

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN

(STUDI KASUS PADA RIJSTTAFEL RESTORAN OASIS, JAKARTA)

Agung Gita Subakti

Bina Nusantara University Faculty of Economic and Communication, Hotel Management
Department

Aditya Pratomo

Bina Nusantara University Faculty of Economic and Communication, Hotel Management
Department

Maria Pia Adiati

Bina Nusantara University Faculty of Economic and Communication, Hotel Management
Department

ABSTRACT

Oasis Restaurant was one of two restaurant that is consistent with the concept of using Rijsttafel service since 1976, A presentation in serving many kinds of Indonesian Cuisine, presented by 12 waitress wearing kebaya (a traditional Indonesian dress) that is the combination between Dutch culture and Indonesia. There are plenty of guests that dine here. Foreigner or local people, even lots of distinguished guest such as President and Royal Family, Famous peoples who also experiencing in dining here. On the other hand, with so many restaurants there are currently serving various kinds of food service diverse also prompting competitions among restaurants itself. Oasis Restaurant need to realize how important the customer satisfaction in order to survive the competitions. Therefore, researchers want to analyze the level of customer satisfaction through products and service given to the customers. Research method used is descriptive associative. With this research, we are expecting that Oasis Restaurant would be able to know the level of their customer satisfaction as a way to improve the quality of their products and services.

Keywords : Customer Satisfaction, Product Quality, Service

ABSTRAKSI

Restoran Oasis merupakan satu diantara dua restoran yang masih konsisten menggunakan pelayanan dengan konsep Rijsttafel sejak tahun 1976, sebuah presentasi cara menyajikan berbagai jenis makanan Indonesia yang disajikan oleh 12 pramusaji wanita berbusana kebaya tempo dulu yang merupakan perpaduan antara budaya Belanda dengan Indonesia. Banyak sekali tamu baik lokal maupun mancanegara, bahkan orang-orang penting yang menyukai makan di restoran ini. Di sisi lain, dengan begitu banyaknya restoran yang ada pada saat ini yang menyajikan berbagai jenis makanan dengan pelayanan yang beragam pula sehingga menimbulkan persaingan-persaingan di dalam usaha bisnis restoran tersebut. Restoran Oasis perlu menyadari pentingnya kepuasan konsumen agar dapat bertahan diantara persaingan yang terjadi. Oleh karena itu, peneliti ingin menganalisis tingkat kepuasan konsumen yang dilihat dari dimensi produk dan pelayanan bagi konsumennya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif asosiatif, Dengan penelitian ini diharapkan Restoran Oasis dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen untuk menjadi tolak ukur dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Pelayanan

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan bisnis terutama restoran telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perkembangan-perkembangan yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2013). Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan kafe tenda; bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan cafe; sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.

Para pelaku bisnis *food service* ditantang untuk menciptakan suatu differensiasi unik dan *positioning* yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Menurut Mitchell (dalam Rahmawati, 2008) para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi

agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu *experience* didalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga akan membuat mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukannya sebuah paradigma untuk menggeser sebuah pemikiran tradisional dalam kategori bisnis *food service* khususnya restoran, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan suatu pengalaman tak terlupakan. Penciptaan suasana yang nyaman yang didukung dengan desain interior unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik *live*, *wifi* serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para *customer*-nya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Semakin berkembangnya usaha *food service* ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan pekerja atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik itu pria maupun wanita yang selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah.

Menurut Royan (dalam Remiasa & Lukman, 2007) dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah kafe dan restoran, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru. Dalam kondisi persaingan yang ketat, maka yang harus diprioritaskan oleh restoran adalah tingkat kepuasan konsumen dengan maksud agar konsumen tetap loyal dan tidak pindah ke restoran lain. Hal tersebut hanya dapat dicapai jika kebutuhan konsumen terpenuhi, yang artinya makanan yang dijual tidak hanya berkualitas tapi juga bervariasi, harga yang bersaing dan pelayanan yang menyenangkan.

Kepuasan konsumen juga sulit diukur namun harus dicari dimensi-dimensinya untuk mempermudah pengukurannya. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah dimensi produk dan dimensi kualitas jasa pelayanan. Dimensi produk terdiri dari elemen-elemen yaitu variasi harga disertai indikator-indikatornya. Sedangkan dimensi kualitas jasa terdiri dari elemen-elemen yaitu keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud disertai indikator-indikatornya.

