

**KEPUASAN KONSUMEN DI
KEDAI NASI KAPAU UNI LIS
BUKITTINGGI**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Srata Satu (SI)
Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*



Oleh :

**RINA SATRIANI
NIM. 74267/2006**

**PROGAM STUDI PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
JURUSAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI
KEPUASAN KONSUMEN
DI KEDAI NASI KAPAU UNI LIS
BUKITTINGGI

Nama : Rina Satriyani
BP/NIM : 2006/ 74267
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Jurusan : Kesejahteraan Keluarga
Konsentrasi : Pendidikan Tata Boga
Fakultas : Teknik

Padang, Agustus 2013

Disetujui Oleh

Pembimbing I



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2 001

Pembimbing II



Dra. Wirnelis Syarif, M.Pd
NIP. 19590326 198503 2 001

Mengetahui
Ketua Jurusan Kesejahteraan Keluarga



Dra. Ernawati, M.Pd
NIP. 19610618 198903 2 002

PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik
Universitas Negeri Padang

Judul : KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI NASI KAPAU
UNI LIS BUKITTINGGI

Nama : Rina Satriyani

BP/NIM : 2006/ 74267

Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga

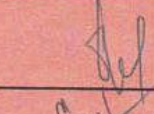
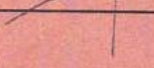
Jurusan : Kesejahteraan Keluarga

Konsentrasi : Pendidikan Tata Boga

Fakultas : Teknik

Padang, Agustus 2013

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd	1. 
2. Sekretaris	: Dra. Wirmelis Syarif, M.Pd	2. 
3. Anggota	: Dra. Hj. Liswarti Yusuf, M.Pd	3. 
4. Anggota	: Dra. Silfeni, M.Pd	4. 
5. Anggota	: Dr. Yuliana S.P, M.Si	5. 

ABSTRAK

RINA SATRIYANI, 2013 : Kepuasan Konsumen di Kedai Nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi

Salah satu tujuan wisata di Bukittinggi yang menjadi pilihan para wisatawan adalah wisata kuliner kedai nasi Kapau Uni Lis. Latar belakang penelitian ini adalah 1) Adanya keluhan konsumen terhadap produk tidak layak yang telah diterima, 2) Pelayanan yang tidak cepat membuat konsumen merasa kecewa, 3) lokasi kedai nasi Kapau Uni Lis yang kurang strategis, 4) Memiliki harga yang lebih tinggi dari kedai nasi Kapau lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen di kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi yang meliputi kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif dengan satu variabel yaitu kepuasan konsumen. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sumber data diperoleh dari 10 orang konsumen dan 1 orang karyawan kedai nasi Kapau Uni Lis sebagai informan. Alat pengumpul data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menggunakan model analisis data Milles dan Hubberman.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa semua informan mengatakan masakan daerah Kapau memiliki ciri khusus berwarna kuning yang berasal dari kunyit. Penyajian makanan dilakukan secara bertumpuk dalam satu piring hidangan sehingga penampilannya kurang menarik. Pelayanan yang diberikan kurang maksimal jika saat terjadi peningkatan jumlah konsumen yang datang karena kurangnya jumlah karyawan di kedai tersebut. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan akan mempertahankan konsumen yang telah ada dan menambah konsumen baru guna meningkatkan nilai jual yang ada pada saat sekarang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti sampaikan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-NYA sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Kepuasan Konsumen Di Kedai Nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi**”.

Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Drs. Ganefri, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
2. Dra. Ernawati, M.Pd selaku Ketua Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
3. Kasmita S.Pd, M.Si selaku sekretaris Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
4. Dr. Elida, M.Pd selaku Penasehat Akademis yang telah meluangkan waktu, sumbangan pikiran dan memberikan pengarahan.
5. Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd selaku pembimbing I dan Dra.Wirnelis Syarif, M.Pd selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan mulai dari penyusunan proposal sehingga selesai, yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini

