

# **STUDI KASUS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN IKAN BAKAR PADA LESEHAN PURNAMA KECAMATAN MASBAGIK KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

## ***A CASE STUDY OF SATISFACTION LEVEL TO GRILLED FISH AT LESEHAN PURNAMA IN MASBAGIK DISTRICT EAST LOMBOK REGENCY***

**Sahnim<sup>1</sup>, IGL Parta Tanaya<sup>2</sup>, Bambang Dipokusumo<sup>3</sup>**

*Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia*

*\*Email Penulis korespondensi: sahnimqa@gmail.com*

### **ABSTRAK**

Pangsa pasar yang cukup luas menjadikan usaha tempat makan yang berkonsep lesehan mulai banyak diminati oleh para pelaku bisnis. Namun kondisi persaingan yang sangat ketat membuat para pemilik usaha harus dapat menjaga kualitas produk yang ia tawarkan serta memperhatikan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis kinerja atribut-atribut produk ikan bakar yang dianggap penting oleh konsumen; (2) Menganalisis kinerja dari dimensi pelayanan pada Lesehan Purnama yang menentukan kepuasan konsumen; dan (3) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive sampling*. Penentuan jumlah responden ditentukan menggunakan metode *quota sampling* sebanyak 30 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Kinerja atribut ikan bakar yang dianggap penting oleh konsumen adalah tingkat kesegaran, rasa, harga, dan porsi sambal. (2) Kinerja dari dimensi pelayanan masih belum mampu memenuhi harapan dari konsumen karena rata-rata nilai gap yang diperoleh masih dibawah angka nol atau bernilai negatif. (3) Konsumen ikan bakar sangat puas terhadap kualitas dari atribut produk dan merasa puas terhadap kualitas pelayanan.

---

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Atribut Produk, Kualitas Pelayanan. Kinerja, Kepentingan.

### **ABSTRACT**

The market share is quite wide, making eating places with a lesehan concept increasingly attractive to business people. However, very tight competitive conditions mean that business owners must be able to maintain the quality of the products they offer and pay attention to consumer satisfaction. This research aims to (1) Analyze the performance of grilled fish product attributes that are considered important by consumers; (2) Analyze the performance of the service dimensions at Lesehan Purnama which determine consumer satisfaction; and (3) Analyzing the level of consumer satisfaction with Lesehan Purnama products and services, Masbagik District, East Lombok Regency. The method used in this research is descriptive method. The research area was determined using purposive sampling. The number of respondents was determined using the quota sampling method of 30 respondents. The results of the analysis show that (1) The performance attributes of grilled fish that are considered important by consumers are the level of freshness, taste, price and portion of chili sauce. (2) The performance of the service dimension is still unable to meet consumer expectations because the average gap value obtained is still below zero or has a negative value. (3) Grilled fish consumers are very satisfied with the quality of the product attributes and are satisfied with the quality of service.

---

Keywords: Consumer Satisfaction, Product Attributes, Service Quality, Performance, Importance

## **PENDAHULUAN**

Ikan merupakan salah satu jenis makanan yang banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan protein hewani dibandingkan dengan produk lainnya karena kandungan protein, mineral dan vitamin (Subagiono, 2019). Dengan banyaknya kandungan nutrisi yang terkandung pada ikan maka tak heran jika ikan menjadi salah satu hasil perairan yang cukup digemari oleh masyarakat. Data empiris menunjukkan angka konsumsi ikan masyarakat NTB berdasarkan perhitungan Susenas pada tahun 2021 naik menjadi 50,21 Kg perkapita pertahun. Dengan adanya kenaikan tingkat konsumsi ini diharapkan sumber daya manusia di NTB dapat beransur-ansur meningkat lebih baik. Angka konsumsi ikan NTB tiap tahun meningkat. Pada tahun 2018 sebesar 38.2 Kg/kapita/tahun menjadi 50.21 kg/kapita/tahun pada tahun 2020, dan meningkat menjadi 50.49 kg/kapita/tahun pada tahun 2021. Hal tersebut berarti bahwa tingkat kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi ikan cukup tinggi.

