Grabag setiap harinya.

Pentingnya kualitas produk bagi rumah makan Moro Sakeco Grabag karena dapat mempengaruhi perilaku pelanggan, khususnya loyalitas pelanggan yang terwujud dalam keinginan untuk membeli ulang dan merekomendasikan (Irwan Wijaya, 2009: 32). Tidak hanya kualitas produk yang menjadi bahan pertimbangan utama bagi para penikmat kuliner, saat ini harga dan suasana rumah makan Moro Sakeco Grabag menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap (Meldarianda dan Lisan, 2010: 56).

Faktor yang selanjutnya membentuk persepsi konsumen adalah kualitas layanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan rasa nyaman kepada konsumen dan dapat menciptakan pembelian ulang, sehingga meningkatkan omzet penjualan perusahaan. Assegaf (2009: 55) menyebutkan kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis.

Hasil wawancara terhadap pengelola rumah makan Moro Sakeco Grabag munculnya anggapan di masyarakat bahwa rumah makan Moro Sakeco Grabag adalah rumah makan sejenis pecel ayam dan pecel lele pada umumnya, padahal rumah makan Moro Sakeco Grabag merupakan rumah makan yang menyajikan berbagai macam menu unggulan ayam goreng, bandeng goreng, nila goreng, tempe, tahu, iso babat, lele, udang, daging sapi, ca kangkung, trancam, ca jamur, pecel, plencing jawa, dan sayur asem.

Hasil observasi diketahui bahwa pesanan datang cukup lama, makanan yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan konsumen, beberapa menu yang disajikan kualitas rasanya tidak sesuai dengan harapan konsumen, ruang makan khusus pada *meeting room* pada bagian belakang (dekat dapur) kurang kipas angin dan ventilasi udara membuat sirkulasi udara terhambat dan ruangan terkesan panas dan pengap, dan lahan parkir yang kurang memadai.

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan minat beli ulang konsumen. Dalam kondisi persaingan yang ketat saat ini maka yang menjadi prioritas utama rumah makan Moro Sakeco Grabag adalah mencapai tingkat kepuasan yang sesuai dengan harapan konsumen, dengan maksud agar konsumen tetap loyal dan tidak pindah ke restoran lain. Dan hal itu hanya dapat dicapai jika konsumen merasa terpenuhi

kebutuhannya, yang artinya makanan yang ditawarkan tidak hanya berkualitas tetapi juga sehat, bervariasi, harga yang kompetitif, dan konsumen mendapatkan pelayanan yang menyenangkan.

Rumah makan Moro Sakeco Grabag mengalami penurunan jumlah pengunjung di dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Hal ini ditunjukkan dari data jumlah kunjungan pada tahun 2014 sebanyak 5611 pengunjung, kemudian pada tahun 2015 jumlah tamu meningkat menjadi 5677 pengunjung, dan pada tahun 2016 dengan jumlah kunjungan sebanyak 4750 pengunjung yang datang.

Persaingan yang ketat tentu sangat mempengaruhi naik turunnya suatu aktivitas penjualan, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak rumah makan sejenis dengan konsep pemancingan dan lesehan yang menjadi pesaing dari rumah makan Moro Sakeco Grabag. Rumah makan Moro Sakeco Grabag yang terletak di batas kota Magelang merupakan rumah makan yang ditujukan bagi para pengunjung dari luar kota yang hendak beristirahat untuk melepas lelah selama di perjalanan menuju kota akan dikunjungi. Selain itu, kemungkinan adanya penjualan yang naik turun dari rumah makan Moro Sakeco Grabag adalah faktor kualitas produk dan kualitas layanan yang bagi konsumen tertentu kurang memuaskan.

Pentingnya sebuah persepsi seseorang terhadap suatu produk atau jasa tentunya dapat menentukan citra produk atau jasa

tersebut di masyarakat. Baik buruknya persepsi merupakan proses perlakuan seseorang terhadap objek atau informasi yang diterima melalui pengamatan dengan menggunakan indra yang dimiliki. Proses persepsi ini berkaitan dengan pemberian arti atau makna serta menginterpretasikan objek yang diamati. Manusia memilah hanya hal ihwal tertentu dalam hidup mereka, lalu menata dan menafsirkannya secara selektif. Persepsi membentuk bagaimana manusia memahami orang lain dan dunianya sekaligus berbagai pilihan yang diambil dalam hidup mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang, dan (2) persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan survei tanpa mengajukan hipotesis, namun berusaha menjelaskan suatu fenomena sebagaimana adanya yang didukung oleh angka dalam persentase.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2016 sampai bulan Juli 2017. Lokasi penelitian berada di rumah makan Moro Sakeco Grabag Magelang.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah konsumen di rumah makan Moro Sakeco Grabag pada periode bulan April 2017 sebanyak 100 konsumen.

