

# TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK DAN PELAYANAN DI MR.TETO YOGYAKARTA

## *THE CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS PRODUCT AND SERVICE AT MR.TETO YOGYAKARTA*

Oleh : Rani Nur Khotimah, Pendidikan Teknik Boga Universitas Negeri Yogyakarta.

Email : [raninurkhotimah@gmail.com](mailto:raninurkhotimah@gmail.com)

Dosen: Sutriyati Purwanti, M. Si

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengetahui: 1) tingkat kepuasan konsumen terhadap produk; 2) tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Mr.Teto. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Populasi penelitian semua konsumen Mr.Teto dihitung dari rata-rata konsumen perhari yaitu 120 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% didapatkan 89 orang dengan teknik sampling insidental. Analisis data menggunakan analisis indeks kepuasan pelanggan (IKP) dan tingkat kesesuaian (Tki). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) rata-rata tingkat kesesuaian indikator kualitas produk nilainya <100%, maka dapat dikatakan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas produk Mr.Teto. Nilai tingkat kesesuaian tertinggi yaitu indikator kemampuan pelayanan sebesar 95,14%. Sedangkan terendah yaitu indikator fitur sebesar 90,06%; 2) rata-rata tingkat kesesuaian indikator kualitas pelayanan nilainya <100%, maka dapat dikatakan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan di Mr.Teto. Nilai tingkat kesesuaian tertinggi yaitu indikator reliabilitas sebesar 95,15%. Sedangkan terendah yaitu indikator bukti fisik sebesar 85,02%.

Kata kunci : Kepuasan konsumen, produk Mr.Teto, pelayanan Mr.Teto

### **Abstract**

*This research aims to determine: 1) the level of customer satisfaction on the product; 2) the level of customer satisfaction on service at Mr.Teto. This research was a quantitative research. The data collected method by questionnaire. The population of the study were all consumers of Mr.Teto which calculated from the average consumer per day is 120 people. The sample determined used the formula Isaac and Michael with a signification level 5% generated by 89 people with incidental sampling technique. Data analysis used analysis of customer satisfaction index and level of suitability. The results of the research show that: 1) the average level of suitability indicator of product is <100%, it can be said that consumers have not satisfied with the product quality of Mr.Teto. The highest level of suitability is service ability indicator of 95.14%. While the lowest is features indicator of 90.06%; 2) the average level of suitability indicator of service is <100%, it can be said that consumers have not satisfied with the service quality of Mr.Teto. The highest level of suitability is service ability indicator of 95.15%. While the lowest is features indicator of 85.02%.*

*Keywords: customer satisfaction, produk of Mr.Teto, service of Mr.Teto*

## **PENDAHULUAN**

Yogyakarta merupakan kota yang memiliki beragam kekayaan wisata dan kuliner. Sebagai kota pelajar, Yogyakarta mampu menarik konsumen dengan berbagai wisata alam dan kulinernya. Kuliner merupakan bisnis yang tidak

ada matinya, bahkan usaha ini sangat menjanjikan dengan pengembalian modal yang relatif cepat. Hal tersebut menjadi daya tarik bagi para usaha bisnis untuk merintis usaha kuliner.

Perkembangan kuliner di Yogyakarta sangat pesat. Saat ini bisnis makanan menjadi

tonggak perekonomian daerah Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan realisasi pendapatan asli daerah (PAD) Pemerintah Kabupaten Sleman pada 2016 mampu melampaui target yang telah ditetapkan sebesar Rp 648,8 miliar, yang didalamnya termasuk pemasukan jenis pajak lain seperti hotel, restoran, dan parkir telah terpenuhi bahkan realisasi PBB mampu melebihi target. Dari angka yang dipatok 64 miliar, realisasi telah menembus angka Rp 65 miliar (sumber [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)). Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa perkembangan kuliner di daerah Yogyakarta sangat berkembang pesat.

Saat ini kuliner yang berkembang tidak hanya gudek yang menjadi *icon* kota Yogyakarta, namun berbagai hidangan lain juga mewarnai kuliner Yogyakarta. Hidangan dari berbagai daerah di Indonesia juga berkembang pesat, misalnya coto Makasar, sate padang, seblak, rawon, nasi balap khas Lombok, dan lain sebagainya. Perkembangan kuliner daerah yang terdapat di kota Yogyakarta tidak lepas dari konsumennya yang kebanyakan berasal dari berbagai daerah dan tinggal di Yogyakarta.

