

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN DI LESEHAN MALIOBORO YOGYAKARTA

THE LEVEL OF CONSUMERS SATISFACTION ON PRODUCT AND SERVICE QUALITY AT LESEHAN MALIOBORO YOGYAKARTA

Penulis 1: **Putri Qorina Firmansyah**

Penulis 2: **Dr. Kokom Komariah**

Universitas Negeri Yogyakarta

putriqorin8@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap: (1) kualitas produk, (2) kualitas pelayanan di Lesehan Malioboro Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi adalah konsumen sejumlah 4.160 orang (dalam 1 hari). Sampel diambil menggunakan teknik insidental sampling. Ukuran sampel diambil menggunakan rumus *Issac dan Michael* dengan taraf kesalahan 5% sebanyak 320 orang. Uji validitas menggunakan *expert judgment* dan validitas isi menggunakan rumus korelasi *product moment*. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data yang digunakan IPA (*Importance Performance Analysis*). Uji coba instrument dari 48 pernyataan dinyatakan valid dan hasil uji reliabilitas menyatakan nilai *alpha* hitung terhadap harapan produk 0,961 dan kenyataan produk 0,856. Sedangkan nilai *alpha* hitung terhadap harapan pelayanan 0,978 dan kenyataan pelayanan 0,900. Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk masuk kategori tidak puas rata-rata GAP menunjukkan -0,67, (2) tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan masuk kategori tidak puas rata-rata GAP menunjukkan -0,70.

Kata kunci: kepuasan konsumen, produk, pelayanan, Lesehan Malioboro Yogyakarta.

ABSTRACT

This study aims to determine the level of consumers satisfaction on: (1) product quality, (2) service quality at Lesehan Malioboro Yogyakarta. The type of the study was quantitative descriptive. Population was the visitors 4.160 people on the day. The sample of this research is taken by insidental sampling technique. The size of a sample of study as muh as 320 people with the formula Issac and Michael wiyh the economic situation of error 5%. Test the validity of using expert judgment and for the validity of the content using the product moment correlation formula. The methods to collect data use quisionaire. The techniques data analysis used in this study is IPA (Importance Performance Analysis). The results of 48 statement was valid and the results of the test reliability expressed alpha count the value of the product 0,961 expectations and reality products 0,856. The value of alpha count to the hope of the service 0,978 ant the fact the service 0,900. The results of the study are as follows: (1) the level of consumers satisfaction with food products show category is not satisfied because the average GAP obtained show -0,67, (2) the level of consumers satisfaction with service food show category is not satisfied because the average GAP obtained show -0,70.

Keywords: Consumers satisfaction, Product, Service, Lesehan Malioboro Yogyakarta.

PENDAHULUAN

Wisata sejarah, wisata belanja, wisata budaya, maupun wisata kuliner, semuanya

dapat kita lihat hanya dengan mengunjungi satu tempat di Jogja, yaitu Malioboro (Tempo.com, 5 Juli 2016).

Kawasan Malioboro sebagai salah satu kawasan wisata belanja andalan kota Jogja, didukung oleh adanya pertokoan, rumah makan, pusat perbelanjaan dan tak ketinggalan para pedagang kaki limanya. Keberadaan pertokoan, pusat perbelanjaan dan rumah makan yang ada sebenarnya sama seperti pusat bisnis dan belanja di kota-kota besar lainnya berkaitan dengan fenomena *frontierisme*. Fenomena kaki lima ini, sebuah pandangan yang menganggap ada “ruang kosong” dihadapannya yang dapat ia duduki dan kuasai.