6. Ibu Dr. Yuliana S.P, M.Si, Ibu Dra Silfeni, M.Pd, dan Ibu Dra. Hj. Liswarti Yusuf, M.Pd sebagai dosen penguji skripsi.
7. Bapak dan ibu staf pengajar Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
8. Pemilik kedai nasi Kapau Uni Lis beserta karyawan yang telah membantu penulis dalam memberikan data untuk penelitian.
9. Responden yang telah membantu penulis dalam memberikan data dalam penelitian ini.
10. Orang tua beserta keluarga tercinta yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat yang telah memberikan motivasi dan bantuan moril serta materil dalam suka dan duka.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua baik sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Padang, Agustus 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Fokus Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori.....	10
1. Pengertian Kedai Nasi Kapau	10
2. Konsep Kepuasan Konsumen	11
B. Kerangka Konseptual	21
C. Pertanyaan Penelitian	22
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Defenisi Operasional	23
D. Variabel dan Data Penelitian.....	24
E. Instrumen Penelitian.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Analisis Data	27
H. Teknik Keabsahan Data.....	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	31
1. Temuan Umum	31
2. Temuan Khusus	32
B. Pembahasan	36

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	39
B. Saran	39

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1	Jumlah Pengunjung Kedai Nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi Tahun 2013.....	5
Tabel 2	Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	22
2. Komponen Dalam Analisis Data.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Instrumen Penelitian.....	43
Dokumentasi Pelaksanakan Penelitian.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Salah satunya yaitu industri pariwisata. Pariwisata dikatakan sebagai industri, karena di dalamnya terdapat berbagai aktivitas yang bisa menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Hal ini sejalan dengan Yoeti (1996: 153) yang menyatakan “industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (*goods and service*) yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan traveller pada umumnya, selama dalam perjalanannya”.

Damardjati dalam Sihite (2000:54) mengemukakan bahwa, “industri pariwisata adalah rangkuman dari berbagai macam yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk/jasa-jasa/layanan-layanan atau *services*, yang nantinya baik secara langsung ataupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perjalanannya”. Jadi dapat dikatakan bahwa industri pariwisata adalah kumpulan dari bermacam-macam aktivitas yang secara bersama-sama menghasilkan barang-barang atau jasa-jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan maupun traveller selama dalam perjalanannya.

Kota Bukittinggi merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang menjadi pilihan para wisatawan. Dengan potensi hawanya yang sejuk, mengundang banyak wisatawan ingin beristirahat di kota ini. Di samping itu,

banyak terdapat berbagai objek wisata yang mudah dijangkau sehingga dapat dijadikan sebagai paket daerah tujuan wisata Sumatera Barat. Hal ini terbukti pada tanggal 11 Maret 1984 Gubernur Sumatera Barat Bapak Ir. Azwar Anas mencanangkan kota Bukittinggi sebagai kota wisata.

Terdapat berbagai jenis industri pariwisata yang menjadi pilihan wisatawan. Wardhani, dkk (2008:19) mengemukakan 3 jenis golongan objek wisata yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut, yaitu: "objek wisata alam, wisata buatan, dan atraksi wisata".

Berbagai jenis objek wisata yang ada di Bukittinggi menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi (2010:7), antara lain: "objek wisata alam Ngarai Sianok, Taman Panorama, Lobang Jepang, Jam gadang, Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan, Jembatan Limpapeh, Benteng Fort De Kock, dan berbagai peninggalan sejarah Bung Hatta berupa rumah kelahiran, monumen, perpustakaan dan istana Bung Hatta, serta berbagai macam objek wisata kuliner.

Sejalan dengan hal tersebut, para pelaku industri wisata turut serta mendukung usaha pemerintah dengan membangun perekonomian melalui sarana dan prasarana guna menunjang kegiatan wisata di kota ini seperti: transportasi, akomodasi, tempat makan dan minuman.

Salah satu tujuan wisata yang menjadi daya tarik wisatawan di kota ini adalah industri wisata kuliner yang menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman. Contohnya yaitu kedai nasi yang menyajikan makanan khas daerah Kapau di Kota Bukittinggi.

Kapau adalah nama sebuah kenagarian di kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam Sumatera Barat. Nama Kapau telah *mengindonesia* berkat nasi Kapau. Gulai Kapau sangat khas dengan warna kunyitnya yang sangat dominan, rasanya yang gurih dan pedas. Sayur gulai Kapau terdiri dari potongan nangka muda, rebung, kol, pakis, kacang panjang, jengkol dalam kuah yang tidak terlalu kental berwarna kuning (kunyit) kemerahan (cabe merah).

Masakan lain yang juga sangat khas adalah gulai tunjang atau kikil, pangek ikan paweh batalua (gulai ikan tawes bertelur yang dimasak sampai kering), gulai usus (sapi) berisi campuran telur dan tahu yang dilumatkan, dendeng balado, goreng belut, ayam goreng, gulai ayam, rendang ayam, dan rendang daging.