Prosedur Penelitian

Prosedur dalam penelitian ini diawali dengan observasi awal yang dilakukan kepada 15 responden yang berkunjung di rumah makan Moro Sakeco Grabag. Setelah itu peneliti mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang ditemui di lapangan berdasarkan hasil observasi. Peneliti lalu menyusun instrumen penelitian berdasarkan kajian teori untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Setelah instrumen di susun lalu tahap selanjutnya adalah peneliti memvalidasi instrumen yang di buat kepada dosen pembimbing.

Selanjutnya peneliti melakukan uji validitas kepada 30 responden uji coba. Hasil uji coba lalu dilakukan pengujian validitas menggunakan rumus korelasi product moment, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,924. Instrumen yang sudah divalidasi lalu digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian yang di bagikan kepada konsumen di rumah makan Moro Sakeco Grabag Magelang pada periode

bulan April 2017 sebanyak 100 konsumen sebanyak 100 konsumen.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Instrumen dalam penelitian ini berupa angket. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

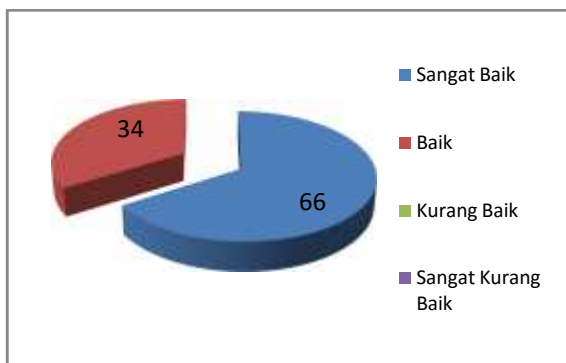
Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2012: 29).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa persepsi konsumen di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik sebanyak 66 responden (66%), berada pada kategori baik sebanyak 34 responden (34%), dan tidak ada yang berada pada kategori kurang baik dan sangat kurang baik (0,00%). Adapun penggambarannya dapat dilihat pada Gambar 1.

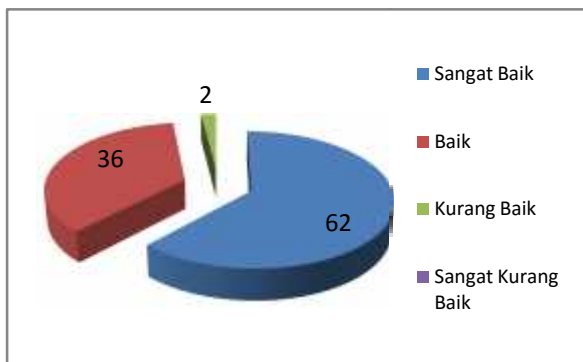


Gambar 1. Pie Chart Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang diukur berdasarkan kualitas produk dan kualitas pelayanan menggunakan kuesioner yang akan diuraikan sebagai berikut.

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk

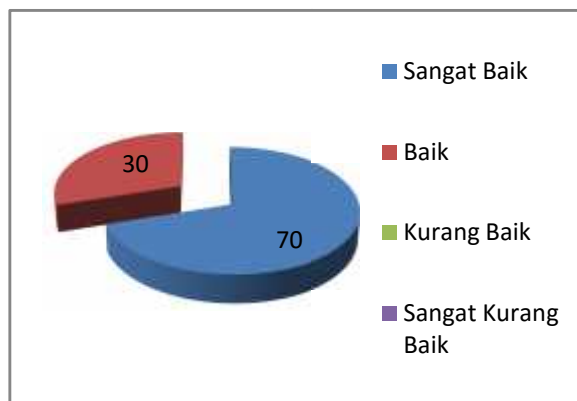
Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik sebanyak 62 responden (62%), berada pada kategori baik sebanyak 36 responden (36%), berada pada kategori kurang baik sebanyak 2 responden (2%), dan tidak ada yang berada pada kategori sangat kurang baik (0,00%). Adapun penggambarannya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pie Chart Kualitas Produk

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan

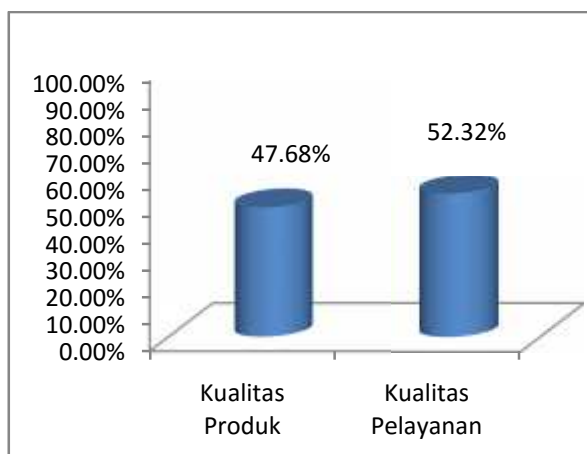
Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik sebanyak 70 responden (70%), berada pada kategori baik sebanyak 30 responden (30%), dan tidak ada yang berada pada kategori kurang baik dan sangat kurang baik (0,00%). Adapun penggambarannya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pie Chart Indikator Kualitas Pelayanan

Penggambaran Persentase Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang

Penggambaran Persentase pada masing-masing sub variabel tersebut dapat digambarkan melalui diagram batang sebagai berikut.