Pada saat ini, kebutuhan masyarakat semakin meningkat. Hal ini selain dikarenakan faktor kebutuhan primer manusia, juga disebabkan oleh adanya perkembangan era semakin *modern* yang semakin memaksa manusia sehingga harus bersaing untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Meningkatnya jumlah tenaga kerja yang tidak seimbang dengan sempitnya lapangan pekerjaan formal mengakibatkan bertambah besarnya angka pengangguran. Hal ini menyebabkan banyak masyarakat yang kemudian bekerja atau berusaha pada sektor informal seperti menjadi Pedagang Kaki Lima di kota-kota besar di Indonesia. Pedagang Kaki Lima timbul sebagai akibat dari tidak tersedianya lapangan pekerjaan bagi rakyat kecil yang tidak memiliki kemampuan dalam memproduksi, bisa juga sebagai akibat dari

kebijakan ekonomi liberal yang mengutamakan pertumbuhan ekonomi makro dan mengabaikan ekonomi mikro.

Para PKL di Malioboro mempunyai Paguyuban sebagai wadah aspirasi untuk menaungi mereka agar dapat berkomunikasi dengan pemerintah terkait jika adanya perubahan aturan bahkan jika ada informasi untuk berpartisipasi terhadap pemerintah dan musyawarah dalam menentukan transaksi kepada pembeli, masalah kebersihan tempat berdagang, tata tertib dalam berdagang dan lain sebagainya. Hanya saja tidak semua terdaftar menjadi anggota masing-masing dari paguyuban tersebut.

Dalam mengatasi persaingan yang semakin kompetitif ini penerapan bauran pemasaran untuk suatu usaha haruslah tepat. Memuaskan konsumen merupakan salah satu tujuan menuju profitabilitas.

Sedangkan yang ada pada saat ini kualitas produk makanan dan pelayanan makanan belum dianggap baik karena kepuasan konsumen tidak terpenuhi dari mulai sikap pelayan yang kurang ramah seakan mengabaikan konsumen, aspek sanitasi kurang tersedianya air bersih yang cukup untuk mencuci peralatan makan, tingkat kebersihan yang rendah rendah.

Konsumen mempunyai arti sebagai individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya

yang diukur dari nilai suatu produk dan biaya berdasarkan nilai perkiraan (Kotler 1997, Basu Swastha 2000).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diberikan terhadap apa yang diharapkan oleh pemakai ataupun pelaku jasa tersebut (Fandy Tjiptono 2000, Kotler 2001, Rambat Lupiyoadi 2006, Osman Mahamad 2010).

Produk merupakan sebuah kompleksitas yang terdiri dari ciri-ciri berwujud dan tidak berwujud termasuk manfaat atau kegunaan fungsional, sosial dan psikologis. Produk makanan merupakan hasil proses pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap dihidangkan melalui kegiatan memasak (Pride dan Ferrel 1995, Soekresno 2000).

Pelayanan merupakan serangkaian kegiatan interaksi sosial secara subyektif dan sangat tergantung pada perasaan dan perilaku melalui suatu proses yang menimbulkan interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain, atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. (Munir 2000, Marsum WA 2005).

Tujuan penelitian ini: 1) Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk makanan di lesehan

Malioboro Yogyakarta; 2) Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan makanan di lesehan Malioboro Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2014: 21).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari sampai Oktober 2016 di Lesehan Malioboro Yogyakarta yang beralamat di Jl. Malioboro Yogyakarta.

Target/Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Lesehan Malioboro Yogyakarta sebanyak 4.160 konsumen. Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *Insidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara memilih sampel yang secara kebetulan ditemui saja. Sampel penelitian sebanyak 320 orang dengan rumus *Issac dan Michael* dengan taraf kesalahan 5%.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* yaitu dengan mengkorelasikan antara nilai tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total (Sugiyono, 2013: 228).

Berdasarkan hasil uji validitas terlihat bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel sehingga dinyatakan valid atau sah.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu instrumen yang dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data, untuk mengetahui tingkat reliabilitas menggunakan rumus *Alpha-Cronbach* (Sugiyono, 2014: 365).

Hasil uji reliabilitas kepuasan konsumen terhadap kualitas produk berdasarkan harapan dan kenyataan bahwa untuk harapan diperoleh nilai sebesar 0,961 dan nilai untuk kenyataan sebesar 0,856 yang keseluruhannya $>$ 0,361 sehingga variabel penelitian didalam angket dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas kepuasan konsumen terhadap kualitas produk berdasarkan harapan dan kenyataan bahwa untuk harapan diperoleh nilai sebesar 0,978 dan nilai untuk kenyataan

sebesar 0,900 yang keseluruhannya $>$ 0,361 sehingga variabel penelitian didalam angket dinyatakan reliabel.

