

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Profil Perusahaan

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Prambanan Garden Resataurant didirikan pada tahun 2000 oleh Dwi Murdianto dan mulai usahanya pada tanggal 16 Januari. Lokasi restoran di komplek Ramayana Ballet Candi Prambanan, Jl.Raya Jogja-Solo km.16 Prambanan Jogjakarta.

Prambanan Garden Restaurant menyajikan masakan Indonesia khas Jawa dengan tujuan memelihara, menjaga serta memperkenalkan makanan tersebut khususnya pada tamu mancanegara yang mengunjungi Candi Prambanan maupun tamu yang bermaksud untuk menyaksikan pertunjukan Ramayana Ballet.

Makanan disajikan secara prasmanan, set menu, a'la carte. Para tamu dapat menikmati makanan didukung adanya pemandangan candi Prambanan sehingga menambah kenikmatan serta kenyamanan dalam besantap.

Pada waktu didirikan kapasitas restoran hanya 40 kursi. Perusahaan telah mengalami perkembangan serta pasang surut sesuai dengan perekonomian di Indonesia. Saat ini kapasitas meningkat

menjadi 125 kursi bahkan disesuaikan dengan jumlah pesanan karena restoran mempunyai halaman yang cukup luas.

Dengan perkembangan yang dirasa cukup menjanjikan, maka Dwi Murdianto berani untuk mengembangkan usahanya dengan membuka cabang restoran yang berlokasi di lingkungan Candi Prambanan Timur museum Candi yang berkapasitas 50 orang, naming demikian dapat pula menerima pesanan lebih dari kapasitas.

3.1.2 Tujuan Pendirian Perusahaan

Restoran adalah suatu tempat yang diorganisasi secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan jasa dengan baik kepada semua tamunya yang berupa makanan dan minuman.

Visi : Dengan memelihara dan melestarikan kebudayaan dapat menciptakan lapangan kerja.

Misi : Dapat mencapai laba guna meningkatkan kesejahteraan bersama.

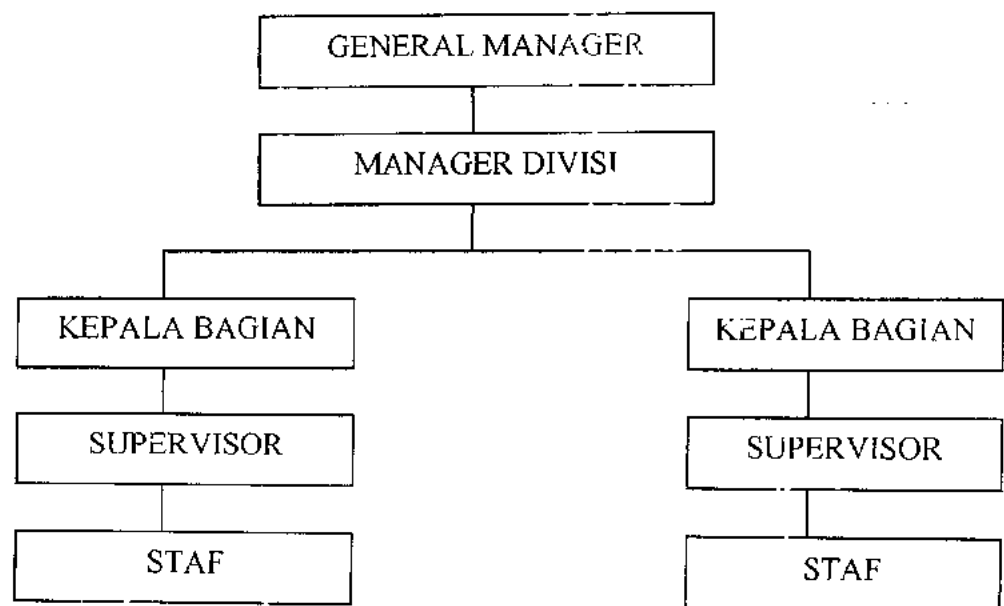
Restoran merupakan suatu bisnis yang direncanakan dengan baik yang dimaksudkan dan ditujukan untuk suatu tujuan tertentu. Sebagaimana umumnya setiap perusahaan, tujuan operasi restoran adalah untuk mencari keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Akan tetapi tujuan utama perusahaan adalah menciptakan kepuasan tamu. Untuk dapat tercapainya tujuan tersebut, manajemen

harus tahu cara mengelola seperti halnya bagaimana cara membuat para tamu merasa puas dan senang sehingga mereka selalu berkeinginan untuk menjadi pelanggan restoran yang senantiasa akan kembali.

