

# ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN GUNA MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS DI AYAM NELONGSO DHARMAWANGSA)

Rakayusi Firmantara  
Dr. Jaka Purnama,ST.,MT  
Program Studi Teknik Industri, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[rakayusifirmantara@gmail.com](mailto:rakayusifirmantara@gmail.com)

## ABSTRAK

Ditengah ketatnya persaingan, keberhasilan suatu usaha kuliner yang makin berat seperti ialah peduli terhadap suara pelanggan melalui cara melihat keinginan, kebutuhan, dan kepuasan pelayanan yang diberikan. Rumah makan Ayam Nelongso Dharmawangsa Surabaya membutuhkan masukan terkait dengan kepuasan konsumen untuk mengevaluasi dan menciptakan loyalitas terhadap konsumennya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif survei, pengambilan data yang digunakan berupa penyebaran kusioner pada 52 orang konsumen. data yang diperoleh dilakukan uji validitas untuk mengetahui kevalidan kusioner yang digunakan dalam melakukan penelitian. Pada perhitungan uji validitas semua pertanyaan valid dengan tingkat signifikansi 5%. Dimana semua atribut pertanyaan yang disebar pada 52 orang responden memiliki nilai  $r$  hitung  $\geq$  nilai  $r$  tabel (0.2681) sehingga data bisa disebut valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kusioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang-ulang. Software SPSS versi 26 yang digunakan untuk menghitung reabilitas didapatkan hasil yang cukup konsisten apabila dipakai untuk mengukur. Dimana pada *reliabilitas* harapan *cronbach's alpha* 0,943 dikatakan *reliable* karena  $\geq 0.60$ . serta pada *reliabilitas* kepuasan *cronbach's alpha* 0,950 dikatakan *reliable* karena  $\geq 0.60$ . Analisis dilakukan dengan menggunakan metode *impotance performance analysis* menunjukkan bahwasannya ada beberapa indikator atribut yang harus segera diperbaiki guna lebih meningkatkan kepuasan konsumennya. Adapun atribut tersebut yaitu pada kuadran I dan III perlu dilakukan perbaikan seiring berjalan. Serta pada kuadran II perlu dipertahankan dan pada kuadran IV manajemen perlu untuk mempertahankan agar selanjutnya dapat berdampak positif bagi kepuasan konsumen ayam nelongso dharmawangsa.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Uji Validitas, uji reliabilitas, *impotance performance analysis*

## ABSTRACT

*The success of a business in the midst of increasingly fierce culinary business competition today is caring for consumers' voices by looking at the desires, needs, and satisfaction of the services provided. Ayam Nelongso Dharmawangsa Surabaya restaurant needs input related to customer satisfaction to evaluate and create loyalty towards consumers. This research is a qualitative survey research, data collection used in the form of questionnaire distribution to 52 consumers. Data obtained were tested for validity to determine validity of the questionnaire used in conducting research. In validity test calculation all*

*questions are valid with a significance level of 5%. Where all attributes from questions distributed to 52 respondents have  $r$  count values  $\geq r$  table values (0.2681) then the data can be said to be valid. Then the reliability test is conducted to see whether the questionnaire has consistency if the measurements are made repeatedly. From the results of the calculation of reliability using SPSS software version 26 it can be seen that the instrument is quite consistent if used for measurements. Where the reliability expectations of Cronbach's alpha 0.943 are said to be reliable because  $\geq 0.60$ . and to the reliability of Cronbach's alpha 0.950 is said to be reliable because  $\geq 0.60$ . Analysis conducted using ipa method shows that there're several indicator attributes that must be corrected immediately in order to further enhance customer satisfaction. The attributes are quadrants I and III need to be repaired as it goes. And in quadrant II, it needs to be maintained and in quadrant IV, management needs to maintain so that it can subsequently have a positive impact on consumer satisfaction of ayam nelongso dharmawangsa.*

*Keywords: Consumer Satisfaction, Validity Test, reliability test, importance performance analysis*

## **PENDAHULUAN**

Sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, menjadikan kota Surabaya sebagai pusat kegiatan perekonomian dan pendidikan di Jawa Timur. Kota Surabaya banyak didatangi dari masyarakat diluar kota Surabaya bahkan dari luar pulau Jawa melakukan urbanisasi ke kota ini untuk melanjutkan pendidikan, kegiatan bisnis, serta untuk bekerja. Secara tidak langsung pertumbuhan penduduk kota Surabaya selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya, seiring bersamaan pertumbuhan masyarakat kota Surabaya setiap tahunnya makin naik membuat bisnis kuliner semakin menjamur di kota Surabaya.