Di pasar-pasar Bukittinggi seperti pasar Lereng dan pasar Atas, pasar yang paling dekat dengan nagari Kapau, setiap lauk atau gulai Kapau disajikan secara menarik dan unik yaitu dengan cara ditempatkan dalam panci besar tersusun yang diletakkan di antara bangku tempat para pembeli makan. Si penjual yang sekaligus adalah pelayan akan menyendokkan gulai sesuai dengan permintaan konsumen. Untuk menyendok gulai digunakan sendok dari batok kelapa bertangkai panjang, karena di antara susunan panci-panci gulai itu ada yang jauh untuk dijangkau tangan, sehingga konsumen tidak dapat mengambil sendiri makanan sesuai dengan jumlah yang mereka inginkan. Karena itu dalam penyajian nasi dan lauk pauknya langsung dihidangkan ke

dalam satu piring makan yang diberikan kepada konsumen. Cara penyajian dan pelayanan ini hanya dapat kita temui pada setiap kedai nasi Kapau.

Setiap pedagang mempunyai tempat yang kecil lebih kurang 2,5 x 2 m yang berjejer di pasar lereng Bukittinggi dengan usaha yang nyaris sama. Satu kedai nasi Kapau yang agak terpisah dan juga terkenal di Bukittinggi adalah kedai nasi Kapau uni Lis yang terletak di Pasar Atas, lebih kurang 15 meter dari puncak Jenjang 40. Nama ini sudah terkenal sejak lebih dua puluh tahun, dan telah menempati tempat yang sama sejak itu. Namun bagi pengunjung yang belum pernah ke kedai ini agak sulit untuk mencari lokasinya.

Lokasi kedai nasi Kapau Uni Lis terletak pada sebuah bangunan permanen dibandingkan dengan di pasar lereng yang bernuansa kaki lima, meskipun tetap berada di area pasar namun lokasi yang agak tersembunyi membuat kedai nasi Kapau Uni Lis ini tidak tampak dari pinggir jalan.

Di dinding kedai ini terpajang foto mantan Presiden Habibie, mantan Gubernur Sumatera barat Azwar Anas yang dibingkai rapi, sebagai kenangan ketika beliau mampir dan makan di kedai nasi Kapau Uni Lis. Bahkan baru-baru ini Menteri Marie Pangestu juga menyempatkan makan ke sana ketika beliau mendampingi kunjungan Presiden SBY ke Bukittinggi.

Nasi Kapau Uni Lis memiliki perbedaan dari segi harga yang lebih tinggi dari nasi Kapau lainnya yaitu sebesar RP. 5.000,-. Namun perbedaan dari segi harga ini tidak menyurutkan minat para konsumennya beralih ke tempat lain.

Ada lagi sebuah restoran nasi Kapau yang lebih baru di Jambu Air, jalan raya Bukittinggi – Padang, yang ini bukan seperti kedai di tengah pasar tapi sebuah restoran dengan bangunan permanen. Hebatnya kehadiran restoran baru ini tidak menyurutkan pengunjung kedai nasi Kapau uni Lis. Kelihatannya peminat nasi Kapau di Bukittinggi sudah mempunyai pilihan mereka sendiri-sendiri. Tidak jarang orang rantau yang ingin bernostalgia justru mendatangi kedai nasi Kapau Uni Lis.

Untuk mengetahui jumlah pengunjung kedai nasi kapau Uni Lis di kota Bukittinggi dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Kedai Nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi Tahun 2013

No	Bulan	Jumlah Konsumen yang ada	Persentase (%)
1	Januari 2013	8.820 orang	16,33
2	Februari 2013	8.780 orang	16,25
3	Maret 2013	8.925 orang	16,53
4	April 2013	8.963 orang	16,60
5	Mei 2013	9.175 orang	16,99
6	Juni 2013	9.340 orang	17,30
	Jumlah	54.003 orang	100

Sumber: kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa jumlah konsumen yang datang pada kedai nasi Kapau Uni Lis mulai dari bulan Januari-Juni 2013 berjumlah 54.003 konsumen dengan rata-rata 9.001/bulan. Kedai nasi Kapau Uni Lis mengalami penurunan pada bulan Februari sebesar 0,08%, dan pada bulan berikutnya mengalami peningkatan kembali.

Dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung nasi Kapau Uni Lis mengalami penurunan dan peningkatan yang tidak begitu jauh, sehingga dapat dikatakan frekuensi jumlah pengunjung kedai nasi Kapau Uni Lis dalam keadaan stabil.