Restoran Oasis, yang terletak di Jl Raden Saleh Jakarta merupakan restoran yang hingga kini tetap konsisten dalam menyajikan menu *rijsttafel* nya. menu yang telah ada sejak restoran ini dibuka pada 1968. Penyajian satu set menu dari berbagai daerah Nusantara yang memiliki sejarah panjang itu memang andalannya. Cara menyantap nasi putih ditemani berbagai jenis lauk-pauk yang setiap jenis lauknya dibawa oleh seorang pramusaji ini sudah berkembang di Indonesia sejak zaman kolonial.

Semakin banyak lauk terhidang, semakin banyak pramusaji yang melayaninya. Seolah-olah, *rijsttafel* tak ubahnya hidangan *fine dining* ala Indonesia. Kenyamanan dari Restoran Oasis juga ditunjang dari bangunannya yang bergaya kolonial klasik. Bentuknya kotak, dengan dua lantai, dan jendela-jendela yang melengkung. Dindingnya berwarna putih. Balok-balok kayu jati terbentang menyangga atap. Pemilik rumah ini awalnya seorang kaya pemilik perkebunan bernama F. Brandenburg van Oltsende. Dimana dibutuhkan waktu lebih dari 10 tahun untuk menyempurnakan penampilan makan *rijsttafel* yang modern dan bisa diterima tamu asing. *Trial and error* mereka lakukan, sampai terciptalah enam jenis menu *rijsttafel*. Secara bergantian, menu itu mereka pakai untuk satu minggu. Intinya, harus ada nasi, ayam, daging, hidangan laut, sambal, hingga menu penutup.

Konsistensi Restoran Oasis dalam menyajikan menu dengan pelayanan ala *Rijsttafel* menyebabkan banyak sekali tamu tamu penting yang datang ke Restoran Oasis, diantara mantan presiden Amerika Serikat, Bill Clinton, Kanselir Jerman Angela Merkel, hingga bapak presiden Susilo Bambang Yudhoyono ikut pula dalam mencoba hidangan yang disajikan oleh Restoran Oasis. Dimana menurut pengelola Restoran Oasis, bahwa sekitar 90 % pengunjung restoran tersebut merupakan *expatriate* atau tamu mancanegara. Hal ini yang mendasari keinginan penulis untuk melakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen di *Rijsttafel* Restoran Oasis, Jakarta dilihat dari dimensi produk dan kualitas pelayanannya sehingga dengan penelitian ini diharapkan Restoran Oasis dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen untuk menjadi tolak ukur dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan penulis adalah desain asosiatif klausal. Menurut Sugiyono (2010), desain asosiatif berguna untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel X (Variabel Bebas) dimana terdapat dua variabel X yaitu X1 (Produk) dan X2 (Kualitas Jasa Pelayanan) dan Variabel Y (Variabel Terikat) yaitu kepuasan konsumen.