Selain itu juga berdasarkan data hasil produksi perikanan pada tahun 2021 produksi ikan tangkap Nusa Tenggara Barat mencapai 241.843 ton. Sementara produksi ikan air tawar jauh lebih besar, mencapai 1.191.104 ton. Salah satu jenis ikan air tawar dengan tingkat produksi tertinggi yaitu ikan nila. Berdasarkan data dari Dinas Kelautan dan Perikanan NTB tahun 2022 produksi ikan nila mencapai 48.474.53 ton per tahun. Ikan nila menjadi sektor yang paling banyak dibudidayakan karena proses pembudidayaan yang tergolong mudah untuk dilakukan, sehingga banyak pelaku usaha yang tertarik untuk membudidayakannya (Mitaoktari, 2017). Tidak hanya di budidayakan saja, tetapi banyak juga pelaku usaha yang membuat usaha kuliner dengan ikan nila menjadi menu andalan utamanya.

Perkembangan industri pangan tidak terlepas dari usaha untuk memaksimalkan kepuasan konsumen melalui pengembangan kualitas produk. Dari berbagai pilihan tempat makan yang tersedia, lesehan menjadi salah satu jenis kuliner yang banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan dikarenakan menawarkan suasana tempat makan yang nyaman, tenang dengan cita rasa yang nikmat, dan harga yang relatif lebih murah jika dibandingkan dengan tempat makan lainnya. Pangsa pasar yang cukup luas menjadikan usaha tempat makan yang berkonsep lesehan ini mulai banyak diminati oleh para pelaku bisnis. Di Kecamatan Masbagik sendiri terdapat banyak lesehan yang menyajikan beberapa menu yang sama yaitu ikan nila bakar. Kondisi persaingan yang sangat ketat tersebut membuat para pemilik usaha harus dapat menjaga kualitas produk

yang ia tawarkan serta memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen secara tidak langsung mencerminkan sejauh mana pemilik usaha telah memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen serta meningkatkan kualitas atribut-atribut produk yang melekat pada menu ikan bakar tersebut, baik dari segi rasa, tekstur, ukuran, maupun harga.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Menganalisis kinerja atribut-atribut produk ikan bakar yang dianggap penting oleh konsumen; (2) Menganalisis kinerja dari dimensi pelayanan pada Lesehan Purnama yang menentukan kepuasan konsumen; (3) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur.

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara. Unit analisis pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi ikan bakar pada Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur. Daerah penelitian ditentukan secara purposive sampling. Penentuan jumlah responden pada penelitian ini menggunakan metode quota sampling yaitu sebanyak 30 orang yang dipilih menggunakan metode accidental sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data kuantitatif dan kualitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif dan adapun rumus yang digunakan diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu pertanyaan. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

N = Banyaknya responden

#### 2. Uji Reliabilitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_k = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan:

$r_k$  = Nilai reliabilitas yang dicari

$k$  = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah Skor varian tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = Varian total

### 3. Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa (konsumen). Berikut adalah rumus dalam metode Importance Performance Analysis (IPA):

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

$X$  = Skor rata-rata tingkat kinerja atribut produk ikan bakar ke-i

$Y$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan atribut produk ikan bakar ke-i

$n$  = Jumlah data konsumen

Setiap atribut tersebut dijabarkan dalam diagram kartesius seperti pada tabel 1

Tabel 1. Kuadran Kartesius Importance Performance Matrix

Kuadran I (Prioritas Utama)	Kuadran III (Pertahankan Prestasi)
Kuadran II (Prioritas Rendah)	Kuadran IV (Berlebihan)

### 4. Gap Servqual Analysis

Selisih antara persepsi dengan harapan disebut dengan “gap” atau kesenjangan kualitas layanan, yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Parasuraman, 1988):

$$\text{Gap} = \text{Kinerja} - \text{Harapan}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum y_i}{n} \quad \bar{X}_i = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{Y}_i$  = Rata-rata jawaban responden untuk pernyataan harapan atribut ke-i