Zaman modern seperti sekarang berkembang ilmu pengetahuan dan *teknologi* sangat cepat begitu pula di dunia usaha yang juga mengalami perkembangan yang pesat, seperti halnya usaha restoran. Dengan semakin meningkatnya pengusaha baru yang bermunculan secara tidak langsung menyebabkan peningkatan usaha bersifat serupa, hal ini mengakibatkan daya saing yang semakin kuat. Untuk dapat bertahan dalam kondisi seperti ini, agar usaha yang dirintisnya dapat terus bersaing di era saat ini pengusaha ditantang untuk cepat dan tanggap dalam mengambil tindakan. Seorang pengusaha ditantang untuk bisa dalam memenangkan persaingan serta mempertahankan pasar. Agar tetap dapat bersaing, pengusaha perlu dapat membaca keinginan serta kebutuhan konsumennya. Hal ini merupakan informasi yang berguna untuk pengusaha dalam menentukan cara pemasaran guna memberikan kepuasan untuk konsumen serta bisa mempertahankan dipersaingan yang semakin ketat saat ini dengan cara memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Rumah makan ayam nelongso yang beralamatkan di JL. Dharmawangsa No.94, Kec. Gubeng, Kota Surabaya. Merupakan rumah makan yang memiliki berbagai macam menu *varian* makanan dan minuman, dimana olahan ayam menjadi menu andalan mereka dengan berbagai jenis sambal yang di tawarkan. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau membuat semua kalangan bisa menikmati ayam nelongso, serta dengan lokasi yang strategis dan berdekatan dengan kampus dapat menjadi salah satu pilihan bagi mahasiswa / mahasiswi yang ingin membeli makan. Pemilik rumah makan juga memerhatikan fasilitas untuk para konsumennya seperti lahan parkir yang memadai dan *free wifi* serta tidak lupa pula sering melakukan promosi melalui sosial media.

Berdasarkan data *survey* lapangan, jumlah karyawan ayam nelongso dharmawangsa secara keseluruhan berjumlah 33 orang karyawan dengan rincian 1 orang *manager*, 3 orang kapten, 3 orang *chef*, 3 orang asisten *chef*, 3 orang penjaga kasir, 2 orang sebagai *customer service* dan 18 pelayan. Adapun keseluruhan karyawan tersebut terbagi dalam 3 *shift*. Yaitu 11 orang di *shift* pagi, 14 orang di *shift* sore, serta 8 orang di *shift* malam.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tau faktor pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di ayam nelongso dharmawangsa dan mengetahui kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan ayam nelongso.

## MATERI DAN METODE

### Konsep Kepuasan Pelanggan

Brown (1992). Konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang telah terpenuhi akan kebutuhan serta harapan terhadap suatu jasa atau produk yang ditawarkan. Konsumen yang merasa puas umumnya akan kembali untuk melakukan pembelian bahkan konsumen tersebut tidak ragu untuk merekomendasikan kepada orang terdekatnya.

Engel (1990). Melakukan pembelian secara berulang kali merupakan salah satu bukti jika konsumen telah merasa puas dengan produk yang dibelinya, sementara ketidakpuasan muncul jika konsumen merasa produk yang dibelinya tidak sesuai dengan harapannya.

### Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kotler (2006) mendefinisikan: “*the company can increase customer satisfaction by lowering its price, or increasing its service, and improving product quality*”. Artinya, penjualan produk dengan harga yang terjangkau dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Secara singkat penjelasan di atas menjelaskan jika faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ialah harga, pelayanan yang diberikan, dan produk yang ditawarkan berkualitas.