Hal ini membuat penulis ingin mengetahui keunggulan apa yang membuat banyak konsumen datang di kedai nasi Kapau Bukittinggi.

Sebelum dilakukan penelitian peneliti melakukan pra penelitian untuk mengetahui pendapat konsumen yang telah makan di kedai nasi Kapau Uni Lis. Dari beberapa konsumen yang pernah ditemui terungkap bahwa konsumen mengeluhkan produk makanan yang disajikan kedai nasi Kapau Uni Lis dalam keadaan basi yaitu pada *sambalado* yang disajikan sebagai pelengkap. Konsumen langsung mengeluhkan hidangan tersebut namun pemilik tidak cepat dalam merespon keluhan konsumen, terbukti dengan masih diberikannya hidangan tersebut kepada konsumen lain. Kejadian ini membuat konsumen merasa kecewa terhadap pelayanan yang ada di kedai nasi Kapau Uni Lis, sehingga konsumen merasa tidak puas dengan kualitas produk dan pelayanannya.

Secara umum industri kuliner yang bergerak di bidang makanan dan minuman memang terus berkembang, tetapi nampaknya tidak mudah untuk masuk ke dalam bisnis ini. Kondisi ini terlihat dari persaingan pada usaha industri makanan yang menyajikan menu makanan khas Kapau menjurus pada persaingan produk, harga, tempat/lokasi, orang, sarana fisik, dan kualitas pelayanan. Hal tersebut berpotensi mendorong konsumen untuk berpindah referensi, sehingga sulit menentukan tingkat kesetiaan konsumen.

Banyaknya jumlah kedai nasi Kapau di Bukittinggi, secara otomatis akan menambah referensi bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk makanan yang sesuai selera masing-masing konsumen.

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Kepuasan Konsumen di Kedai Nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kedai nasi Kapau Uni Lis yang agak tersembunyi menjadikan lokasinya yang kurang strategis, sehingga konsumen baru yang ingin menikmati makanan di kedai ini sulit untuk menemui lokasi tersebut.
2. Tingginya harga masakan nasi Kapau Uni Lis dibandingkan kedai nasi Kapau lainnya, namun tidak menyurutkan minat konsumennya untuk beralih ke tempat lain.
3. Adanya konsumen yang kecewa terhadap produk makanan yang diberikan kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi.
4. Kurangnya perhatian karyawan terhadap keluhan konsumen menurunkan tingkat kepuasan konsumen di kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi.

C. Fokus Masalah

Pada penelitian ini penulis akan membatasi dan menfokuskan pada kepuasan konsumen di kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi yang meliputi:

1. Kualitas produk,
2. Kualitas pelayanan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana kepuasan konsumen yang meliputi kualitas produk dan kualitas pelayanan di kedai nasi kapau Uni Lis Bukittinggi?”

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen di kedai nasi Kapau Uni Bukittinggi.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan kualitas produk yang dihasilkan sebagai faktor kepuasan konsumen di kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi.
- b. Mendeskripsikan kualitas pelayanan yang diberikan sebagai faktor kepuasan konsumen di kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi.

F. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi konsumen sebagai tambahan ilmu dalam menentukan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk mencapai kepuasan membeli makanan yang dibutuhkan oleh tubuh.
3. Sebagai masukan bagi penyelenggara industri makanan agar dapat meningkatkan usaha yang dikembangkan khususnya dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan.

4. Sarana penulis dalam pengembangan dan pedoman ilmu pengetahuan serta informasi awal bagi peneliti sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 di Jurusan Kesejahteraan Keluarga Program Studi Tata Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
5. Sebagai sarana menambah kajian pustaka bagi Fakultas Teknik UNP khususnya Jurusan Kesejahteraan Keluarga.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Kedai Nasi Kapau

Salah satu jenis usaha industri yang bergerak di bidang makanan dengan skala kecil adalah kedai. Kata kedai dan warung memiliki arti yang sama menurut (<http://id.wikipedia.org/wiki/Warung>, 7 Mei 2013) yaitu “bangunan yang disediakan untuk berjualan makanan dan minuman. Perbedaan antara warung atau kedai yang satu dengan yang lain dapat dilihat dengan menyebutkan jenis barang yang di jual di tempat tersebut”. “warung atau kedai merupakan usaha skala kecil yang menjual makanan di tempat sederhana dan dikunjungi oleh kalangan menengah ke bawah, tetapi banyak pula kalangan menengah ke atas makan di sini” (Wulan Ayodya, 2008: ii).