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

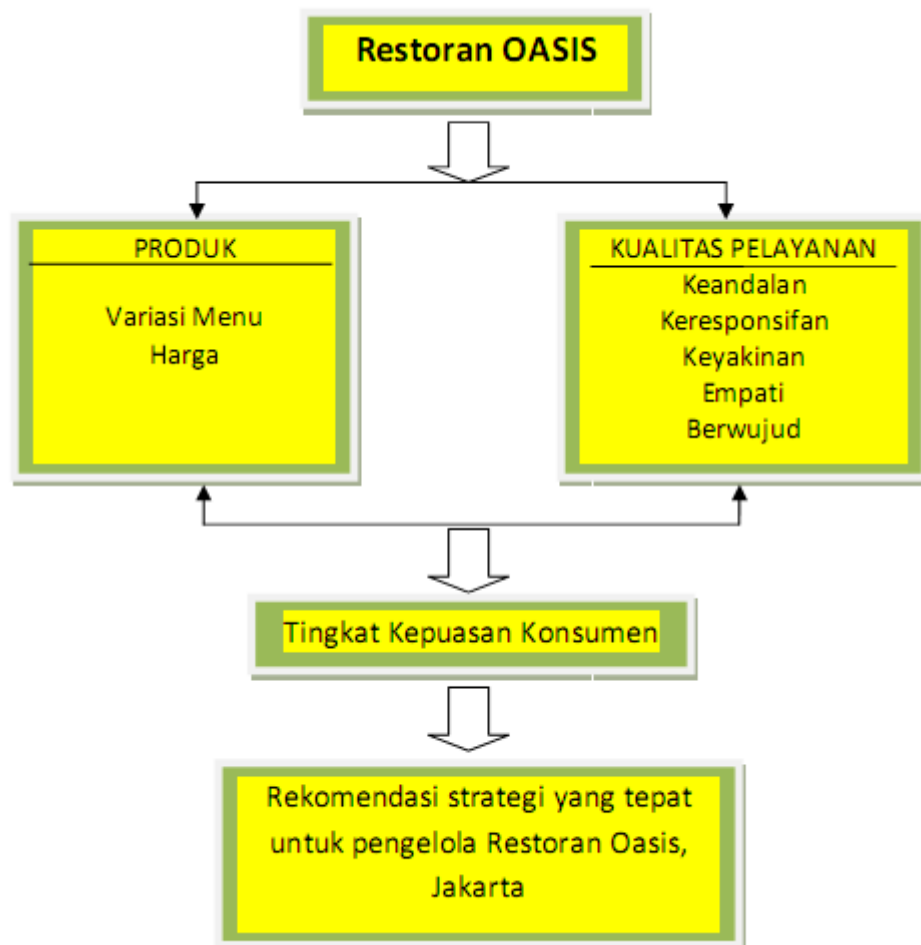
Variabel	Dimensi	Indikator
Produk (X1)	Variasi Menu	1. Keanekaragaman/ pilihan menu 2. Keunikan variasi menu
	Harga	1. Kesesuaian harga dengan makanan
Kualitas Pelayanan (X2)	Keandalan	1. Memberikan informasi yang akurat 2. Memiliki pengetahuan memadai tentang fasilitas yang diberikan
	Keresponsifan	1. Kesigapan memberikan pelayanan. 2. Tanggap dalam melayani
	Keyakinan	1. Keramahtamahan pelayanan 2. Pelayanan dan fasilitas yang diberikan di Oasis Restaurant sesuai dengan harapan tamu
	Empati	1. Siap membantu bila tamu mengalami kesulitan. 2. bersikap sopan dan ramah dalam melayani tamu. 3. mampu berkomunikasi dengan baik
	Berwujud	1. Penampilan Staff di Oasis Restaurant rapi dan bersih. 2. Desain Interior di Oasis Restaurant sudah baik 3. Fasilitas umum di Oasis Restaurant memuaskan. 4. Pilihan pembayaran yang mudah (cash, credit card, etc) 5. Saya menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan oleh Oasis Restaurant

Kepuasan pelanggan (Y)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bersedia datang kembali ke Oasis Restaurant 2. Menceritakan pengalaman kepada orang lain 3. tidak terlalu memperhatikan merk 4. Puas dengan pelayanan 5. Pelayanan sesuai dengan harapan
------------------------	--	--

Sumber: Penulis (2014)

KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



HASIL DAN ANALISA DATA

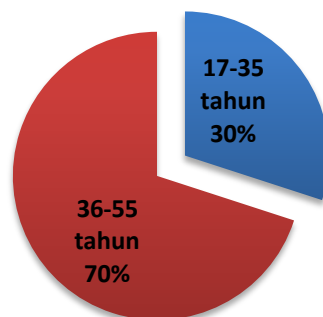
Karakteristik Responden

Dari total 30 responden yang merupakan sampel dalam penelitian ini, komposisi responden berdasarkan demografi responden, sebagai berikut:

a. Usia

Usia Responden Oasis Restaurant, Jakarta didominasi oleh tamu dengan rentang umur antara 36-55 tahun sebesar 21 orang (70%), dan sisanya yaitu 9 orang (30%) didominasi oleh tamu dengan rentang umur antara 17-35 tahun.