### Dimensi Kepuasan Pelayanan

Meningkatkan mutu perusahaan di mata konsumen merupakan kualitas pelayanan yang baik. Tingkat kepuasan pada pelanggan mengalami penambahan pada produk yang dibelinya dapat dilakukan dengan cara memberikan kualitas yang telah sesuai dengan harapan konsumen. Tjiptono (2000). Ukuran kualitas pelayanan dapat digunakan untuk menilai kualitas dari pelayanan ialah Keandalan (*reliability*) Kemampuan yang dapat diandalkan saat menunjukkan pelayanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab serta tepat pada para konsumen, empati (*empathy*) Menyatakan bahwa perusahaan dapat memberikan perhatian personal kepada para konsumen, mengetahui permasalahan konsumen serta melakukan untuk kepentingan konsumennya, dan membuka pada jam yang tepat, daya tangkap (*responsiveness*) Berhubungan dengan memberitahukan informasi secara cepat dan akurat, dan kesediaan serta kecepatan karyawan dalam memberi membantuan bagi konsumen serta menanggapi dengan cepat keinginan mereka, bukti fisik (*tangible*) Berhubungan bersama adanya ketertarikan fasilitas secara bentuk, alat-alat yang lengkap serta bahan yang dipakai bersih dan aman, dan pegawai berpenampilan secara menarik, jaminan (*assurance*) Prilaku pegawai yang dapat menciptakan rasa percaya pelanggan kepada pengusaha serta pengusaha dapat memberikan kesan yang nyaman dan aman untuk pelanggannya. Karyawan yang memiliki keterampilan serta pengetahuan yang dibutuhkan

untuk membantu konsumen saat diperlukan merupakan salah satu jaminan untuk konsumen.

### Sampel

Menurut Arikunto (2006) menyatakan bahwa sampel merupakan sebagian kecil dari jumlah populasi secara keseluruhan yang diteliti. Sedangkan Sugiyono (2006). Sampel ialah sebagian dari jumlah karakteristik dari jumlah populasi itu. Sampel yang digunakan umumnya bisa mewakili populasi yang diamati. Cara menentukan jumlah responden pada kusioner penelitian karena ukuran populasi yang tidak diketahui dengan pasti maka digunakan metode *bernoulli* adapun perhitungan sampel yang digunakan ialah sebagai berikut:

$$n' = \frac{Z\left(\frac{\alpha}{2}\right)^2 p.q}{e^2} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

N' = jumlah sampel

$Z\left(\frac{\alpha}{2}\right) = 1,96$  (tabel distribusi normal dengan tingkat signifikansi 95%)

$p = \frac{\text{responden yang mengisi lengkap kusioner}}{\text{kusioner persampling yang dibagikan kepada 30 reponden}}$

$q = \frac{\text{responden yang mengisi kusioner kurang lengkap}}{\text{kusioner persampling yang dibagikan kepada 30 responden}}$

$e = \text{error (0,05)}$

### Uji Validitas

Untuk mengetahui sejauh mana alat ukur itu mengukur apa yang diinginkan dapat menggunakan uji validitas, dalam hal ini kusioner. Kevalidan pengukuran kusioner ini bisa diuji dengan cara mengkorelasikan antara skor total yang didapat melalui setiap pertanyaan dengan skor pertanyaan. Apabila korelasi dengan skor total antara skor setiap pertanyaan signifikan (ditunjukkan dengan taraf signifikan  $< 0,05$ ). Sehingga dapat dibilang alat pengukuran tersebut mempunyai validitas (Ghozali, 20011). Perhitungan uji validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

### Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah kusioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kusioner tersebut dilakukan secara berulang-ulang, jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 kusioner dikatakan *reliable*. Perhitungan uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

### Importance Performance Analysis (Ipa)

(Santoso, 2011), mengatakan metode Importance Performance Analysis (IPA) merupakan penentuan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor

kepentingan. Adapun aplikasi yang dipakai untuk melakukan perhitungan metode Importance Performance Analysis (IPA) ialah menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penentuan Jumlah Sampel

Pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran kusioner yang nantinya akan dibuat suatu rekapitulasi data. Kusioner persampling dibagikan kepada 30 orang pelanggan rumah makan ayam nelongso dharmawangsa serta dari 30 kusioner yang dilakukan penyebaran, 29 responden mengisi dengan lengkap. Sementara sisanya tidak lengkap. penentuan jumlah responden yang tidak diketahui jumlah respondennya dapat menggunakan metode *Bernoulli*:

$$\begin{aligned}
 n' &= \frac{z\left(\frac{\alpha}{2}\right)^2 p \cdot q}{e^2} \dots\dots\dots(2) \\
 &= \frac{(1,96)^2 x \left(\frac{29}{30}\right) x \left(\frac{1}{30}\right)}{0,05^2} \\
 &= \frac{(3,8416) x (0,96) x (0,03)}{0,0025} \\
 &= \frac{0,11063808}{0,0025} = 44,2 = 45
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat dilihat bahwa jumlah sampel yang dilakukan penyebaran berikutnya sejumlah 45 responden. Namun untuk menjaga kemungkinan terjadinya kesalahan responden saat mengisi kusioner lagi maka peneliti menambah menjadi 52 responden sehingga data dianggap cukup karena  $n \geq n'$ .