Uji Analisis Deskriptif

Penelitian ini menyajikan data dalam analisis deskriptif, yaitu: bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan.

Uji Analisis Kepuasan Konsumen (*Importance Performance Analysis*)

Analisis kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Importance and Performance Analysis metode (IPA)* (Purnama, 2006: 126)

Analisis Pengkategorian Penilaian

Hasil dari perhitungan tingkat analisis dapat dikategorikan sebagai berikut:

Table 1. Skala Penilaian dan Kategori

Interval Skor	Kategori
$<$ 100%	Tidak Puas
100%	Puas
$>$ 100%	Sangat Puas

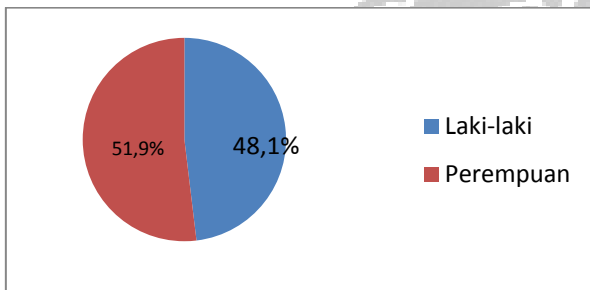
Sumber: Supranto, 2011

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

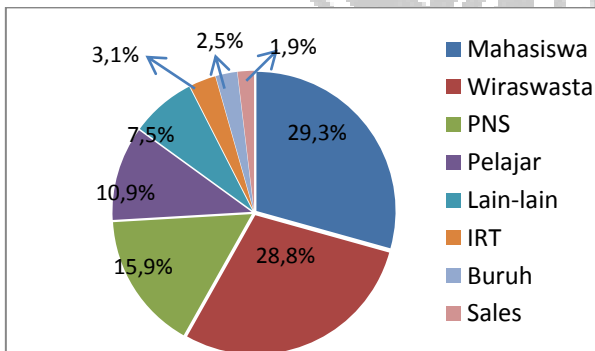
Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di Lesehan Malioboro Yogyakarta yang sedang menikmati makanan yang dijual. Hasil dari penyebaran angket sebanyak 320 responden didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan dan umur.

Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin



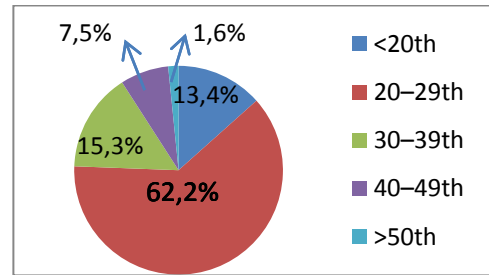
Gambar 1. Diagram Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan



Gambar 2. Diagram Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik berdasarkan Umur



Gambar 4. Diagram Data Responden Berdasarkan Umur

Hasil Uji Analisis Kepuasan Konsumen (IPA)

Hasil penilaian konsumen terhadap tingkat harapan dan tingkat kenyataan pada variabel kualitas produk dapat dilihat pada table 2 dibawah ini :

Tabel 2. Perbandingan Tingkat Kesesuaian antara Penilaian Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan dari Indikator Kualitas Produk

Sub Variabel	Harapan	Kenyataan	TK (%)
Citarasa Makanan	1.129,17	896,67	79,42
Variasi Menu	1112,5	913,5	82,15
Kualitas Bahan dan Alat	1121	906,83	80,89

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing indikator masih berada dibawah 100 persen, yang dapat diartikan bahwa kinerja “Lesehan Malioboro Yogyakarta” belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas.