Gambar 2 Diagram persentase responden berdasarkan usia

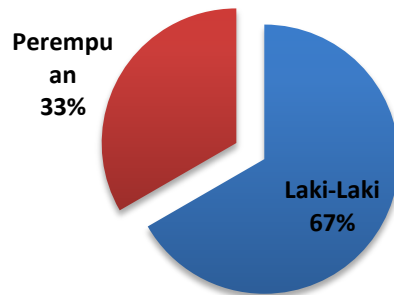


Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

b. Jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, konsumen Oasis Restaurant didominasi oleh laki laki sebanyak 20 orang (67%) dan perempuan sebanyak 10 orang (33%)

Gambar 3. Diagram persentase responden berdasarkan Jenis Kelamin

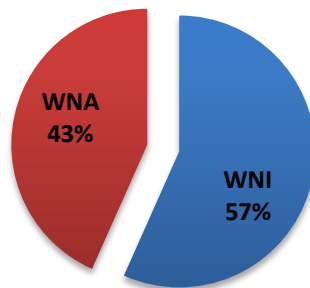


Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

c. Kewarganegaraan

Berdasarkan kewarganegaraan, konsumen Oasis Restaurant yang merupakan WNI atau warga negara indonesia sejumlah 17 orang (57%) dan sisanya sebesar 13 orang (43%) merupakan WNA atau warga negara asing

Gambar 4. Diagram persentase responden berdasarkan Kewarganegaraan

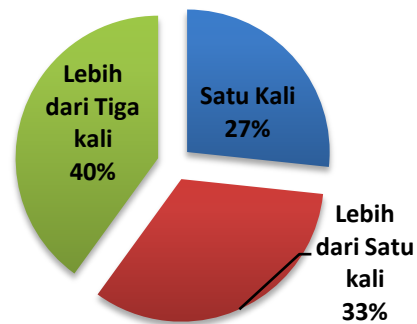


Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

d. Frekuensi Kunjungan

Berdasarkan frekuensi kunjungan, konsumen yang mengunjungi Oasis Restaurant sebanyak satu kali berjumlah 8 orang (27%). Lebih dari satu kali sebanyak 10 orang (33%) dan pengunjung yang datang ke oasis restaurant lebih dari tiga kali sebanyak 12 orang (40%)

Gambar 5. Diagram persentase responden berdasarkan Frekuensi Kunjungan



Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

Uji validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila pertanyaan (butir) mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini dilakukan atau dihitung dengan melihat nilai Corrected Item-Total Correlation pada tabel Item-Total Statistic di output perhitungan menggunakan program SPSS. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai pada tabel r pada level signifikan yang digunakan, yaitu $\alpha = 0.05$.

Tabel 2. Uji Validitas variabel Produk (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk1	8.4000	.800	.634	.534
Produk2	8.5000	.879	.447	.753
Produk3	8.7000	.769	.567	.610

Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

Variabel **Produk** diukur dengan 3 item pertanyaan, nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing item pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variable Produk.

Tabel 3. Uji Validitas variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas1	56.5000	25.638	.631	.911
Kualitas2	56.5000	25.776	.700	.909
Kualitas3	56.4667	26.189	.413	.921
Kualitas4	56.4000	25.352	.664	.910
Kualitas5	56.2000	25.476	.784	.907
Kualitas6	56.5000	25.776	.700	.909
Kualitas7	56.4000	25.283	.677	.909
Kualitas8	56.4333	24.806	.690	.909
Kualitas9	56.5333	26.533	.554	.914
Kualitas10	56.6000	24.455	.733	.907
Kualitas11	56.6333	26.447	.467	.917
Kualitas12	56.7000	25.597	.791	.907
Kualitas13	56.4333	24.806	.690	.909

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas1	56.5000	25.638	.631	.911
Kualitas2	56.5000	25.776	.700	.909
Kualitas3	56.4667	26.189	.413	.921
Kualitas4	56.4000	25.352	.664	.910
Kualitas5	56.2000	25.476	.784	.907
Kualitas6	56.5000	25.776	.700	.909
Kualitas7	56.4000	25.283	.677	.909
Kualitas8	56.4333	24.806	.690	.909
Kualitas9	56.5333	26.533	.554	.914
Kualitas10	56.6000	24.455	.733	.907
Kualitas11	56.6333	26.447	.467	.917
Kualitas12	56.7000	25.597	.791	.907
Kualitas13	56.4333	24.806	.690	.909
Kualitas14	56.9667	26.240	.527	.915

Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

Variabel **Kualitas pelayanan** diukur dengan 14 item pertanyaan, nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing item pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel}

(0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variable **Kualitas pelayanan**.