Pengertian kedai yang lebih luas yaitu meliputi segala usaha makanan dan minuman yang dilakukan di tempat sederhana dengan usaha berskala kecil dan dikunjungi oleh berbagi kalangan konsumen yang ingin menikmati makanan yang tersedia. Menurut Wulan Ayodya (2008:1) ciri khas kedai makan adalah 1) adanya tempat makan dengan ruang dan perabot yang sederhana, 2) menyajikan makanan dengan rasa yang sangat enak, 3) biasanya di jual dengan harga relatif murah.

Kedai dalam penelitian ini disebut dengan kedai nasi Kapau, yaitu usaha kedai yang menjual makanan pokok yaitu nasi dengan menyajikan

masakan khas daerah Kapau. Ditinjau dari segi keuntungan bersifat komersial dan dari segi tempat usaha memiliki tempat penyajian yang berbeda dengan tempat pengolahan. Sedangkan jenis pelayanan yang diberikan adalah family service.

2. Konsep Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan konsumen atau *satisfaction* berasal dari kata bahasa latin “satis” (artinya cukup baik atau memadai) dan “factio” (melakukan atau membuat), sehingga secara sederhana dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu”. Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan konsumen yang dikutip Fandy Tjiptono (2004:146) adalah sebagai berikut:

1. Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) menyatakan bahwa: “Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidakpuasan/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.
2. Sedangkan menurut Engel, et.al. (1990), mengungkapkan bahwa: ”Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen”.

3. Kotler (1994) menegaskan bahwa: “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas terdapat kesamaan, yaitu menyangkut komponen kepuasan konsumen (kinerja/hasil dan harapan yang dirasakan). Kinerja produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen. Jika kinerja produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Apabila kinerja produk yang dihasilkan tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa tidak puas dan apabila kinerja produk yang dihasilkan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa sangat puas.

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas suatu produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila konsumen merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk selalu menggunakan produk itu kembali. Konsumen yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk tersebut kepada orang lain. Seperti sering dikatakan oleh para pemasar bahwa konsumen yang puas adalah iklan yang terbaik bagi perusahaan. Tidak demikian dengan konsumen yang tidak puas, mereka tidak akan melakukan pembelian ulang pada waktu berikutnya serta memberikan referensi yang tidak baik mengenai produk tersebut

kepada orang lain, hal negatif tersebut dapat diantisipasi oleh perusahaan melalui program-program yang berorientasi kepada kepuasan konsumen.

Badan usaha dapat mengetahui kepuasan dari para konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen kepada badan usaha tersebut sehingga dapat menjadi masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan pelanggan. Dari sini dapat diketahui pada saat pelanggan komplain. Hal ini merupakan peluang bagi badan usaha untuk dapat mengetahui kinerja dari badan usaha. Dengan adanya komplain tersebut badan usaha dapat memperbaiki dan meningkatkan layanan sehingga dapat memuaskan konsumen yang belum puas tadi. Biasanya konsumen mempunyai komitmen yang besar pada badan usaha yang menanggapi komplain darinya.

b. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinannya tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja merupakan persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang bersangkutan (Engel dkk, 1994). Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen faktor utama yang perlu diperhatikan yaitu :

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Dalam penelitian ini, kualitas produk yang dimaksud adalah produk-produk makanan yang dijual pada kedai nasi kapau Uni Lis di Bukittinggi. Oleh sebab itu, penulis akan membahas mengenai indikator yang mempengaruhi kualitas makanan pada penelitian ini. Secara garis besar, indikator yang mempengaruhi kualitas suatu makanan menurut Gaman et.al. (dalam Hairunnisa, 2009:28) adalah sebagai berikut:

- a) Warna

Warna dari bahan-bahan makanan harus di kombinasi sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam menambah selera makan konsumen.

- b) Penampilan

Ungkapakan “*looks good enough to eat*” bukanlah ungkapan yang berlebihan. Makanan harus terlihat menarik pada saat di atas piring. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah salah satu contoh penting yang mempengaruhi makanan.

- c) Porsi

Dalam setiap penyajian makanan, biasanya ditentukan porsi standarnya; dalam hal ini sering disebut sebagai *standart portion size*. Definisi dari *standart portion size* adalah kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan. Pihak manajemen dianjurkan untuk membuat *standart portion size* secara jelas.