$\bar{X}_i$  = Rata-rata jawaban responden untuk pernyataan kenyataan atribut ke-i

$\sum y_i$  = Jumlah bobot jawaban pernyataan harapan atribut ke-i

$\sum x_i$  = Jumlah bobot jawaban pernyataan kenyataan atribut ke-i

n = Jumlah responden

## 5. Customer Satisfaction Index

Untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diukur, dianalisis dengan metode pengukuran *Customer Satisfaction Indeks (CSI)* dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Customer satisfaction (CSI)} = \frac{\text{Weighted Average (WA)}}{\text{Highest Scale (HS)}} \times 100\%$$

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan frekuensi pembelian, dan domisili.

#### *Umur Responden*

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa, responden yang paling dominan adalah berkisar antara usia 15-30 tahun dengan persentase sebanyak 66%. Hal ini menggambarkan bahwa kelompok usia antara 15-30 tahun merupakan usia dimana mereka masih senang mencoba tempat-tempat baru sambil wisata kuliner serta mencari tempat yang nyaman untuk dijadikan sebagai tempat berkumpul.

#### *Jenis Kelamin*

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah responden perempuan sebanyak 16 orang dengan persentase 53% dan responden laki-laki sebanyak 14 orang dengan persentase 47%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak begitu banyak selisih antara jumlah responden perempuan dan laki-laki. Sehingga baik perempuan maupun laki-laki sama-sama gemar dalam mengkonsumsi ikan.

#### *Tingkat Pendidikan*

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, konsumen ikan bakar pada Lesehan Purnama berasal dari berbagai strata pendidikan mulai dari SMP, SMA, sampai D3/S1. Responden yang mendominasi yaitu pada strata pendidikan D3/S1 yaitu dengan jumlah responden sebanyak 21 orang dengan persentase 70%. Responden dengan pendidikan

terakhir SMA/ SLTP berjumlah 8 orang dengan persentase 27%, kemudian responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP/SLTP sebanyak 1 orang dengan persentase 3%.

### ***Pekerjaan***

Berdasarkan data yang diperoleh, pekerjaan responden cukup beragam dan responden terbanyak yaitu pekerja sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar 27%. Kemudian konsumen yang bekerja sebagai pengusaha/wiraswasta dan pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 23% dan yang paling sedikit yaitu konsumen yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil yaitu sebanyak 3 orang dengan persentase 10%.

### ***Pendapatan***

Berdasarkan data yang diperoleh responden terbanyak merupakan merupakan responden dengan tingkat pendapatan Rp. 2.500.000 – 4.000.000 dengan persentase sebanyak 43%. Sedangkan responden yang paling sedikit yaitu pada tingkat pendapatan yang berkisar antara Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000. Hal ini dapat dikarenakan responden terbanyak yaitu pegawai swasta dengan tingkat pendapatan yang berkisar pada nominal tersebut.

### ***Frekuensi Pembelian***

Berdasarkan data yang diperoleh rata-rata responden melakukan pembelian sebanyak 1-2 kali dalam sebulan yaitu sebanyak 24 responden dengan persentase sebesar 80%, dan konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 2-4 kali dalam sebulan yaitu sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 20%.

### ***Domisili***

Domisili memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian suatu produk atau jasa. Domisili yang lebih dengan lesehan Purnama akan membuat konsumen lebih mudah untuk mengakses tempat tersebut. Hal ini dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk membeli makanan. Berdasarkan Tabel 4.3. responden terbanyak berdomisili di Kabupaten Lombok Timur yaitu sebanyak 23 orang dengan persentase sebanyak 77% dan responden yang berdomisili di luar Kabupaten Lombok Timur yaitu sebanyak 7 orang dengan persentase 23%

### **Uji Validitas**

Validitas suatu instrumen merupakan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur dalam dalam melakukan fungsi ukurnya.. Hasil uji instrumen

untuk tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut produk dan kualitas pelayanan pada Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik diperoleh bahwa nilai  $r$  hitung setiap pertanyaan pada kuisioner lebih besar dari nilai  $r$  tabel yaitu sebesar 0,361 ( $N=30$ ) dengan signifikansi 5%. Dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan pada instrumen tingkat kepentingan dan tingkat kinerja valid untuk digunakan.