Kuliner yang sedang berkembang pada saat ini adalah kuliner sate. Mr.Teto merupakan usaha restoran yang menyajikan menu makanan sate ayam dan soto Madura. Outlet Mr.Teto terletak di jalan Perintis Kemerdekaan 61A Umbulharjo. Keunggulan dari produk di Mr.Teto ini antara lain produk satenya yang khas dan unik yaitu terletak pada teknik pengolahannya, yaitu pada saat pengolahan menggunakan campuran madu dan kelapa sehingga rasanya sangat khas dan berbeda dari yang lainnya.

Jumlah karyawan di Mr.Teto sedikit, yaitu berjumlah lima orang setiap satu *shift* terdiri dari *waiters* ada dua orang, satu orang di kasir, satu orang dibagian pembakaran sate, dan satu orang di dapur. Ketika outlet ramai karyawan sibuk menyiapkan dan mengantarkan pesanan, sehingga konsumen kurang mendapatkan pelayanan dengan baik. Konsumen tidak diberi tahu prosedur pemesanan menu, sehingga konsumen yang baru sekali ke Mr.Teto menjadi kebingungan.

Fasilitas yang di sediakan di Mr.Teto cukup memadai dengan adanya wifi dan toilet. Namun, lahan parkirnya kurang luas. Selain itu, di Mr.Teto juga tidak menyediakan mushola. Selain itu tempat makannya juga kurang nyaman, asap bakaran sate masuk ke area makan sehingga mengganggu konsumen yang makan ditempat. Meskipun fasilitas yang diberikan belum maksimal, pengunjung yang datang tetap banyak.

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen (Daryanto, 2014: 135). Kualitas pelayanan berkontribusi signifikan bagi pengembangan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi atau harapan konsumen. Kualitas

pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono, 2008: 70).

Kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa. Konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Sunyoto, 2013: 35).

Menentukan kepuasan konsumen terhadap produk pelayanan diukur menggunakan dimensi kualitas produk, dan untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap pelayanan menggunakan dimensi kualitas pelayanan. Dimensi kualitas produk ada delapan yaitu kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kemampuan pelayanan, dan kualitas yang dirasakan. Dimensi kualitas pelayanan ada lima yaitu jaminan, empati, reliabilitas, daya tanggap, dan bukti fisik (Tjiptono, 2016: 134-137).

Mr.Teto dari tahun 2012 sampai 2018 mengalami perkembangan, dari mulai jumlah pelanggan yang bertambah dan usahanya

merambah ke *delivery order* yang saat ini telah bekerja sama dengan 52 instansi. Dengan perkembangan usaha Mr.Teto yang semakin meningkat, membuat peneliti tertarik untuk mengamati kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh Mr.Teto. Dengan terciptanya kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto akan memberikan manfaat seperti adanya promosi konsumen dari mulut ke mulut. Tentu saja hal ini dapat berdampak positif bagi Mr.Teto karena dapat menciptakan loyalitas konsumen dan meningkatkan omset.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015: 14). Penelitian ini menggambarkan fakta mengenai seberapa tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yaitu outlet Mr.Teto jalan Perintis Kemerdekaan 61A, Umbulharjo, pada bulan September 2017-April 2018.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Mr.Teto. Penentuan populasi dilihat dari rata-rata konsumen pada bulan Oktober-Desember berjumlah 120 orang. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% didapatkan sampel 89 orang dengan teknik pengambilan sampling insidental atau aksidental.

### Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner ini menggunakan skala likert dengan 4 skor. Tanggapan responden dinyatakan dalam bentuk harapan konsumen dan kenyataan yang terjadi. Instrumen ini berisi pernyataan-pernyataan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan sebanyak 34 butir pernyataan.

### Teknik Analisis Data Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan 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, 2015: 29). Data yang disajikan meliputi penyajian tabel frekuensi, prosentase, dan diagram untuk memberi gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti seperti jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan frekuensi kedatangan.

### Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP)

Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dapat dihitung dengan rumus:

$$IKP = PP - EX$$

Keterangan:

IKP : Indeks Kepuasan Pelanggan

PP : *Perceived Performance* (kinerja yang dirasakan)

EX : *Expectations* (harapan konsumen)

Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka pelanggan akan memperoleh kepuasan, dan sebaliknya jika *perceived performance* lebih kecil dari *expectations* maka pelanggan tidak memperoleh kepuasan (Sunyoto, 2013: 39).

### Analisis Tingkat Kesesuaian (Tki)

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan (Supranto, 2011: 241). Pengukuran tingkat kesesuaian (Tki) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki : tingkat Kesesuaian responden

Xi : skor penilaian kenyataan/kinerja perusahaan

Yi : skor penilaian harapan/kepentingan konsumen

(Supranto, 2011: 241)

Kepuasan terjadi apabila nilai kinerja/kenyataan (X) lebih besar dari nilai harapan (Y), sehingga dapat dibuat kriteria sebagai berikut.

$\geq 100$  (X>Y) = konsumen merasa puas

$< 100$  (X<Y) = Konsumen merasa belum puas



## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian Data Responden Jenis Kelamin

Data perbandingan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah responden	Presentase
Laki-laki	32	36%
Perempuan	57	64%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data bahwa konsumen di Mr.Teto mayoritas adalah perempuan dengan presentase sebesar 64%, sedangkan laki-laki sebesar 36%.

### Umur

Data rentang umur responden adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Umur Responden

Umur	Jumlah responden	Presentase
<18 tahun	8	9%
18-23 tahun	41	46%
24-29 tahun	22	25%
>30 tahun	18	20%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas mayoritas konsumen Mr.Teto berumur 18-23 tahun sebesar 46%.

### Pekerjaan

Data pekerjaan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah responden	Presentase
Pelajar	7	8%
Mahasiswa	43	48%
PNS	1	1%
Pegawai Swasta	13	15%
Wiraswasta	13	15%
Lain-lain	12	13%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen yang datang ke Mr.Teto adalah kalangan mahasiswa.

### Frekuensi Kedatangan

Data frekuensi kedatangan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Frekuensi Kedatangan Responden

Frekuensi kedatangan	Jumlah responden	Presentase
1 kali	26	29%
2-4 kali	33	37%
>5 kali	30	34%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden dengan frekuensi kedatangan lebih dari 1 kali. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas terhadap Mr.Teto.

### Hasil Analisis Kepuasan Konsumen Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk

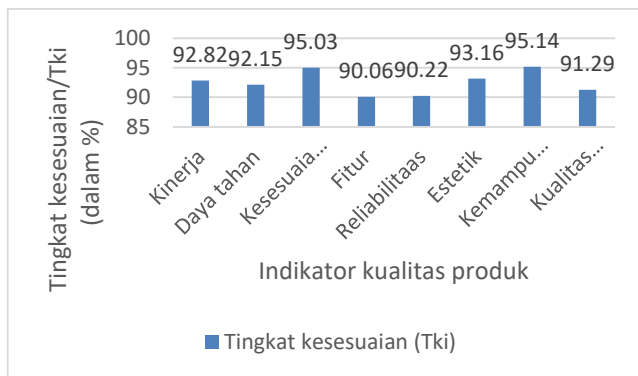
Hasil penilaian responden terhadap indikator kualitas produk di Mr.Teto adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Nilai rata-rata indikator kualitas produk

Indikator	Tingkat Kenyataan (X)	Tingkat Harapan (Y)	IKP
Kinerja	3.22	3.40	-0.18
Daya tahan	3.21	52.3%3.48	-0.27
Kesesuaian dengan spesifikasi	3.33	0%3.50	-0.17
< fitur	3.06	0%3.39	-0.34
Reliabilitas	3.19	100%3.53	-0.35
Estetik	3.21	3.45	-0.24
Kemampuan pelayanan	3.29	3.46	-0.17
Kualitas yang dirasakan	3.18	3.48	-0.30
<b>Rata-rata</b>	<b>3.21</b>	<b>3.46</b>	<b>-0.25</b>