- d) Bentuk

Bentuk makanan memberikan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

e) Temperatur

Sebagian konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan makanan yang lainnya.

f) Tekstur

Tekstur dari makanan sangat beragam, antara lain: halus atau kasar, keras atau lembut, cair atau padat, kering atau lembut, empuk atau tidak.

g) Aroma

Aroma merupakan reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen, dimana konsumen sebelum menikmati dapat mencium aroma makanan tersebut.

h) Tingkat Kematangan

Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur makanan.

i) Rasa

Titik-titik perasa pada lidah memiliki kemampuan untuk mendeteksi empat dasar rasa, yaitu manis, asam, asin, pahit. Pada makan tertentu, keempat rasa makanan ini juga digabungkan akan menjadi satu rasa makanan yang unik dan menarik untuk dinikmati.

Berdasarkan pendapat diatas, maka sub indikator yang digunakan oleh peneliti tentang kualitas produk yaitu warna, penampilan, porsi, bentuk, temperature, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa.

2) Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2004:14) terdapat lima dimensi pokok pelayanan jasa yang disajikan menurut tingkat kepentingannya yang akan dijadikan sebagai sub indikator pada penelitian, yaitu:

- a) Keandalan (**reliability**) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap saat. Contoh atribut ini adalah kecepatan pelayanan dan kemudahan menjangkau lokasi,
- b) Daya tanggap (**responsiveness**) yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Contoh atribut ini adalah kesigapan pramusaji dan kecepatan merespon keluhan pengunjung,
- c) Jaminan (**assurance**) meliputi pengetahuan, kemampuan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbatas dari bahaya dan resiko. Contoh atribut ini adalah keamanan dan kenyamanan restoran,
- d) Kepedulian (**emphaty**) meliputi syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada konsumen. Contoh atribut ini adalah kemampuan pramusaji berkomunikasi dengan konsumen serta keramahan dan kesopanan pramusaji,
- e) Bukti langsung (**tangible**) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan media komunikasi. Contoh atribut ini adalah penataan ruang restoran, kebersihan dan kerapian restoran, pendingin ruangan (AC), areal parkir, penampilan pramusaji, kemudahan proses pembayaran.

Pelayanan yang berkualitas oleh penyedia jasa perlu memperhatikan sikap dan cara penyampaian produk jasanya. Hal ini berhubungan dengan peranan *Contact Personal* yaitu interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang akan menentukan kualitas pelayanan yang dihasilkan sehingga dapat memuaskan pelanggannya/konsumen. Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka penulis

menfokuskan sub indikator pada lima dimensi pokok pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian, dan bukti langsung.

c. Faktor-faktor Timbulnya ketidakpuasan Konsumen

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan konsumen setelah terjadi proses pembelian. Apabila konsumen merasa puas, maka konsumen akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli kembali produk yang sama. Konsumen yang puas juga cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.

Tidak demikian pada konsumen yang tidak puas. Konsumen yang tidak puas dapat melakukan tindakan pembelian produk atau secara ekstrim dapat melakukan gugatan terhadap perusahaan.

Tentu banyak hal yang menyebabkan timbulnya ketidakpuasan tersebut. Menurut Alma (2007:286) munculnya rasa ketidakpuasan terhadap sesuatu antara lain:

- 1) Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- 3) Perilaku personil tidak memuaskan
- 4) Suasana dan kondisi fisik tidak menunjang
- 5) Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
- 6) Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

- 1) Metode Mengukur Kepuasan Konsumen

Fandy Tjiptono (1997:34) mengidentifikasi empat cara untuk mengukur atau memantau kepuasan konsumen, antara lain:

a) *Complaint and Suggestion System* (system keluhan dan saran)

Perusahaan yang berpusat pada konsumen mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan. Berbagai cara dilakukan untuk memperoleh informasi dari konsumen mengenai kinerja perusahaan, diantaranya: menyediakan bagi konsumen untuk melaporkan hal-hal yang mereka sukai dan tidak sukai, menempatkan kotak saran, dan pada saat ini banyak perusahaan yang menyediakan nomor telepon bebas pulsa hotline, situs web dan e-mail untuk komunikasi dua arah yang cepat.

b) *Customer Satifaction Surveys* (survey kepuasan konsumen)

Perusahaan-perusahaan yang responsive mengukur kepuasan konsumen secara langsung dengan melakukan survey berkala. Mereka mengirimkan daftar pertanyaan atau menelepon konsumen-konsumen terakhir mereka sebagai sample acak dan menanyakan apakah mereka amat puas, puas, biasa saja, kurang puas atau amat tidak puas terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan dan pesaing. Selain mengumpulkan informasi tentang kepuasan konsumen, juga berguna untuk mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur kemungkinan atau kesediaan konsumen untuk merekomendasikan perusahaan dan merek orang lain.