### Uji Reliabilitas

Menurut Sumadi Suryabrata (2004) reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran instrumen tersebut dapat dipercaya. Hasil uji reliabilitas terhadap jawaban responden mengenai kepentingan atribut produk didapatkan nilai koefisien Cornbach Alpha ( $\alpha$ ) sebesar 0,610. Hasil uji reliabilitas instrumen kinerja atribut produk didapatkan nilai koefisien Cornbach Alpha ( $\alpha$ ) sebesar 0,634. Hasil uji reliabilitas instrumen kepentingan kualitas pelayanan didapatkan nilai koefisien Cornbach Alpha ( $\alpha$ ) sebesar 0,705. Hasil uji reliabilitas instrumen kinerja kualitas pelayanan didapatkan nilai koefisien Cornbach Alpha ( $\alpha$ ) sebesar 0,663. Semua nilai koefisien Cornbach Alpha ( $\alpha$ ) yang diperoleh lebih besar dari 0,6 ( $\alpha = 0,1$ ) maka dapat disimpulkan bahwa instrumen reliabel untuk digunakan.

### Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Atribut Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang diukur menggunakan delapan aspek penilaian yaitu harga, tingkat kesegaran, rasa, kualitas bumbu, tingkat kepedasan, porsi ikan, ukuran ikan, dan porsi sambal diperoleh hasil penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk ikan bakar pada Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 1. Total Skor dan Rata-rata Atribut Produk

Atribut	Total		Rata-rata	
	Kepentingan ( $\sum Y_i$ )	Kinerja ( $\sum X_i$ )	Kepentingan ( $\bar{Y}$ )	Kinerja ( $\bar{X}$ )
A1	136	131	4.53	4.37
A2	142	127	4.73	4.23
A3	142	125	4.73	4.17
A4	123	117	4.1	3.9
A5	118	119	3.93	3.97
A6	122	113	4.07	3.77
A7	129	124	4.3	4.13
A8	132	120	4.4	4
	Total		34.79	32.54
	Rata-rata		4.35	4.07

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Keterangan:

A1: Harga

A2: Tingkat Kesegaran

A3: Rasa

A4: Kualitas bumbu

A5: Tingkat kepedasan

A6: Porsi ikan

A7: Ukuran ikan

A8: Porsi sambal

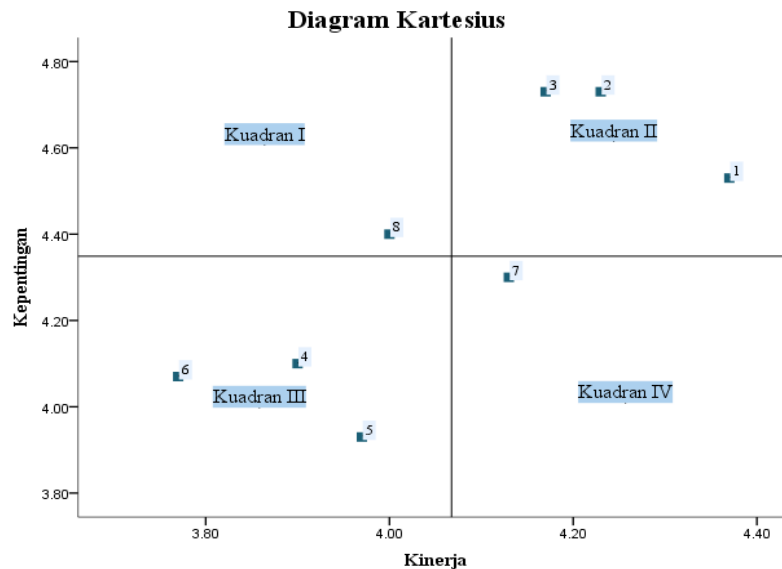
Berdasarkan tabel 1 atribut yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi yaitu tingkat kesegaran, rasa, harga dan porsi sambal. Atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang masih berada dibawah rata-rata adalah ukuran ikan, kualitas sambal, porsi ikan dan tingkat kepedasan. Sedangkan atribut yang memiliki tingkat kinerja yang baik yaitu harga, rasa, tingkat kesegaran dan ukuran ikan. Atribut yang memiliki tingkat kinerja yang rendah yaitu porsi sambal, tingkat kepedasan, kualitas sambal dan porsi ikan. Nilai rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yaitu 4,35 dan nilai rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut yaitu 4,07, yang artinya delapan atribut yang menjadi indikator penelitian terhadap atribut produk tersebut menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen dalam membeli produk ikan bakar. Nilai rata-rata kinerja lebih rendah dari nilai rata-rata kepentingan, artinya sebagian besar atribut yang melekat pada produk ikan bakar tersebut belum memiliki kinerja yang baik, oleh karena itu pemilik usaha harus memikirkan strategi untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja dari atribut tersebut agar keinginan konsumen dapat terpenuhi sesuai dengan yang diharapkan sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan untuk berkunjung kembali ke Lesehan Purnama tersebut.