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa IKP tertinggi terletak pada indikator reliabilitas dan fitur. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen pada indikator tersebut lebih tinggi dari kenyataan yang terjadi di Mr.Teto

Rata-rata nilai tingkat kesesuaian pada variabel kualitas produk adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik rata-rata tingkat kesesuaian pada kualitas produk

Grafik di atas dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas produk tingkat kesesuaian tertinggi antara kenyataan dan harapan terdapat pada indikator “kemampuan pelayanan” dengan presentase sebesar 95,14%. Kemudian diikuti indikator “kesesuaian dengan spesifikasi sebesar” 95,03%. Sedangkan untuk tingkat kesesuaian terendah yaitu terdapat pada indikator “fitur” dengan nilai tingkat kesesuaian sebesar 90,06%. Dari hasil data di atas dapat diketahui rata-rata keseluruhan persentase perbandingan antara kenyataan dan harapan belum mencapai 100%. Hal ini menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan Mr.Teto.

**Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan**

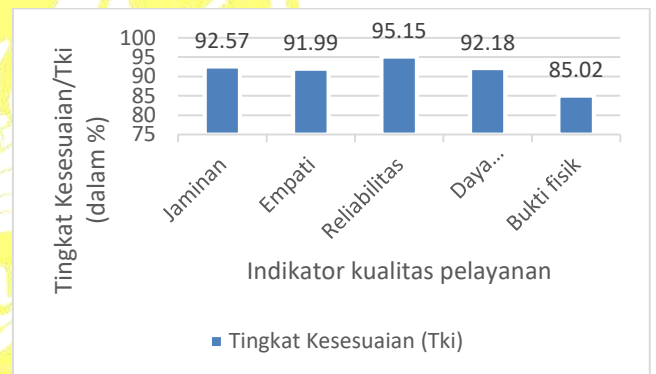
Hasil penilaian responden terhadap indikato kualitas pelayanan di Mr.Teto adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan

Indikator	Tingkat Kenyataan (X)	Tingkat Harapan (Y)	IKP
Jaminan	3.18	3.43	-0.25
Empati	3.18	3.46	-0.28
Reliabilitas	3.30	3.47	-0.17
Daya tanggap	3.04	3.30	-0.26
Bukti fisik	2.97	3.52	-0.55
<b>Rata-rata</b>	<b>3.14</b>	<b>3.44</b>	<b>-0.30</b>

Berdasarkan grafik di atas dapat diketahui bahwa nilai IKP tertinggi terdapat pada indikator bukti fisik. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen pada indikator bukti fisik tinggi sedangkan manajemen Mr.Teto belum melaksanakan indikator ini dengan maksimal.

Rata-rata nilai tingkat kesesuaian pada variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Grafik Rata-rata Kesesuaian pada Kualitas Pelayanan

Grafik di atas diketahui bahwa pada variabel kualitas pelayanan tingkat kesesuaian tertinggi antara kenyataan dan harapan terdapat pada indikator “reliabilitas” dengan presentase sebesar 95,15%. Sedangkan untuk tingkat kesesuaian terendah yaitu terdapat pada indikator “bukti fisik” dengan nilai tingkat kesesuaian sebesar 85,02. Dari hasil data di atas dapat diketahui rata-rata keseluruhan persentase perbandingan antara kenyataan dan harapan belum mencapai 100%. Hal ini menunjukkan

konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Mr.Teto.

### **Pembahasan Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk**

Berdasarkan hasil penelitian, nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) tertinggi adalah “alat saji yang digunakan sesuai dengan jenis makanan”. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas terhadap alat saji yang digunakan perusahaan dalam menyajikan makanan. Sedangkan nilai IKP terendah adalah “makanan yang disajikan sesuai dengan gambar pada menu”. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pandangan konsumen makanan yang disajikan tidak sesuai dengan gambar pada menu.