c) *Ghost shopping* (belanja siluman)

Perusahaan dapat membayar orang untuk berperan sebagai calon pembeli guna melaporkan hasil temuannya tentang kekuatan dan kelemahan yang dialami ketika membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembelanja siluman itu bahkan dapat menyampaikan masalah tertentu untuk menguji apakah staf penjualan perusahaan menangani situasi tersebut dengan baik.

d) *Lost Customer Analysis* (analisa konsumen yang hilang)

Perusahaan harus menghubungi para konsumen yang berhenti membeli atau berganti pemasok untuk mempelajari sebabnya. Yang penting dilakukan bukan hanya melakukan wawancara terhadap konsumen yang keluar segera setelah berhenti membeli: yang juga penting adalah memantau tingkat kehilangan konsumen.

2) Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

Metode survey merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam mengukur kepuasan konsumen oleh karena itu pada penelitian ini penulis juga menggunakan metode ini. Fandi Tjiptono (1997:35) berpendapat metode survey kepuasan dapat digunakan berbagai cara sebagai berikut:

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan yang menggunakan skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas (*directly reported satifaction*).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu yang seberapa besar mereka rasakan (*derived satifaction*)
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
4. Responden dapat diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*) atau lebih dikenal (*importance performance analysis*).

e. Strategi Kepuasan Konsumen

Pada prinsipnya tujuan dari strategi kepuasan konsumen menurut Freddy Rangkuti (2002:132) adalah untuk mencegah konsumen tidak mudah pindah ke pesaing. Satu hal yang perlu diperhatikan di sini adalah bahwa kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia (Schnaars,1991). Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan

meningkatkan kepuasan konsumen, diantaranya Fandi Tjiptono (1997:40) yaitu :

1. **Strategi *Relationship Marketing***, yaitu strategi transaksi antara penjual dan pembeli berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, perusahaan menjalin hubungan atau suatu kemitraan jangka panjang dengan konsumen secara terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan konsumen, sehingga terjadi bisnis ulang (*repeat business*), agar *relationship marketing* dapat di implementasikan perlu dibentuk suatu data base konsumen, yaitu daftar nama konsumen yang dianggap perlu untuk terus dibina hubungan baik dalam jangka panjang. Dengan tersediaannya informasi nama konsumen, frekuensi dan jumlah pembelian, preferensi dan lain sebagainya, maka perusahaan diharapkan dapat memuaskan konsumennya secara lebih baik yang pada gilirannya dapat menumbuhkan loyalitas konsumen. Tetapi perlu diperhatikan bahwa dampak kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan berbeda untuk setiap perusahaan. Konsumen yang loyal belum tentu puas, tetapi sebaliknya konsumen yang puas cenderung untuk menjadi konsumen yang loyal.
2. **Strategi *Superior Customer Service***, yaitu strategi menawarkan pelayanan yang unggul dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing. Dana yang besar, sumber daya yang lebih unggul, dan usaha yang gigih diperlukan agar perusahaan dapat melaksanakan strategi ini. Kenyataannya yang sering terjadi adalah perusahaan menawarkan customer service yang lebih baik tetapi memberikan harga yang lebih tinggi pada produk-produknya. Tetapi biasanya mereka memperoleh manfaat yang lebih besar dari pelayanan yang lebih baik tersebut, yaitu tingkat pertumbuhan yang lebih cepat dan laba yang lebih besar.
3. **Strategi *Unconditional service Guarantees / Extraordinary Guarantees***, yaitu strategi memberikan garansi atau jaminan istimewa secara mutlak yang dirancang untuk meringankan resiko atau kerugian di pihak konsumen. Garansi tersebut menjanjikan kualitas prima dan kepuasan konsumen yang tinggi. Caranya adalah dengan memberikan komitmen untuk memberikan kepuasan konsumen yang pada gilirannya akan menjadikan sumber penyempurnaan kualitas produk atau jasa dan akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik.
4. **Strategi penanganan keluhan yang efisien**, yaitu menangani keluhan konsumen dengan cepat dan tepat,

dimana perusahaan harus menunjukkan perhatian, keprihatinan, dan penyesalannya atas kekecewaan konsumen agar konsumen tersebut dapat kembali menjadi pengguna produk atau jasa perusahaan tersebut. Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan konsumen tidak puas dan mengeluh.