Tabel 4. Uji Validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan1	17.4000	2.455	.444	.738
Kepuasan2	17.2000	2.234	.544	.704
Kepuasan3	17.5000	1.983	.562	.700
Kepuasan4	17.3000	2.217	.576	.693
Kepuasan5	17.4000	2.386	.498	.721

Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

Variabel **Kepuasan pelanggan** diukur dengan 5 item pertanyaan, nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing item pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variable **Kepuasan pelanggan**.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto,1998:170). Disini yang reliabel adalah datanya, bukan semata-mata instrumennya. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi disebut pengukuran yang reliabel, seperti : keterpercayaan, keterandalan, kejelasan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya namun ide pokok yang

terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar,2001:4).Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*.Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila (*Bhuono*,2004: 352) :

Hasil $\alpha \geq 0,60 =$ reliable

Hasil $\alpha < 0,60 =$ tidak reliable

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Jumlah Item	Keterangan
Produk	0,724	3	Reliable
Kualitas Pelayanan	0,917	14	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0,755	5	Reliable

Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

Tabel diatas menunjukkan tabel *Reliability Statistics* yang menunjukkan Cronbach's Alpha untuk semua variabel $> 0,60$. Dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam variabel tersebut dinyatakan reliable.

Analisis Deskriptif

Analisa ini digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, penulis membagikan

kuesioner mengenai produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan kepada responden yang berjumlah 30 orang. Responden merupakan tamu dari Oasis Restaurant yang datang untuk menikmati Rijsttafel Service. Kuesioner ini terdiri dari 22 butir pernyataan dimana pernyataan – pernyataan mewakili variabel X1 (Produk), variabel X2 (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen).

Analisis Deskriptif Variabel X1 (Produk)

Tabel 6 *Descriptive Statistic* Hasil Jawaban Konsumen Mengenai Variabel X1

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pernyataan 1	30	4	5	4.4
Pernyataan 2	30	4	5	4.3
Pernyataan 3	30	3	5	4.1

Sumber : Hasil Olahan *Output* SPSS

Berdasarkan tabel hasil pengolahan diatas, dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden pada variabel X1 (Produk) secara rata – rata dengan nilai terendah 4.1 pada pernyataan 3 yaitu Harga sesuai dengan layanan dan fasilitas Restaurant, hal ini mengingat harga yang ditetapkan untuk pelayanan Rijsttafel adalah Rp 600.000,-/Orang sehingga sangat wajar apabila konsumen mengharapkan pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan harga tersebut. Sedangkan hasil jawaban dengan nilai tertinggi 4.4 pada pernyataan 1 yaitu Terdapat pilihan variasi menu Rijsttafel yang di tawarkan Oasis Restaurant. Menu Rijsttafel yang ditawarkan oleh Oasis Restaurant memiliki variasi yang sangat beragam sehingga memberikan banyak pilihan untuk konsumen.

Analisis Deskriptif Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)

Tabel 7 *Descriptive Statistic* Hasil Jawaban Konsumen Mengenai Variabel X2

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pernyataan 4	30	3	5	4.4
Pernyataan 5	30	4	5	4.4
Pernyataan 6	30	3	5	4.4
Pernyataan 7	30	3	5	4.5
Pernyataan 8	30	4	5	4.7
Pernyataan 9	30	4	5	4.4
Pernyataan 10	30	3	5	4.5
Pernyataan 11	30	3	5	4.4
Pernyataan 12	30	4	5	4.3
Pernyataan 13	30	3	5	4.3
Pernyataan 14	30	3	5	4.2
Pernyataan 15	30	3	5	4.2
Pernyataan 16	30	3	5	4.4
Pernyataan 17	30	3	5	3.9

Sumber : Hasil Olahan *Output* SPSS

Berdasarkan tabel hasil pengolahan diatas, dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden pada variabel X2 (Kualitas Pelayanan) secara rata – rata dengan nilai terendah 3.9 pada pernyataan 17 yaitu Saya menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan oleh Oasis Restaurant. hal ini dikarenakan konsumen tidak terlalu memperdulikan mengenai apa saja

fasilitas yang terdapat di Oasis Restaurant selain dari yang mereka perlukan . Sedangkan hasil jawaban dengan nilai tertinggi 4.7 pada pernyataan 8 yaitu Kemudahan menghubungi staff ketika memerlukan bantuan di Oasis Restaurant. Hal ini dikarenakan Staff Oasis Restaurant yang memiliki kecakapan dan kesigapan dalam melayani konsumen.