Nilai tingkat kesesuaian tertinggi adalah indikator kemampuan pelayanan. Hal ini menunjukkan indikator tersebut sudah terlaksana dengan baik meskipun konsumen belum merasa puas. Perusahaan sudah mampu menjalankan indikator kemampuan pelayanan yang meliputi aspek kecepatan pelayanan, kenyamanan, kompetensi, dan penanganan keluhan secara memuaskan (Tjiptono, 2016: 134-135). Nilai tingkat kesesuaian yang terendah terletak pada indikator fitur. Hal ini menunjukkan perusahaan belum melaksanakan aspek ini dengan baik dan konsumen belum merasa puas. Dari data hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen belum puas terhadap kualitas produk di Mr.Teto.

### **Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan hasil penelitian, nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) terhadap kualitas

pelayanan yang tertinggi adalah “karyawan melayani sesuai pesanan”. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Mr.Teto dalam melayani sesuai pesanan sudah maksimal dan konsumen merasa puas. Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) terendah adalah “area makan Mr.Teto baik (meja/kursi, dekorasi dinding)”. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa belum puas terhadap area makan Mr.Teto.

Indikator reliabilitas nilai tingkat kesesuaiannya paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mr.Teto sudah dapat melaksanakan fungsi indikator reliabilitas dengan baik. Aspek indikator reliabilitas meliputi kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat (Tjiptono, 2016: 136-137). Nilai tingkat kesesuaian terendah terdapat pada indikator bukti fisik. Hal ini menunjukkan bahwa Mr.Teto belum melaksanakan fungsi indikator bukti fisik dengan maksimal. Indikator bukti fisik meliputi aspek fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan dan sarana komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas dapat diketahui bahwa terjadi kesenjangan antara tingkat kepuasan konsumen dengan tingkat frekuensi kedatangan konsumen. Tingkat kepuasan terhadap produk dan pelayanan dikategorikan rendah karena nilai tingkat kesesuaiannya <100%, sedangkan tingkat frekuensi kedatangan konsumen tinggi (jumlah konsumen terbanyak menunjukkan frekuensi kedatangan lebih dari satu kali). Oleh karena itu, ada faktor lain yang mempengaruhi konsumen melakukan kedatangan ulang yang berkaitan

dengan adanya *repeat buying* tetapi mereka belum puas terhadap produk dan pelayanannya. Hal tersebut belum diteliti oleh penulis dan menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Faktor-faktor inilah yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain produk dan pelayanan, misal lokasi, jam operasional, program promosi, dan sebagainya.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dapat disimpulkan bahwa rata-rata tingkat kesesuaian masing-masing indikator kualitas produk nilainya <100%, maka dapat dikatakan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas produk Mr.Teto. Nilai tingkat kesesuaian tertinggi yaitu indikator kemampuan pelayanan dengan tingkat kesesuaian sebesar 95,14%. Sedangkan terendah yaitu indikator fitur dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,06%. Rata-rata tingkat kesesuaian masing-masing indikator kualitas pelayanan nilainya <100%, maka dapat dikatakan konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan Mr.Teto. Nilai tingkat kesesuaian tertinggi yaitu indikator reliabilitas dengan tingkat kesesuaian sebesar 95,15%. Sedangkan yang terendah yaitu indikator bukti fisik dengan tingkat kesesuaian sebesar 85,02%.

### Saran

Saran yang dapat diberikan kepada pihak Mr.Teto yaitu sebaiknya gambar pada menu disesuaikan dengan makanan yang disajikan ke konsumen; pihak manajemen Mr.Teto beserta karyawan bersama-sama mempertahankan indikator kemampuan pelayanan pada kualitas

produk yang meliputi kecepatan, kenyamanan, dan penanganan keluhan secara memuaskan; dan Pihak manajemen Mr.Teto meningkatkan kualitas pelayanan pada indikator bukti fisik yang meliputi perbaikan tatanan ruang makan agar konsumen merasa nyaman, area parkir dirapikan sehingga cukup menampung kendaraan, dan menjaga kinerja kualitas pelayanan yang sudah baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Republika. (2017). *Realisasi PAD Sleman lampau target*. Diakses tanggal 26 Juli 2017 dari [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, kuesioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, F. & Candra, G. & Adriana, D. (2008). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Tjiptono, F. & Candra, G. (2016). *Service, quality, dan satisfaction (edisi 4)*. Yogyakarta: ANDI OFFSET