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk setiap atribut berikut juga dengan variabelnya, dimana uji validitas mengenai harapan serta kepuasan konsumen. Perhitungan validitas dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26, pada tabel di bawah bisa diamati jika semua pertanyaan valid dengan tingkat signifikansi 5%. Dimana dilakukan perhitungan dengan 52 orang responden yang memiliki nilai r hitung  $\geq$  nilai r tabel (0.2681), penyebaran kusioner ini dianggap sudah valid dengan data sebagai berikut:

**Tabel 1. Uji Validitas**

Harapan				Kepuasan			
Dimensi	Item	<i>Person correlation</i>	keterangan	Dimensi	Item	<i>Person correlation</i>	keterangan
Tangible	1	0.762	Valid	Tangible	1	0.560	Valid
	2	0.737	Valid		2	0.678	Valid
	3	0.723	Valid		3	0.689	Valid
	4	0.658	Valid		4	0.623	Valid
	5	0.703	Valid		5	0.656	Valid
Realibility	1	0.636	Valid	Realibility	1	0.632	Valid
	2	0.624	Valid		2	0.739	Valid
	3	0.741	Valid		3	0.663	Valid
	4	0.630	Valid		4	0.679	Valid

	5	0.602	Valid		5	0.758	Valid
Responsiveness	1	0.663	Valid	Responsiveness	1	0.738	Valid
	2	0.590	Valid		2	0.674	Valid
	3	0.566	Valid		3	0.673	Valid
	4	0.634	Valid		4	0.677	Valid
	5	0.649	Valid		5	0.718	Valid
Assurance	1	0.582	Valid	Assurance	1	0.709	Valid
	2	0.636	Valid		2	0.735	Valid
	3	0.607	Valid		3	0.608	Valid
	4	0.731	Valid		4	0.614	Valid
	5	0.632	Valid		5	0.696	Valid
Empathy	1	0.659	Valid	Empathy	1	0.650	Valid
	2	0.636	Valid		2	0.678	Valid
	3	0.645	Valid		3	0.682	Valid
	4	0.608	Valid		4	0.696	Valid
	5	0.644	Valid		5	0.616	Valid

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kusioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kusioner tersebut dilakukan secara berulang-ulang. Untuk penyebaran kusioner dilakukan pada 52 orang responden, jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Maka kusioner dikatakan *reliable*.

**Tabel 2. Tabel Reliabilitas Harapan 52 Responden**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	25

**Tabel 3. Tabel Reliabilitas Kepuasan 52 Responden**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.950	25

Dari hasil perhitungan reabilitas dengan menggunakan software SPSS versi 26 bisa dilihat jika instrument tersebut cukup konsisten jika digunakan untuk pengukuran. Dimana pada *reliabilitas* harapan *cronbach's alpha* 0,943 dikatakan *reliable* karena  $\geq 0.60$ . serta pada *reliabilitas* kepuasan *cronbach's alpha* 0,950 dikatakan *reliable* karena  $\geq 0.60$ .

### Importance Performance Analysis (Ipa)

Salah alat bantu guna menentukan prioritas perbaikan ialah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (Ipa). Untuk mengetahui faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kepuasan para konsumennya dapat menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (Ipa). Dari berbagai penelitian metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) dapat memberikan