Analisis Deskriptif Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Tabel 8. Descriptive Statistic Hasil Jawaban Konsumen Mengenai Variabel Y

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pernyataan 18	30	4	5	4.3
Pernyataan 19	30	4	5	4.5
Pernyataan 20	30	3	5	4.2
Pernyataan 21	30	4	5	4.4
Pernyataan 22	30	4	5	4.3

Sumber : Hasil Olahan *Output* SPSS

Berdasarkan tabel hasil pengolahan diatas, dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden pada variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara rata – rata dengan nilai terendah 4.2 pada pernyataan 20 yaitu Untuk penyajian rijstaffel, saya tidak terlalu memperhatikan merek dari restaurant lain. hal ini dikarenakan Oasis Restaurant merupakan Restoran di Jakarta yang terkenal karena konsep Rijsstaffelnya . Sedangkan hasil jawaban dengan nilai tertinggi 4.5 pada pernyataan 19 yaitu Saya menceritakan pengalaman menarik selama berada di Oasis Restaurant kepada orang lain. Hal ini dikarenakan pelayanan Rijsstaffel merupakan satu pelayanan yang tidak umum dilakukan pada zaman sekarang dan menu rijstaffel yang disajikan oleh Oasis Restaurant merupakan variasi menu Nusantara yang sangat berkesan bagi tamu.

Analisis Regresi

Koefisien Determinasi atau R^2

Koefisien Determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel independen (Produk dan Kualitas pelayanan) terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Semakin tinggi R^2 , maka akan semakin baik bagi model regresi karena berarti variabel independen semakin mampu menjelaskan variabel terikat.

Berikut ini adalah tabel hasil pengujian koefisien determinasi :

Tabel 9. hasil pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 ^a	.442	.401	1.41030

Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

Dari tabel diketahui besarnya nilai koefisien $R Square$ sebesar 0,442, artinya bahwa variabel Kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Produk dan Kualitas pelayanan sebesar 44.2% , sedangkan sisanya $100\% - 44.2\% = 55.8\%$ merupakan kontribusi variabel independen lain yang tidak masuk dalam penelitian ini, dengan kata lain variabel Produk dan Kualitas pelayanan cukup baik menjelaskan Kepuasan pelanggan.

Uji F/Anova

Uji $F/Anova$ bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis pada pengujian Anova/uji F :

- H_0 : Artinya variabel independen (Produk dan Kualitas pelayanan) secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

- H1 : Artinya variabel independen (Produk dan Kualitas pelayanan) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap Kepuasan pelanggan (*Y*).

Pengambilan keputusan :

- Jika Sig < 0.05 → Tolak H0 sehingga H1 diterima (Signifikan)
- Jika Sig > 0.05 → Terima H0 sehingga H1 ditolak (Tidak Signifikan)

Tabel 10. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.598	2	21.299	10.709	.000 ^a
	Residual	53.702	27	1.989		
	Total	96.300	29			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

Berdasarkan perhitungan yang didapat pada Tabel diatas, nilai F hitung sebesar 10.709, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan Ho ditolak. Artinya variabel Produk dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*Y*).

Uji Persamaan secara parsial = Uji t

Uji Parsial Koefisien Regresi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial (sendiri-sendiri) signifikan mempengaruhi variabel dependent. Uji Parsial Koefisien Regresi : Uji t memiliki hipotesis seperti ini :

- H_0 : Variabel independent(X) secara parsial tidak signifikan mempengaruhi variabel dependent(Y).
- H_1 : Variabel independent(X) secara parsial signifikan mempengaruhi variabel dependent(Y).

