

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN SATE KAMBING

ABSTRAK

Kuliner sate kambing di Kabupaten Bantul, DIY banyak dijumpai di berbagai rumah makan, diantaranya adalah Rumah Makan Sate Kambing Cinta Rasa dan Rumah Makan Sate Kambing - Sate Kuda Simping Lima. Observasi awal mendapati bahwa kedua rumah makan tersebut mengalami penurunan penjualan sejak pandemi COVID-19. Berdasarkan pengamatan yang sudah dilakukan terdapat beberapa konsumen yang mengeluhkan kualitas pelayanan yang diberikan pada kedua rumah makan tersebut, sehingga dibutuhkan penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan rumah makan sate kambing yang bertujuan untuk mengetahui atribut kualitas layanan yang harus diperbaiki serta menentukan usulan perbaikan yang tepat.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diisi oleh 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Atribut yang digunakan dalam penilaian kualitas layanan ini adalah *Service Quality* (SERVQUAL). Penelitian diolah menggunakan Model Kano untuk mengetahui nilai *extent of satisfaction* dan nilai *extent of dissatisfaction*, metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui atribut yang masuk menjadi prioritas perbaikan (kuadran I). Hasil dari kedua metode tersebut kemudian disinkronisasi untuk mendapatkan urutan perbaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut layanan khususnya poin “pelayan memperlakukan adil setiap konsumen (tidak pilih-pilih)” dalam kategori *emphaty* dengan nilai 0,66 memiliki tingkat pengaruh tertinggi terhadap peningkatan kepuasan konsumen berdasarkan nilai *extent of satisfaction*. Sedangkan atribut yang masuk ke dalam kuadran I, yaitu kode atribut T.1, T.3, dan RE.2 yang terdapat pada kategori *tangibles* dan *responsiveness*. Sinkronisasi antara Model Kano dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menghasilkan urutan atribut yang harus diprioritaskan terlebih dahulu untuk dilakukan perbaikan. Perbaikan dimulai dari “penampilan pelayan sopan dan rapi”, “pelayan membantu konsumen yang bingung dalam memilih menu yang ditawarkan”, dan yang terakhir “ruangan yang dimiliki oleh rumah makan sate kambing bersih”.

Kata kunci: *Service Quality* (SERVQUAL), *Model Kano*, *Importance Performance Analysis* (IPA)

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION WITH THE QUALITY OF SERVICES AT GOAT SATAY RESTAURANT

ABSTRACT

Goat satay culinary in Bantul Regency, Yogyakarta is commonly found in various restaurants, including the Cinta Rasa Goat Satay Restaurant and the Simpang Lima Goat - Horse Satay Restaurant. Initial observations found that both restaurants have experienced a decline in sales since the COVID-19 pandemic. Based on observations that have been made, there are several consumers who complain about the quality of service at the two restaurants, thus a study is needed regarding the level of customer satisfaction with the quality of service of goat satay restaurants which aims to determine the service quality attributes that must be improved and determine the right improvement proposals.

This study was conducted by distributing questionnaires filled out by 100 respondents. Sampling was taken with purposive sampling technique. The attribute used in this service quality assessment is Service Quality (SERVQUAL). The research was processed using the Kano Model to determine the value of extent of satisfaction and dissatisfaction, the Importance Performance Analysis (IPA) method to determine the attributes that are included in the priority for improvement (Quadrant I). The result of the two methods are then synchronized to obtain a sequence of the improvements.

The results showed that the service attribute, especially the point "waiters treat every consumer fairly (not picky)" in the empathy category with a value of 0.66 has the highest level of influence on increasing consumer satisfaction based on the value of extent of satisfaction. While the attributes that is contained into quadrant I; attribute codes T.1, T.3, RE.2 are found in the categories of tangibles and responsiveness. The synchronization of Kano Model with Importance Performance Analysis (IPA) methods generates a sequence of attributes that must be prioritized for the improvement. The improvement begin from item "polite and neat waiter appearance", "waiters help confused consumers in choosing the menu offered", "waiters provide good and friendly service", and "the room owned by the goat satay restaurant is clean".

Keywords: *Service Quality (SERVQUAL), Model Kano, Importance Performance Analysis (IPA)*