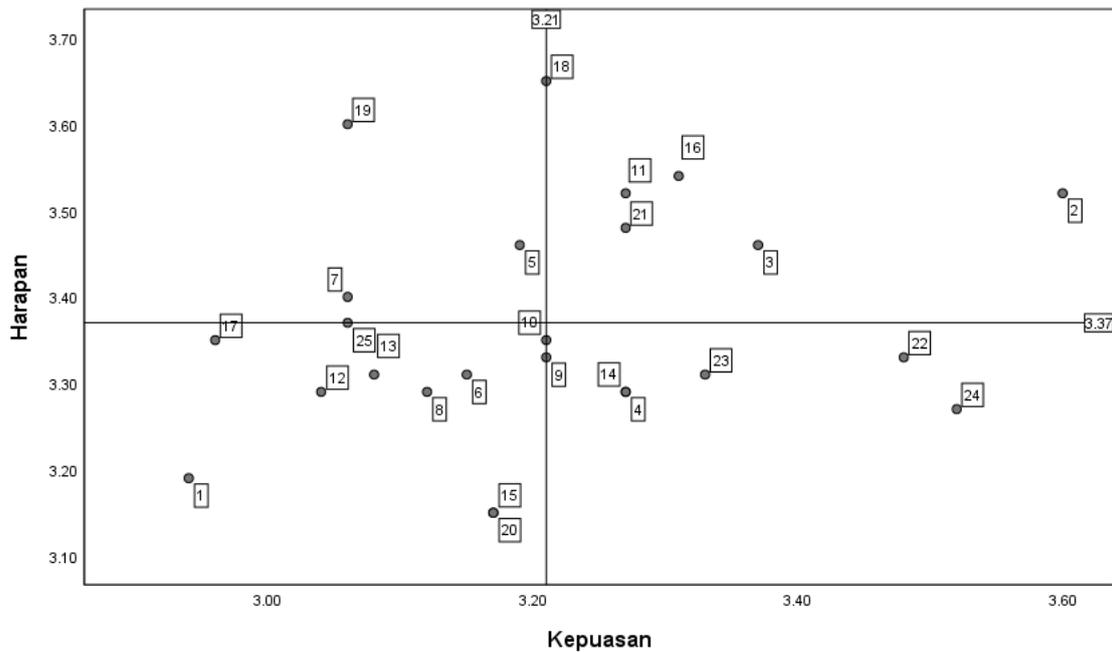
informasi penting berupa pengukuran kepuasan konsumen serta alokasi sumber daya secara efisien. Secara spesifik metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) dapat digunakan untuk mengidentifikasi aspek-aspek penting dan kurang penting bagi para konsumen, memungkinkan perusahaan untuk menilai kinerjanya, dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari suatu perusahaan. Jadi dengan metode ipa perusahaan dapat merumuskan strategi yang efektif dan dapat meningkatkan kinerja perusahaannya dimana dalam hal ini rumah makan ayam nelongso dharmawangsa. Analisis dalam metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) didasarkan dalam dua dimensi yang pertama tingkat harapan (*importance*) yaitu dari aspek-aspek yang di nilai dan penilaian kepuasan (*performance*) dari aspek-aspek kepuasan tersebut. Dari dua dimensi tersebut akan menghasilkan nilai rata-rata dari tingkat harapan (*importance*) dan tingkat kepuasan (*performance*) yang akan di analisis melalui metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) . Adapun nilai rata-rata atribut tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah:

**Tabel 4. Tabel Nilai Rata-Rata Atribut**

Variable	Butir atribut	Rata-Rata	
		Harapan ( <i>importance</i> )	Kepuasan ( <i>performance</i> )
Tangible	1	3.19	2.94
	2	3.52	3.60
	3	3.46	3.37
	4	3.29	3.27
	5	3.46	3.19
Realibility	1	3.31	3.15
	2	3.40	3.06
	3	3.29	3.12
	4	3.33	3.21
	5	3.35	3.21
Responsiveness	1	3.52	3.27
	2	3.29	3.04
	3	3.31	3.08
	4	3.29	3.27
	5	3.15	3.17
Assurance	1	3.54	3.31
	2	3.35	2.96
	3	3.65	3.21
	4	3.60	3.06
	5	3.15	3.17
Empathy	1	3.48	3.27
	2	3.33	3.48
	3	3.31	3.33
	4	3.27	3.52
	5	3.37	3.06

Berdasarkan nilai rata-rata penilaian konsumen terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan ayam nelongso dharmawangsa, dari setiap atribut akan di ketahui indikator atribut apa saja yang harus di perbaiki. dari tampilan tabel di atas nilai terendah terdapat pada fasilitas penunjang dan jaminan dimana nilai rata-rata sebesar 2.96, nilai ini lebih rendah dari harapan konsumen. Selain itu ada juga indikator yang memiliki tingkat penilaian rata-rata tertinggi.