Pengambilan keputusan atau Aturan dalam Uji t :

- Jika $Sig < 0.05 \rightarrow$ Tolak H_0 sehingga H_1 diterima (Signifikan)
- Jika $Sig > 0.05 \rightarrow$ Terima H_0 sehingga H_1 ditolak (Tidak Signifikan)

Tabel 11. Tabel Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.994	3.077		2.598	.015
Produk	.041	.280	.029	.147	.884
Kualitas Pelayanan	.217	.065	.645	3.311	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Pengolahan Data Primer (2014)

Tabel diatas menunjukkan persamaan garis regresi linier sederhana antara variabel independen Produk dan Kualitas pelayanan terhadap variabel dependen Kepuasan pelanggan (Y) dengan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Kepuasan} = 7.994 + (0.041) \cdot \text{Produk} + (0.217) \cdot \text{Kualitas pelayanan}$$

▪ **Pengaruh antara variabel produk (X1) terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

Dari tabel diatas diketahui bahwa t hitung untuk variabel Produk (X1) adalah 0.147 pada tingkat signifikansi sebesar 0,884 dengan nilai koefisien regresi β sebesar +0,041. Karena nilai signifikansi $0,884 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Produk (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

▪ **Pengaruh antara variabel Kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

Dari tabel diatas diketahui bahwa t hitung untuk variabel Kualitas pelayanan (X2) adalah 3,331 pada tingkat signifikansi sebesar 0,003 dengan nilai koefisien regresi β sebesar +0,217. Karena nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

a. Analisis tingkat kepuasan konsumen dari kualitas produk

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat dilihat bahwa variabel produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun dimensi dari variabel produk adalah variasi menu, jenis menu dan harga yang ditawarkan. , dapat dilihat bahwa elemen yang

paling rendah adalah elemen harga yang sesuai dengan layanan dan fasilitas dari OASIS Restaurant. Jika kita melihat harga yang ditawarkan oleh pihak restoran kepada konsumen, untuk pelayanan Rijstafel dengan harga Rp. 600.000 per orang dirasakan cukup mahal, tetapi dengan harga sebesar itu, sangatlah wajar apabila konsumen mengharapkan pelayanan yang sesuai dengan harga sebesar itu. Sedangkan elemen yang paling tertinggi yaitu Terdapat pilihan variasi menu Rijstaffel yang di tawarkan Oasis Restaurant. Adanya pilihan beberapa jenis menu Rijstafel yang ditawarkan seperti, Rijsrafel Set, VIP Rijstafel Set, dan juga Ristafel Bali, memungkinkan para konsumen dapat memilih menu mana yang sesuai dengan selera konsumen,

b. Analisis tingkat kepuasan konsumen dari pelayanan

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Adapun dimensi dari variabel kualitas pelayanan disini adalah keandalan, kerespansifan, keyakinan, empati dan berwujud, dapat dilihat bahwa elemen yang paling rendah adalah Saya menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan oleh Oasis Restaurant. Pada elemen ini, para konsumen yang datang tidak terlalu memperdulikan apa saja fasilitas yang terdapat di Oasis Restaurant. Ini disebabkan karena memang tidak banyak terdapat fasilitas selain ruangan restoran, bar ataupun toilet, tetapi kebanyakan dari konsumen yang datang hanya bermaksud untuk menikmati makanan dan menikmati suasana makan disana. Sedangkan elemen tertinggi adalah Kemudahan menghubungi staff ketika memerlukan bantuan di Oasis Restaurant. Staff Oasis Restaurant mempunyai kecakapan dan kesigapan dalam melayani konsumen. Tidak hanya di tingkat general managernya yang siap untuk membantu para konsumen, tetapi hingga tingkat waiter dan waitress-pun mereka sangat sigap untuk membantu konsumen apabila dibutuhkan bantuannya.

c. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat dilihat bahwa elemen yang paling rendah adalah: Untuk penyajian rijstaffel, saya tidak terlalu memperhatikan merek dari restaurant lain. Restoran OASIS adalah satu-satunya restoran yang mempunyai konsep penyajian menu Rijstafel yang tertua di Jakarta, jika dibandingkan dengan beberapa restoran sejenis di Jakarta yang baru saja mempunyai konsep penyajian yang sama (seperti di restoran Tugu

Kuntskring Palaeis Jakarta). Sedangkan elemen tertinggi adalah Saya menceritakan pengalaman menarik selama berada di Oasis Restaurant kepada orang lain. Hal ini dikarenakan pelayanan Rijsttafel merupakan satu pelayanan yang tidak umum dilakukan pada zaman sekarang dan menu rijsttafel yang disajikan oleh Oasis Restaurant merupakan variasi menu Nusantara yang sangat berkesan bagi tamu. Ini dapat dibuktikan dari banyaknya pengunjung tamu-tamu mancanegara maupun domestik yang datang untuk menikmati sajian khas rijsttafel di OASIS Restaurant.

