

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
DAN PRODUK AYAM TULANG LUNAK HAYAM WURUK
JL. RATULANGI NO. 25 PADANG**

SKRIPSI

Oleh :

YOSSI MELINDA

03 164 030



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
2008**

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DAN
PRODUK AYAM TULANG LUNAK HAYAM WURUK
DI JL. RATULANGI NO 25 PADANG**

**YOSSI MELINDA, dibawah bimbingan
Ir. Ismet Iskandar, Ms dan Fitriani, SP**

**Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang 2008**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk jika dinilai dari dimensi kualitas pelayanan dan dimensi kualitas produk serta untuk mengetahui faktor – faktor manakah yang paling mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk. Penelitian ini dilaksanakan di Padang.

Metode yang digunakan adalah metode survei dengan melakukan pengalaman langsung kepelanggan serta melakukan wawancara. Untuk penelitian ini populasi yang diamati adalah seluruh pelanggan Restoran Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk. Responden yang dipilih adalah pembeli atau pelanggan yang kebetulan ditemui di lokasi saat menggunakan produk Ayam Tulang Lunak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan yaitu faktor kebersihan dan kerapihan restoran dan karyawan adalah sebesar 104,77% dalam hal tata letak makanan yang menarik dengan kelengkapan peralatan makanan berarti pelanggan telah merasa puas dengan faktor ini. Dalam hal pelayanan dan ketepatan jangka waktu penyerahan order pada konsumen (pelanggan) (87,04%), dalam hal pelayan dari waktu kewaktu tidak berubah-ubah (79,32%) dan dalam hal ketetapan jumlah /volume produk yang diserahkan pada konsumen (72,03%) berarti konsumen merasa belum puas dengan faktor ini dalam hal kualitas produk yaitu faktor kualitas produk (110,21%) dalam hal rasa produk (101,85%) berarti konsumen merasa amat puas dengan faktor ini.

Jadi kesimpulannya adalah tingkat kepuasan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan paling tinggi adalah kebersihan dan kerapihan restoran dan karyawan yaitu sebesar 104,77% dan dalam hal kualitas produk yang paling tinggi adalah kualitas produk yaitu sebesar 110,21%.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, kualitas produk Ayam Tulang Lunak

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kegiatan pemasaran, suatu hal yang tidak bisa diabaikan adalah bagaimana menghadapi persaingan yang terjadi di pasaran. Setiap perusahaan berupaya merebut setiap konsumen potensial untuk menjual produk yang dipasarkannya. Dalam mendapatkan konsumen tersebut masing – masing perusahaan berupaya menentukan strategi yang tepat agar produk yang dihasilkan perusahaan dipilih konsumen.

Menurut Kotler (2000), kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, jika keinginan berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Indonesia sebagai negara yang besar menjadikan pasar potensial untuk perkembangan restoran cepat saji (*fast food*) dilihat dari peningkatan jumlah penduduk ditunjang dengan pendapatan perkapita (BPS, 2007). Dengan meningkatnya jumlah penduduk maka akan semakin meningkat pula jumlah konsumsi terhadap hasil ternak produk olahan, sementara peningkatan pendapatan perkapita dengan sendirinya akan mendorong daya beli masyarakat, dengan semakin tingginya daya beli masyarakat maka otomatis akan memberikan dampak yang sangat baik pada perkembangan waralaba restoran cepat saji Indonesia.

Dilihat dari potensi pasar di Indonesia khususnya Sumbar (Padang), perkembangan waralaba restoran cepat saji (*fast food*) membuka outlet – outletnya di beberapa tempat dikota Padang. Perkembangan tidak lepas dari perubahan gaya hidup, pendidikan, pendapatan dan kemajuan teknologi pengolahan merupakan

faktor pendorong berkembang selera konsumen. Masyarakat menyukai produk yang praktis karena dibatasi oleh waktu. Selain praktis, makan di restoran mempunyai prestise yang lebih tinggi. Ayam tulang lunak Hayam Wuruk salah satu outlet yang merupakan restoran muara laba yang pertama kali dikota Padang. Salah satu pengalamannya dalam menyusun strategi untuk melihat pasar sasarannya sudah bisa di bilang baik sehingga sampai saat ini bisa bertahan.

Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk (ATL-HW) didirikan pada tahun 2000 dengan dibukanya restoran pertama di jalan Hayam Wuruk 88 Dempasar-Bali. Menu andalan adalah ayam tulang lunak ditambah dengan menu penunjang bebek presto, dilengkapi dengan aneka menu pilihan.