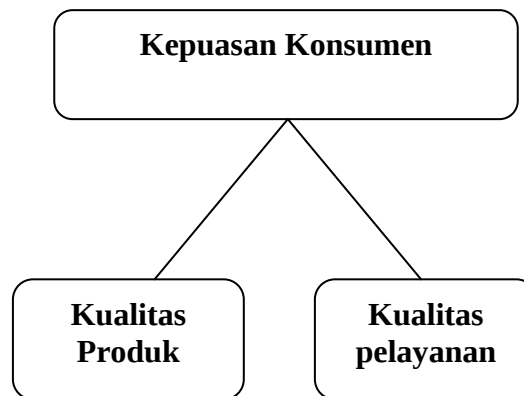
5. **Strategi peningkatan kinerja perusahaan**, yaitu meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan.
6. **Menerapkan *Quality function deployment* (QFD)** merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen. Strategi ini berusaha untuk menterjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen menjadi apa yang dihasilkan perusahaan.

B. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori yang telah diuraikan di atas, dapat diketahui bahwa faktor penentu dalam kepuasan konsumen antara lain adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen guna meningkatkan jumlah profit yang didapatkan.

Kerangka konseptual dapat menjelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk melihat kepuasan konsumen yang meliputi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada pada kedai nasi Kapau Uni Lis di kota Bukittinggi. Pentingnya sebuah kualitas produk dan pelayanan dalam industri jasa boga, akan mampu meningkatkan citra kedai nasi tersebut sehingga konsumen akan terus bertambah dan loyal.

Kerangka konseptual ini bertujuan untuk membimbing peneliti menuju penelitian yang lebih akurat. Untuk lebih jelasnya pelaksanaan penelitian ini dapat dilihat pada bagan berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

C. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana kepuasan konsumen di kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi yang meliputi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen?

BAB V

PENUTUP

Pada bab V ini dikemukakan kesimpulan dan saran-saran sebagai hasil penelitian yang telah dibahas pada bab-bab terdahulu.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan terhadap kepuasan konsumen pada kedai nasi Kapau Uni Lis di Bukittinggi yang meliputi kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka dapat diambil kesimpulan:.

1. Konsumen kurang puas terhadap kualitas produk makanan yang ada di kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi. Konsumen akan merasa puas terhadap produk makanan yang mereka makan jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk makanan yang mereka gunakan berkualitas.
2. Konsumen tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang ada di kedai nasi Kapau Uni Lis Bukittinggi. Konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sangat baik.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak pemilik usaha kedai nasi Kapau Uni Lis

- a. Perlunya memperhatikan keadaan makanan dari segi rasa, penampilan, porsi, dan temperatur pada saat diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa puas.
- b. Perlunya menambahkan karyawan dalam melayani konsumen agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ada di kedai nasi Kapau Uni Lis.
- c. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan akan mempertahankan konsumen yang telah ada dan menambah konsumen baru guna meningkatkan nilai jual yang ada pada saat sekarang.

2. Bagi pihak konsumen

Perlunya memperhatikan makanan yang dikonsumsi baik dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan agar tercapainya kepuasan konsumen secara maksimal.

3. Bagi peneliti lain

Kepada peneliti selanjutnya agar dapat melanjutkan penelitian ini dengan indikator-indikator lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Andry Yansyah. (2008). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Primajasa*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Pasundan. Tidak Diterbitkan.
- Arikunto, Suharmi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayodya, Wulan. (2008). *Mengenal Usaha Warung Makan*. Jakarta: Erlangga.
- Buchari Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Barbo, Anthony. (2005). *Pengantar pariwisata*. Bandung: Akparindo.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bukittinggi. (2010). *The Dream Land Of Sumatera*. Bukittinggi: DKP Sumbar.
- Engel, J.F, R.D. Blackwell dan P.W. Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- . *Perilaku Konsumen*. Jilid II. Jakarta :Binarupa Aksara.
- Fredy Rangkuti. (2002). *The Power Of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hairunnisa. 2009. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Papa Ron's Pizza Bandung*. Skripsi UPI. Tidak Diterbitkan.
- Husein Umar. (2002). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Cetakan kelima*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ja'far, Jasrison. (1994). *Table Manners*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiono. (2006). *Metoda Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- . 2009. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- , A. Parasuraman, and L.L. Berry (1985), *Delivering Quality Service*, New York : The Free Press.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa jilid II*. Yogyakarta: Andi Offset.