### **Analisis Importance Performance Analysis (IPA)**

Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut produk dianalisis menggunakan *Importance Performance Analysis*(IPA). Metode *Importance Performance Analysis* bertujuan untuk menunjukkan prioritas perbaikan tingkat kinerja masing-masing atribut pada produk ikan bakar melalui diagram kartesius yang terbagi menjadi empat kuadran. Sumbu X pada diagram kartesius terdapat nilai rata-rata tingkat kinerja. Sedangkan pada sumbu Y terdapat nilai rata-rata tingkat kepentingan. Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,35 dan tingkat kinerja sebesar 4,07. Kedua nilai ini dapat menjadi garis tengah pada diagram kartesius *Importance Performance Analysis*(IPA) yang membentuk empat kuadran yang menggambarkan keadaan yang berbeda. Sedangkan nilai rata-rata kepentingan ( $\bar{Y}$ ) dan kinerja ( $\bar{X}$ ) setiap atribut menjadi titik koordinatnya masing-masing pada diagram kartesius sehingga terbentuk empat



kuadran yaitu: kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah) dan kuadran IV (berlebih). Diagram kartesius Importance Performance Analysis (IPA) untuk atribut-atribut produk ikan bakar dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis

Keterangan:

**Kuadran I (Prioritas Utama)**

Porsi sambal (8)

**Kuadran II (Pertahankan prestasi)**

Harga (1)

Tingkat kesegaran (2)

Rasa (3)

**Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Kualitas bumbu (4)

Tingkat kepedasan (5)

Porsi Ikan (6)

**Kuadran IV (Berlebih)**

Ukuran Ikan (7)

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa atribut produk ikan bakar yang tergolong pada kuadran pertama yaitu porsi sambal. Atribut produk yang tergolong pada kuadran ini menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun dengan tingkat kinerja yang rendah atau masih dibawah rata-rata, yang berarti bahwa rata-rata konsumen masih belum puas terhadap kinerja dari atribut porsi sambal ini. Kemudian atribut yang tergolong dalam kuadran kedua atau kuadran yang sangat penting untuk dipertahankan kinerjanya karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan tingkat kinerja yang tinggi juga yaitu harga, tingkat

kesegaran dan rasa. Ketiga atribut ini dapat dikatakan sebagai salah satu pemicu konsumen melakukan pembelian ulang karena ekspektasi konsumen terhadap ketiga atribut ini sudah hampir terpenuhi dengan baik. Atribut yang tergolong pada kuadran ketiga dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tidak terlalu tinggi atau masih berada dibawah rata-rata yaitu kualitas bumbu, tingkat kesegaran dan porsi ikan. Atribut-atribut pada kuadran ketiga ini memang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena tingkat kepentingan yang diperoleh masih berada dibawah rata-rata, begitupun juga dengan kinerja yang diberikan. Terakhir kuadran keempat yaitu dengan tingkat kepentingan dibawah rata-rata dan tingkat kinerja diatas rata-rata, adapun atribut yang tergolong pada kuadran keempat ini yaitu ukuran ikan. Atribut produk pada kuadran ini merupakan atribut yang perlu dipertimbangkan untuk tetap dipertahankan atau dikurangi tingkat kinerjanya karena lebih tinggi dari harapan konsumen sehingga dianggap berlebihan.