Saran

Adapun saran mengenai strategi yang dapat dijadikan acuan untuk pengelola Oasis Restaurant yaitu :

- a. Hendaknya pengelola Oasis Restaurant tetap konsisten dalam menjaga kualitas dan mutu yang disajikan, terutama menu Rijsttafel yang merupakan andalan dari restoran ini. cita rasa nusantara menjadi ciri khas dari makanan yang disukai oleh konsumen baik dari dalam maupun luar negeri.
- b. Hendaknya pengelola Oasis Restaurant tetap mempertahankan konsep pelayanan Rijsttafel sesuai dengan *Standard Operating procedures* yang telah baku.
- c. Tetap melakukan pengontrolan kualitas produk dan pelayanan dengan memberikan *customer's feedback* secara berkala, agar kualitas produk dan pelayanan dari Oasis Restaurant akan terus dapat ditingkatkan.
- d. Menjaga Brand Oasis Restaurant yang sudah terkenal dengan Rijsttafel Servicenya dengan tetap melakukan branding melalui promosi promosi atau strategi marketing lainnya.
- e. Dari segi keaneka-ragaman menu yang ditawarkan kepada konsumen, hendaknya pihak pengelola Oasis Restaurant dapat lebih membuat kreasi menu dari yang sudah ada, melihat menu-menu yang mungkin menjadi andalan ataupun yang kurang diminati oleh konsumen, sehingga dapat diciptakan sebuah menu unggulan yang dapat dijadikan daya tarik tersendiri dari Oasis restaurant
- f. Mempertahankan citra dari staff Oasis restaurant yang sigap dan cakap dalam melayani konsumen. Dengan lebih memperhatikan keinginan konsumen dan juga apa

yang menjadi kendala dalam hal pemberian pelayanan kepada konsumen, seperti pemberian pelatihan bahasa Inggris, pelatihan tentang kualitas pelayanan, dengan diadakannya meeting dengan staff agar lebih mengetahui kendala yang dialami oleh para staff dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B.Susanto. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- A.Yoeti, Oka. Customer Service; Cara Efektif Memuaskan Pelanggan. Jakarta: Pradnya Paramitha, 2000.
- Bhuono, Agung Nugroho. Strategi jitu memilih metode statistik penelitian dengan SPSS: Andi Yogyakarta, 2005
- F.Gerson, Richard. Mengukur Kepuasan Pelanggan; Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu. Jakarta: PPM, 2002.
- Irawan, Handi. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran; Millenium. Jilid 1. Jakarta: PT.Prenhallindo, 2002.
- . Manajemen Pemasaran; Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT.Prenhallindo, 1997.
- Nazir, Moh. Metode Penelitian; Ghalia Indonesia, 2011
- Olson, Jerry C. Consumer Behavior; Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 4. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Prasetyawan, Ery. Mengetahui Tingkat Kepuasan Pengunjung Melalui Metode Analisis IPA: Kasus di Taman Margasatwa Ragunan. Jakarta: STP Trisakti, 2013.
- Rangkuti, Freddy. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Saifuddin Azwar. Reliabilitas dan Validitas Edisi 4; Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2012

Suandi. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen : Studi Kasus Restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Jakarta: Binus University, 2008.

Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta, 2000.

Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta, 2010

Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitian Edisi Revisi; Rineka Cipta, Jakarta, 2005

Suprpto, J. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan; untuk Meningkatkan Pangsa Pasar.Edisi Baru. Rineka Sipta: Jakarta, 2001.

Sutisna. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Remaja. Bandung: Rosdakarya, 2002.

Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Edisi 2. Cetakan 5. Yogyakarta: Andi, 2001.

Umar, Husein. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Widjaja, Santi Parmanti. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen :Studi Kasus di Restoran Rico. Jakarta: Binus University, 2004.