Hasil penilaian konsumen terhadap tingkat harapan dan tingkat kenyataan pada indikator kualitas pelayanan

dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Perbandingan Tingkat Kesesuaian antara Penilaian Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan dari Indikator Kualitas Pelayanan

Sub Variabel	Harapan	Kenyataan	TK (%)
Kecepatan	1.120,67	878,17	78,36
Ketepatan	1.126,17	910,67	80,86
Keramahan	1.123,67	919,17	81,80
Kenyamanan	1.113,83	875	78,56

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing indikator masih berada dibawah 100 persen, yang dapat diartikan bahwa kinerja “Lesehan Malioboro Yogyakarta” belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas.

Hasil Pengukuran IPA (Importance Performance Analysis) Terhadap Indikator Kualitas Produk dapat dilihat pada table 4 dibawah ini :

Tabel 4. Hasil rata-rata data tingkat kenyataan (kinerja) dan tingkat harapan kualitas indikator produk

Sub Variabel	Tingkat Kenyataan	Tingkat Harapan	GAP
Citarasa Makanan Variasi Menu Kualitas Bahan dan Alat	2,80	3,53	-0,73
	2,85	3,48	-0,63
	2,83	3,50	-0,67
Rata-rata	2,83	3,50	-0,67

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa GAP tertinggi (-0,73) terletak pada indikator citarasa makanan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menaruh harapan yang tinggi pada indikator ini tetapi pihak manajemen belum dapat memenuhi dengan baik atau maksimal.

Hasil Pengukuran IPA (Importance Performance Analysis) Terhadap Indikator Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada table 5

Tabel 5. Hasil rata-rata data tingkat kenyataan (kinerja) dan tingkat harapan kualitas indikator pelayanan

Sub Variabel	Tingkat Kenyataan	Tingkat Harapan	GAP
Kecepatan	2,74	3,50	-0,76
Ketepatan	2,85	3,52	-0,67
Keramahan	2,87	3,51	-0,64
Kenyamanan	2,73	3,48	-0,75
Rata-rata	2,80	3,50	-0,70

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa GAP tertinggi (-0,76) terletak pada indikator kecepatan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menaruh harapan yang tinggi pada indikator ini, tetapi pihak manajemen belum dapat memenuhi dengan baik atau maksimal.

PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh berdasarkan pada perhitungan statistik dengan menggunakan teknik analisis IPA (*Importance Performance Analysis*). Perhitungan tingkat kesesuaian bertujuan untuk mengukur apakah kenyataan (kinerja) di “Lesehan Malioboro Yogyakarta” sudah sesuai dengan harapan konsumen.

Penilaian Konsumen terhadap Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan pada Indikator-indikator Kualitas Produk

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing indikator dapat diartikan bahwa kinerja “Lesehan

Malioboro Yogyakarta” belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap produk “Lesehan Malioboro Yogyakarta” mengenai citarasa makanan, variasi menu, kualitas bahan dan alat. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis dan Stone (1994: 44), mengemukakan bahwa karakteristik fisik dari produk makanan dan minuman antara lain: kualitas, penyajian, susunan menu, porsi makanan, siklus hidup produk, dekorasi ruang maupun pengaturan meja.

Penilaian Konsumen terhadap Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan pada Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing indikator pada variabel kualitas pelayanan dapat diartikan bahwa kinerja “Lesehan Malioboro Yogyakarta” belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap pelayanan “Lesehan Malioboro Yogyakarta” mengenai kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2000: 58), kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan menggunakan pelayanan unggul (kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan) yang berarti suatu sikap atau cara karyawan melayani konsumen secara memuaskan.

Pengukuran IPA (*Importance Performance Analysis*) Terhadap Indikator-indikator Kualitas Produk

Hasil analisis dengan menggunakan metode IPA, indikator citarasa makanan menjadi prioritas utama atau pada kuadran A. Indikator tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen namun manajemen belum dapat melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen belum puas.