### **Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan**

Tingkat kepuasan dimensi kualitas pelayanan pada Lesahan Purnama Kecamatan Masbagik dianalisis berdasarkan dimensi servqual. Dimensi servqual memiliki lima dimensi yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian). Setiap dimensi terdiri dari beberapa pertanyaan, masing masing akan dianalisis menggunakan analisis servqual. Hasil dari analisis tingkat kepuasan konsumen berdasarkan dimensi kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2. Tingkat Kepentingan, Kinerja dan Gap Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Pertanyaan	Jumlah Skor Kinerja	Jumlah Skor Kepentingan	Rata-rata Kinerja	Rata-rata Kepentingan	Gap (Servqual Score)
Tangible	P1	124	126	4.13	4.20	-0.07
	P2	113	124	3.77	4.13	-0.36
	P3	115	120	3.83	4,00	-0.17
	P4	125	127	4.17	4.23	-0.06
Reliability				3.97	4.14	-0.17
	P5	117	123	3.90	4.10	-0.20
	P6	118	128	3.93	4.27	-0.34
Responsivene ss				3.91	4.18	-0.27
	P7	120	126	4,00	4.20	-0.20
Assurance	P8	113	124	3.77	4.13	-0.36
				3.85	4.13	-0.28
	P10	123	134	4.10	4.47	-0.37
	P11	126	129	4.20	4.30	-0.1
	P12	132	129	4.40	4.30	0.1

				4.23	4.36	-0.13
Empathy	P13	110	125	3.67	4.17	-0.50
	P14	111	129	3.70	4.30	-0.60
				3.68	4.23	-0.55
Rata-rata						-0.25
Gap Minimum						0.1
Gap Maksimum;						-0.6

Sumber: Data primer diolah (2023)

Keterangan:

- P1: Penataan tempat
- P2: Metode pembayaran
- P3: Akses jalan menuju lokasi
- P4: Luas dan keamanan tempat parkir
- P5: Karyawan ahli dalam menyiapkan pesanan
- P6: Karyawan memiliki komunikasi yang baik
- P7: Kesigapan karyawan dalam menanggapi keluhan
- P8: Kecepatan penyajian makanan
- P9: Keramahan dan kesopanan karyawan
- P10: Kebersihan dan sanitasi fasilitas
- P11: Kenyamanan tempat makan
- P12: Kerapihan tempat
- P13: Karyawan merekomendasikan tempat duduk
- P14: Karyawan memperhatikan kebutuhan konsumen

Berdasarkan tabel 2 hasil analisis servqual diperoleh nilai gap rata-rata sebesar -0,25 yang artinya masih banyak pelayanan yang belum dapat memenuhi harapan konsumen. Nilai gap minimum yang diperoleh sebesar 0,1 dan nilai gap maksimum yang diperoleh sebesar 0,60. Gap bernilai positif atau lebih dari nol yaitu pada dimensi *assurance* (jaminan) yaitu kerapihan tempat. Sedangkan ketiga belas parameter lainnya masih bernilai negatif atau berada di bawah angka nol yang berarti bahwa kinerja dari kelima dimensi kualitas pelayanan ini masih rendah sehingga perlu untuk ditingkatkan karena dapat berdampak besar terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen kedepannya.

### **Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Menyeluruh**

Tingkat kepuasan konsumen dapat memberikan adaptasi bagi pelaku usaha untuk memperbaiki kinerja sehingga nantinya akan memberikan daya saing dan terciptanya keharmonisan yang baik dengan harapan konsumen. Pengukuran mengenai tingkat kepuasan konsumen penting dilakukan untuk memahami sejauh mana produk atau layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen dapat diketahui dengan membandingkan antara kinerja yang diterima dengan harapan yang diinginkan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas

produk dan kualitas pelayanan pada Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik secara menyeluruh dianalisis menggunakan metode analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI). Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan dengan menghitung skor nilai rata-rata kepentingan dan kinerja atribut produk ikan bakar yang ada pada Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik.