Dalam rangka pengembangan, dipilih system Franchise outlet franchise pertama, dibuka di Gading Batavia, Kelapa Gading-Jakarta, 17 Januari 2003. Setelah itu menyusul di buka outlet-outlet lain di Jakarta, Tangerang, Serpong, Surabaya, Pekanbaru, Solo, Bandung, Jogja dan Padang. Sampai Agustus tahun 2006 telah hadir 21 outlet di seluruh Indonesia. Restoran ini didirikan di Padang pada tanggal 12 Juli 2006 yang terletak di Jalan Ratulangi No. 25. Tempatnya sangat nyaman dan lapangan parkir yang tersedia sehingga pelanggan yang datang puas berbelanja.

ATL-HW saat ini menyadari akan manfaat tulang dan sum-sum bagi kesehatan, berani mengambil langkah yang berbeda. Menu ayam yang disajikan adalah ayam dengan tulang yang lunak. Selain dagingnya yang gurih dan renyah, tulang dan sum-sum nya adalah sumber kalsium dan zat besi juga bisa di

konsumsi, rasanya nikmat dan sangat bermanfaat bagi kesehatan, terutama bagi kesehatan tulang, gigi dan jantung.

Dengan banyaknya restoran waralaba cepat saji (*Fast Food*), dan persaingan yang semakin ketat maka hal yang harus diprioritaskan oleh perusahaan waralaba restoran cepat saji adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pasar (Daru, 2007).

Dalam kondisi persaingan yang ketat pengukuran kepuasan pelanggan menjadi sangat penting dan sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi posisinya di tengah-tengah persaingan dan untuk mengambil keputusan manajerial yang tepat. Selain itu loyalitas pelanggan untuk meningkatkan kinerja produk dan produsen sampai penggunaan akhir dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dan meneliti lanjut mengenai keterkaitan kepuasan pelanggan dengan dimensi kualitas pelayanan produk ayam tulang lunak Hayam Wuruk. Dalam bentuk Skripsi dengan judul "**Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Dan Produk Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk di jalan Ratulangi no 25 Padang**".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Tingkat Kepuasan konsumen pelanggan ayam tulang lunak jika dinilai dari dimensi kualitas pelayanan dan dimensi kualitas produk ?
2. Dari seluruh faktor yang di uji, faktor-faktor manakah yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ayam tulang lunak.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain :

a. tingkat kepuasan pelanggan Ayam Tulang Lunak dalam hal :

1. Tangibles (berwujud), pelanggan sudah puas daalaam faktor berwujud ini. Karena indikator penilaiannya lebih besar dari yang mereka harapkan jadi dengan kata lain faktor berwujud ini harus dipertahankan oleh perusahaan. ✓
2. Reliability (kehandalan) pelanggan merasa belim puas dengan faktor ini. ✗
3. Responsivenes (ketanggapan), dalam hal ini karyaawan memberikan pelayanan dengan baik pada konsumen (pelanggan), maka faktor ini pelanggan sudah merasa puas. ✓
4. Assurance (kepastian/jaminan), pelanggan merasa belum puas dalam hal faaktor ini, karena indikator penilaiannya kecil dari yang mereka harapkan jadi dengan kata lain faktor ini mesti harus ditingkatkan lagi oleh perusahaan. ✗
5. Empati (perhatian), pelanggan merasa tidak puas dengan faktor ini karena penilaiannya kecil dari yang mereka harapkan. ✗
6. Perfomance (penampilan), pelanggan merasa sudah puas dalam faktor berwujud ini, karena indikator penilaiannya lebih besar dari yang diharapkan. ✓

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbini. 2005. *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran Dan Penganalisaan Dengan SPSS*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Dasrianto, Robi. 2005. *Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Dan Kualitas Produk Susu Segar Olahan Di Kota Padang Panjang*. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang.
- Swastha Basu DH. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Swastha Basu dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen Edisi I*. BPFE, Jakarta.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elax Media Komputindo Gramedia, Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan. 2002. *Mark Plus On Strategi*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milinium 1*. Prenhalindo, Jakarta.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milinium 2*. Prenhalindo, Jakarta.
- Lury, C. 1998. *Budaya Konsumen*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Macaulay, Steve And Sarah Cook. 1997. *How To Improve Your Customer Service*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rasyaf, M. 2002. *Manajemen Peternakan Ayam Buras*. Penerbit Swadaya, Jakarta.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. PT. Rinca Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran Edisi V*. Andi, Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisisa, Yogyakarta.
- Zeithaml, V. A. A. Parasuraaman And L. L. Berry. 1990. *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception And Expectations*. New York : The Free Press.