Indikator variasi menu dan kualitas bahan dan alat berada pada kuadran D yang dikategorikan berlebihan. Menunjukkan unsur yang berhasil dilaksanakan oleh lesehan. Dari kedua indikator tersebut, penilaian tertinggi konsumen pada atribut kualitas bahan dan alat. Menunjukkan unsur jasa pokok yang dilaksanakan perusahaan secara berlebihan, untuk itu hendaknya dikurangi kinerjanya.

Sementara itu tidak ada sub variabel atau indikator yang berada pada kuadran B dan kuadran C.

Pengukuran IPA (*Importance Performance Analysis*) Terhadap Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

Hasil analisis dengan menggunakan metode IPA, indikator ketepatan dan keramahan berada pada kuadran B yang menjadi prioritas prestasi. Menunjukkan unsur yang telah berhasil dilaksanakan oleh lesehan, untuk itu wajib dipertahankannya.

Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Dari kedua indikator tersebut, penilaian tertinggi konsumen pada indikator ketepatan. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya dan dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Indikator kecepatan dan kenyamanan berada pada kuadran C, artinya unsur ini kurang penting pengaruhnya bagi Konsumen dan tidak perlu segera ditingkatkan atau diperbaiki. Indikator ini termasuk dalam prioritas rendah artinya Lesehan Malioboro Yogyakarta tidak perlu terburu-buru untuk melakukan perbaikan atau peningkatan. Peningkatan dan perbaikan indikator dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali oleh pihak manajemen, karena pengaruh dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil. Namun masih perlu diwaspadai, diawasi dan dikendalikan karena tingkat harapan konsumen dapat meningkat seiring meningkatnya kebutuhan.

Sementara itu tidak ada sub variabel atau indikator yang berada pada kuadran A dan kuadran D.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan

pelayanan di Lesehan Malioboro Yogyakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari variabel kualitas produk dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk di “Lesehan Malioboro Yogyakarta” belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap kinerja “Lesehan Malioboro Yogyakarta”.
2. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari variabel kualitas pelayanan dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di “Lesehan Malioboro Yogyakarta” belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap kinerja “Lesehan Malioboro Yogyakarta”.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Kualitas produk Lesehan Malioboro perlu dikembangkan dari segi citarasa makanan, variasi menu, kualitas bahan dan alat. Hal ini dimaksudkan agar konsumen mendapatkan produk makanan dengan citarasa yang enak dan menu yang bervariasi. Pemilihan bahan baku dan kebersihan alat saji juga perlu diperhatikan guna menjaga kualitas produk yang ada di Lesehan Malioboro Yogyakarta.

2. Lesehan Malioboro perlu memperhatikan kualitas pelayanan dari segi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Hal ini dimaksudkan agar konsumen mendapatkan pelayanan yang cepat dan tepat dalam menerima order, mendapatkan perhatian dari pramusaji dan memperoleh meja dan tikar yang layak agar memberikan rasa nyaman. Lesehan yang bersih, tidak bedesakkan dan tidak becek juga sangat diharapkan oleh setiap konsumen.
3. Pemerintah perlu memberikan penyuluhan kepada pemilik lesehan untuk memperbaiki kinerja usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi II. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Davis, Bernard and Sally Stone. (1994). *Food and Beverage Management*. Oxford: The Bath Press.
- Endang Mulyatiningsih. (2013). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Kotler, (1997). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: A Simon & Schuster Company.
- Kotler, P. Dan Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi VIII. Jakarta: Erlangga.
- Marsum. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi IV. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Munir, HAS. (2000). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Osman Mahamad. (2010). *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation*. Journal. Malaysia: Graduate School of Business, University Sains Malaysia (USM).
- Pride, William M. dan O.C. Ferrell. (1995). *Foundation Of Marketing*. Edisi II. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Purnama. (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Rambat Lupiyoadi. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT.Salemba Empat Patria.
- Soekresno. (2000). *Management Food and Beverage, Service Hotel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta. Offset.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tempo. (2015). *Malioboro Pusat Pariwisata Yogyakarta*. Diakses dari <http://tempo.com/malioboro/yogyakarta> pada tanggal 5 Juli 2016.