### ***Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Atribut Produk***

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, secara umum memberikan gambaran bahwa kepuasan konsumen secara menyeluruh dari berbagai aspek penilaian digambarkan pada delapan atribut yang melekat pada produk ikan bakar yaitu: harga, tingkat kesegaran, rasa, kualitas bumbu, tingkat kepedasan, porsi ikan, ukuran ikan, porsi sambal dan ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index Atribut Produk

No.	Atribut	Kepentingan	Kinerja	MIS	MSS	WF	WS
1	A1	136	131	4,53	4,37	13,02	56,90
2	A2	142	127	4,73	4,23	13,6	57,51
3	A3	142	125	4,73	4,17	13,6	56,69
4	A4	123	117	4,1	3,9	11,78	45,97
5	A5	118	119	3,93	3,97	11,3	44,85
6	A6	122	113	4,07	3,77	11,7	44,10
7	A7	129	124	4,3	4,13	12,36	51,05
8	A8	132	120	4,4	4	12,65	50,59
Jumlah		1044	976	34,79	32,54	100	407,65
WAT							407,65
CSI							81,53

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3 diatas memberikan gambaran bahwa kepuasan konsumen tergantung pada atribut produk tingkat kesegaran ikan, harga dan rasa, yang mana untuk ketiga atribut produk ini merupakan atribut dengan tingkat kepuasan tertinggi. Tingkat kesegaran dengan nilai 57,51, atribut harga memperoleh nilai sebesar 56,60 dan atribut rasa memperoleh nilai sebesar 56,69. Kemudian atribut-atribut yang turut mendukung kepuasan konsumen yaitu ukuran ikan memperoleh nilai sebesar 51,05 dan porsi sambal memperoleh nilai sebesar 50,59. Atribut produk produk yang tidak begitu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara menyeluruh yaitu kualitas bumbu 45,97, tingkat kepedasan 44,85 dan porsi ikan 44,10. Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction*

*Index* (CSI) untuk atribut produk yang diperoleh sebesar 81,53 yang berada pada rentang 81%-100%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen atribut produk ikan bakar berada pada kategori sangat puas walaupun memang terdapat 19,47% konsumen merasa belum puas terhadap kinerja dari atribut produk ikan bakar. Oleh karena itu, pihak lesehan harus mampu memperbaiki atau meningkatkan kinerja dari atribut-atribut ikan bakar sesuai dengan kepentingan atau harapan konsumen.

### ***Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan***

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh secara umum memberikan gambaran bahwa kepuasan konsumen secara menyeluruh dari berbagai aspek digambarkan pada empat belas aspek penilaian yang mencakup lima dimensi *service quality* yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dan ditunjukkan pada tabel 4.7.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index Kualitas Pelayanan

No.	Atribut	Kepentingan	Kinerja	MIS	MSS	WF	WS
1	P1	126	124	4,2	4,13	7,13	29,5
2	P2	124	113	4,13	3,77	7,02	26,4
3	P3	120	115	4	3,83	6,8	26,0
4	P4	127	125	4,23	4,17	7,19	30,0
5	P5	123	117	4,1	3,9	6,96	27,2
6	P6	128	118	4,27	3,93	7,25	28,5
7	P7	126	120	4,2	4	7,13	28,5
8	P8	124	113	4,13	3,77	7,02	26,4
9	P9	122	113	4,07	3,77	6,91	26,0
10	P10	134	123	4,47	4,1	7,59	31,1
11	P11	129	126	4,3	4,2	7,3	30,7
12	P12	129	132	4,3	4,4	7,3	32,1
13	P13	125	110	4,17	3,67	7,08	26,0
14	P14	129	111	4,3	3,7	7,3	27,0
Jumlah		1766	1660	58,9	55,3	100	396
WAT							396
CSI							79,2