Gambar 4. Diagram Batang Persepsi Konsumen

Pembahasan

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang

Berdasarkan hasil analisis data mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik sebanyak 62 responden (62%). Artinya kualitas produk yang disajikan oleh pihak Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang sudah memenuhi keinginan dari pihak konsumen.

Hasil temuan penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil observasi awal yang menemukan bahwa beberapa menu yang disajikan kualitas rasanya tidak sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, belum terjadi peningkatan yang signifikan jumlah pengunjung yang berkunjung di rumah makan Moro Sakeco Grabag dalam kurun waktu tiga tahun terakhir.

Kesenjangan ini terjadi karena penilaian pada saat observasi awal dilakukan

kepada pengunjung yang teridentifikasi baru pertama kali mengunjungi Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Pengunjung tersebut merupakan pengunjung dari luar kota yang sedang melakukan perjalanan ke kota lain dan beristirahat di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Pengunjung pada saat observasi melakukan perbandingan produk yang disajikan dengan rumah makan sejenis pemancingan dan lesehan seperti yang ada di kota asalnya.

Produk menurut Tjiptono (2005: 95) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Perusahaan dapat mempengaruhi konsumennya lewat produk yang ditawarkan kepada konsumen. Ditinjau dari segi produk yang ditawarkan Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang tidak hanya satu produk saja akan tetapi tersedia berbagai macam masakan dan olahan dari jenis ikan, ayam, daging, dan sayuran.

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kesesuaian atau kepuasan konsumen atas suatu produk. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Fungsi, kualitas dan benefits dari suatu produk merupakan fokus perhatian pelanggan.

Kebutuhan pelanggan yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisan yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk substitusi.

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang

Berdasarkan hasil analisis data mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik sebanyak 70 responden (70%). Artinya kualitas pelayanan yang di sajikan oleh pihak Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang sudah memenuhi keinginan dari pihak konsumen.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil observasi awal yang menemukan bahwa pengunjung menganggap pelayanan dalam pesanan makanan yang dipesan datang cukup lama, makanan yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Ruang makan khusus pada meeting room pada bagian belakang (dekat dapur) kurang kipas angin dan ventilasi udara membuat sirkulasi udara terhambat dan

ruangan terkesan panas dan pengap. Lahan parkir di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang kurang memadai.

Kesenjangan ini terjadi karena penilaian pada saat observasi awal dilakukan kepada pengunjung yang teridentifikasi baru pertama kali mengunjungi Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Pengunjung tersebut merupakan pengunjung dari luar kota yang sedang melakukan perjalanan ke kota lain dan beristirahat di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Faktor psikis pengunjung pada saat observasi karena kecapean, dan lelah selama di perjalanan tentunya mempengaruhi persepsi konsumen pada saat observasi awal dilakukan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam konteks rumah makan, kepuasan menjadi keharusan bagi perusahaan untuk selalu diberikan kepada konsumen. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja organisasi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang serius dari manajemen organisasi. Penetapan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi menjadi hal yang harus dilakukan terlebih dahulu, sehingga organisasi tersebut mempunyai tujuan yang jelas.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan

hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suci Wulan Sari (2015) dengan judul Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di nDALEM Ngabean Resto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto berada pada kategori belum puas.

SIMPULAN

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik (62%); dan (2) persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik (70%).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas

maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut.

Bagi Pengelola Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang

Saran dan solusi yang dapat diberikan bagi pengelola Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang yaitu:

Kualitas Produk

Pihak rumah makan disarankan supaya mampu menyajikan menu yang lebih variatif dan porsi disesuaikan dengan harga serta rumah makan lainnya.

Kualitas Pelayanan

Pihak rumah makan disarankan supaya menyediakan lahan parkir mengingat lokasi yang berdekatan dengan jalan raya supaya konsumen merasa aman dan nyaman.

Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya meneliti tentang penilaian dan harapan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang, sehingga bagi peneliti maupun pelaku bisnis dapat mengetahui strategi pemasaran yang baik yang seharusnya dilaksanakan dalam menjalankan usaha rumah makan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, Mohammad. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan P.T. Garuda di Semarang). *Jurnal*. Semarang: UNSILA.
- Irwan Wijaya. 2009. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Sinar Baru.

- Meldarianda dan Lisan. 2010. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Atmosphere Bandung. *Jurnal*. Vol17 (2), Hal 97- 108.
- Suci Wulan Sari. 2015. Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di nDALEM Ngabean Resto. *Jurnal Fakultas Teknik*. Yogyakarta: UNY.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.