Untuk menganalisis kepuasan konsumen dengan lebih detail pada rumah makan ayam nelongso dharmawangsa dapat menggunakan grafik *Importance Performance Analysis* (Ipa). dari diagram kartesius dapat diketahui lokasi penempatan setiap atribut berdasarkan pandangan konsumen yang terbagai pada 4 kuadran. Garis tengah didapatkan dari skor rata-rata tingkat harapan dengan nilai rata-rata 3.37 dan skor nilai rata-rata tingkat kepuasan 3.21. Berikutnya skor rata-rata kepuasan (*performance*) menunjukkan penempatan setiap atribut dari sumbu x sedangkan pada sumbu y diperlihatkan dari skor rata-rata harapan (*importance*). Letak penempatan pada setiap atribut dapat dilihat dari diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (Ipa) berikut:



**Gambar 1. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (Ipa)**

Dari gambar 1. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (Ipa) di atas setiap kuadran memberitahukan situasi yang berbeda, penempatan didasarkan tingkat harapan serta kepuasan dengan begini pihak perusahaan memungkinkan agar segera melakukan prioritas perbaikan yang dianggap penting dan harapannya tinggi oleh konsumen. Perbaikan atribut tersebut tergantung dari setiap lokasi variabel di keempat kuadran, hasil analisis dapat dilihat dibawah:

**Kuadran I (Prioritas Utama)**

Atribut pada kuadran ini di anggap sangat penting oleh konsumen ayam nelongso dharmawangsa namun dari pengelola belum memberikan harapan yang sesuai dengan konsumen, maka timbul rasa kurang puas untuk selanjutnya harus diperbaiki kinerjanya. Adapun atribut dalam kuadran I ialah: (*Tangibles*) 5, (*Realibility*) 7, (*Assurance*) 19.

Dari hasil analisis atribut pada kuadran I harus menjadi prioritas pertama bagi pihak pegelola ayam nelongso dharmawangsa saat membenahan kinerja agar dapat memenuhi dan menambah kepuasan konsumennya. Dimana pada atribut ke 5. (Karyawan yang berpenampilan rapi dan menarik) konsumen mengharapkan pelayan menggunakan seragam berwarna cerah untuk meningkatkan keceriaan dan mood saat berkunjung, pada atribut ke 7. (Menyajikan menu dengan harga yang terjangkau dan cita rasa yang enak) sebetulnya konsumen telah merasa puas dengan rasa dan harga yang ditawarkan namun beberapa konsumen mengharapkan untuk varian menu bebek konsumen berharap adanya

sedikit penurunan harga agar dapat lebih sering melakukan pembelian pada menu bebek disisi lain konsumen telah merasa puas dengan rasa yang diberikan, pada atribut ke 19. (Tempat parkir yang aman) pada atribut ini konsumen mengharapkan untuk tempat parkir yang di atas. Jalan untuk menaikan motor dibuat lebih landai agar membuat konsumen lebih aman dan nyaman pada saat memarkirkan kendaraan roda duanya.

### **Kuadran II (Pertahankan prestasi)**

Pada kuadran ini atribut katakan paling penting oleh konsumen, tingkat harapan konsumen pada kuadran ini yang tinggi serta pihak pengelola sudah memberikan kepuasan yang baik membuat pelanggannya terpuaskan. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran II ialah: (*Tangibles*) 2, 3, (*Responsiveness*) 11, (*Assurance*) 16, 18, (*Empaty*) 21.

Analisa dari atribut pada kuadran II pihak manajemen ayam nelongso dharmawangsa harus dapat terus mempertahankan prestasinya, serta terus meningkatkan kepuasan pada atribut-atribut tersebut dilain waktu, dengan demikian membuat konsumen selalu menilai baik terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam nelongso dharmawangsa.

### **Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Pada kuadran ini merupakan atribut wilayah pada konsumen yang mempunyai ekspetasi yang rendah serta faktanya kepuasan yang diberikan oleh perusahaan tidak terlalu istimewa. Adapun atribut-atribut tersebut ialah: (*Tangibles*) 1, (*Realibility*) 6, 8, 10, (*Responsiveness*) 12, 13, 15, (*Assurance*) 17, 20, (*Empaty*) 25.

Atribut yang di analisis pada kuadran III perbaikan dapat dilakukan seiring dengan berjalannya waktu, diamana jika perbaikan di kuadran I sebagai prioritas utama telah terselesaikan baru perusahaan memulai untuk melakukan perbaikan pada kuadran III ini.