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 diatas memberikan gambaran bahwa kepuasan konsumen tergantung pada kerapihan tempat dengan nilai 32,1, kebersihan dan sanitasi fasilitas 31,1, kenyamanan tempat makan 30,7, luas dan keamanan tempat parkir 30,0. Keempat indikator ini yang berpengaruh cukup besar terhadap kepuasan konsumen. Kemudian ada

empat indikator lain yang cukup berpengaruh juga yaitu penataan tempat 29,5, karyawan memiliki komunikasi yang baik 28,5, kesigapan karyawan dalam menanggapi keluhan 28,5, keahlian karyawan dalam menyiapkan makanan 27,2, dan karyawan memperhatikan kebutuhan konsumen 27,0. Indikator pendukung yaitu indikator metode pembayaran 26,4, kecepatan penyajian makanan 26,4, akses jalan menuju lokasi 26,0, keramahan dan kesopanan karyawan 26,0, dan inisiatif karyawan dalam merekomendasikan tempat duduk 26,0. Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 79,2 yang berada pada rentang 66%-80%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen kualitas pelayanan Lesehan Ikan Bakar Purnama berada pada kategori puas walaupun memang terdapat 20,8% konsumen merasa belum puas terhadap kinerja dari kualitas pelayanan ikan bakar. Oleh karena itu, pihak lesehan harus mampu memperbaiki atau meningkatkan kinerja dari kualitas pelayanan lesehan ikan bakar sesuai dengan kepentingan atau harapan konsumen, agar nilai *Customer Satisfaction Index* yang diperoleh dapat mencapai 100%.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja atribut ikan bakar yang dianggap penting oleh konsumen adalah tingkat kesegaran, rasa, harga, dan porsi sambal. Pihak Lesehan sudah mampu memberikan kinerja yang baik terhadap atribut kesegaran, rasa dan harga namun harus meningkatkan kualitas kinerja dari porsi sambal.
2. Kinerja dari dimensi pelayanan pada Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik masih belum mampu memenuhi harapan dari konsumen karena rata-rata nilai gap yang diperoleh masih dibawah angka nol atau bernilai negatif
3. Konsumen ikan bakar pada Lesehan Purnama Kecamatan Masbagik sangat puas terhadap kualitas dari atribut produk dan merasa puas terhadap kualitas pelayanan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi sesuai dengan yang diharapkan, maka pihak lesehan harus melakukan perbaikan kualitas atribut produk ikan bakar dengan porsi sambal menjadi prioritas utama karena porsi sambal merupakan atribut produk dengan tingkat kepentingan yang tinggi namun kinerja yang diberikan masih rendah
2. Selain itu juga perlu dilakukan peningkatan kualitas kinerja untuk dimensi kualitas pelayanan karena berdasarkan analisis gap servqual, sebagian besar masih terdapat gap negatif yang berarti kinerja dari dimensi kualitas pelayanan masih lebih rendah daripada tingkat harapan konsumen.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih memperjelas karakteristik dari responden yang menjadi objek penelitian dan lebih menjabarkan kondisi lesehan purnama.

### DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- BPS. (2021). *Kabupaten Lombok Timur Dalam Angka*. BPS. Selong
- Data Riset. (2013). *Uji Instrumen*. <https://datariset.com/olahdata/detail/olah-data-jogja-uji-instrume>. [Diakses 27 Januari 2023]
- Daga R. (2013). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar. Global Research and Consulting Institute.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya. CV. Jakad Publishing.
- Raharji Syahid. 2014. *Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html>. [Diakses 27 Januari 2023]
- Rokhmah, Setiawan et.all. (2022). *Pangan dan Gizi*. Yayasan Kita Menulis. Medan
- Subagiono, Alodia Geralda Khansa. (2019). *Analisis Profil Protein Tulang (Oreochromis Niloticus) Sebelum dan Sesudah Dimasak Menggunakan Metode SDS-PAGE*. [Skripsi]. Jember: Universitas Jember.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Matondang Zulkifli. (2009). *Validitas Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian*. *Jurnal Tabularasa*,6 (1). <http://digilib.unimed.ac.id/705/>