### **Kuadran IV (Berlebihan)**

Pada kuadran IV merupakan atribut wilayah yang mana pelanggan mempunyai ekspetasi yang rendah, namun telah dilakukan serta berjalan dengan benar-benar baik oleh pengelola ayam nelongso dharmawangsa sehingga konsumen merasa berlebihan. Adapun atribut-atribut tersebut ialah: (*Tangibles*) 4, (*Realibility*) 9, (*Responsiveness*) 14, (*Empaty*) 22, 23, 24.

Analisis atribut yang dilakukan pada kuadran IV sudah mempunyai kualitas pelayanan dimana konsumen memiliki penilaian yang melampaui harapan dengan demikian pengelola ayam nelongso dharmawangsa tidak perlu cemas dengan keadaan tersebut, namun pihak manajemen harus mempertahankan sehingga berikutnya diharapkan menjadikan positif untuk kepuasan pelanggannya.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan jika tingkat kepuasan konsumen di rumah makan ayam nelongso dharmawangsa dapat dikatakan memuaskan hanya saja perlu dilakukan perbaikan pada beberapa atribut guna meningkatkan kepuasan pada konsumen dan secara tidak langsung nantinya dapat meningkatkan jumlah pengunjungnya. Hal tersebut dapat didukung dari hasil pengujian melalui metode Importnace Performance Analysis (Ipa) yang mana hasilnya dapat dilihat pada diagram kartesius dan penjabaran setiap atribut-atribut apa saja yang perlu di perbaiki serta atribut-atribut yang perlu dipertahankan.

## KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan yang sudah dipaparkan di atas sehingga dapat di simpulkan seperti dibawah ini:

1. Dari analisa yang telah diselesaikan dengan memakai metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) diketahui **faktor penentu yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen di rumah makan Ayam Nelongso Dharmawangsa Surabaya**. Adapun faktor tersebut yaitu atribut pada kuadran I sebagai prioritas utama wajib diutamakan oleh pengelola ayam nelongso dharmawangsa saat melakukan perubahan pada kinerja, agar bisa menambah kepuasan konsumennya dan kuadran III prioritas rendah perlu dilakukan perbaikan seiring berjalan agar lebih meningkatkan kepuasan bagi para konsumen guna dapat menciptakan loyalitas pada konsumennya. Serta pada kuadran II perlu dipertahankan dan pada kuadran IV manajemen perlu untuk mempertahankan agar selanjutnya dapat berdampak positif bagi kepuasan konsumen Ayam Nelongso Dharmawangsa Surabaya.
2. Setelah dilakukan analisis melalui metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) **diketahui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Ayam Nelongso Dharmawangsa Surabaya**. Maka pihak manajemen harus peduli terhadap suara pelanggan dengan cara mengetahui keinginan, kebutuhan, dan kepuasan dari pelayanan yang diberikan guna menciptakan loyalitas pada konsumennya untuk kembali melakukan pembelian secara berulang-ulang. Mereka yang telah merasa puas atas menu yang di tawarkan dan pelayanan yang di berikan akan membuat konsumen tersebut setia untuk melakukan pembelian kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, D. (2006). **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Analisi**. Jakarta. Preenhalindo.
- Brown. (2006). **Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan**. Jakarta. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwi Prasetyanto, Ardi Suhendra. (2016). **Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis**. Jurnal Institut Teknologi Nasional, Vol.2 No.2.
- Ghozali, Imam. (2011). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss**. Semarang. Universitas Diponegoro.
- James, Engel F, Et Al. (1990). **Customer Behavior**. Diterjemahkan oleh F X Budiarto, **Prilaku Konsumen**, Jilid II. Jakarta. Binarupa Aksara.
- Kotler, Philips (2006). **Manajemen Pemasaran**. Edisi Milenium Jilid 1 Edisi Ke Sebelas. Jakarta. Preenhalindo.
- Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja. (2018). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan**

**Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.** Jurnal Pendidikan Ekonomi, Volume 12  
Nomor 1.

Pawitra. (1993). **Prinsip-Prinsip Pemasaran.** Jakarta. Erlangga.

Sugiono. (2006). **Metode Penelitian Bisnis.** Bandung. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2007). **Strategi Pemasaran** Edisi Pertama. Yogyakarta. Bayumedia  
Publishing.