3.1.3 Struktur Organisasi dan Personalia

Dilihat dari hubungan kerja, saluran perintah dan tanggung jawab, maka struktur organisasi di Prambanan Garden Restaurant sangatlah sederhana dan mudah karena hanya ada pelimpahan kekuasaan langsung dari atasan ke bawahan dan pertanggungjawaban langsung bawahan ke atasan sesuai dengan masing-masing bagianya.

Struktur organisasi di Prambanan Garden Restaurant dapat digambarkan sebagai beriku. :



Keterangan :

General Manager : Bertanggung jawab penuh terhadap kelangsungan hidup perusahaan baik secara intern maupun ekstern serta dalam menentukan kebijaksanaan.

Manager : Bertanggung jawab terhadap operasional perusahaan secara keseluruhan baik secara intern maupun ekstern.

Kepala Bagian : Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan dan pembagian tugas dalam operasional masing-masing bagian.

Supervisor : Bertanggung jawab sesuai dengan tugas masing-masing untuk kelancaran operasional.

Selain harus memenuhi kewajiban, karyawan juga memperoleh hak sehubungan dengan kesejahteraan yang akan diberikan oleh perusahaan sebagai berikut :

- Karyawan mendapat gaji tetap yang diberikan secara bulanan
- Uang transport
- Uang kesehatan
- Uang lembur

- Tunjangan Hari Raya
- Asuransi
- Insentif/bonus sesuai kebijaksanaan perusahaan.

Sumber Daya manusia di Prambanan Garden Restaurant terdiri dari :

- Karyawan tetap : 12 orang
- Tenaga kontrak : 10 orang
- Tenaga harian : disesuaikan dengan kebutuhan berdasarkan jumlah tamu

3.2. Variabel dan Definisi

a. Atribut Lokasi

Persepsi konsumen tentang letak usaha Prambanan Garden Restaurant.

b. Atribut Tata Letak

Persepsi konsumen tentang tata letak restaurant meliputi layout ruangan, kebersihan, kenyamanan, dan desain interior.

c. Atribut Produk

Persepsi konsumen tentang variasi menu yang ditawarkan, cita rasa dan aroma masakan, kualitas masakan dan harga

- d. **Atribut Fasilitas**
Persepsi konsumen tentang fasilitas seperti parkir, fasilitas MCK, tempat ibadah dan lain-lain.
- e. **Atribut Pelayanan**
Persepsi konsumen tentang ketanggapan, keramahan dan interpretasi yang diberikan selama menikmati masakan di PGR.
- f. **Kepuasan konsumen adalah penilaian subyektif konsumen terhadap semua atribut tersebut diatas yang dalam ini berkisar antara sangat puas dan sangat tidak puas.**
- g. **Tingkat kepuasan konsumen adalah total skor dalam Skala Likert yang menunjukkan pada tingkat yang mana kepuasan terpersepsikan. Dalam analisis ini digunakan 5 skala Likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Untuk skor jawaban adalah sebagai berikut :**
- | | |
|---|-----|
| a) Jawaban Sangat Setuju diberi bobot | = 5 |
| b) Jawaban Setuju diberi bobot | = 4 |
| c) Jawaban Ragu-ragu/ Cukup diberi bobot | = 3 |
| d) Jawaban Tidak Setuju diberi bobot | = 2 |
| e) Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi bobot | = 1 |
- h. **Demografis Responden meliputi : jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan dan pekerjaan.**

- Jenis Kelamin dibagi 2 yaitu Perempuan dan Laki-laki
- Pendidikan dikategorikan kedalam 2 kelompok yaitu perguruan tinggi (D1/D2/D3 dan S1/S2/S3) dan non-perguruan tinggi (SD, SMP, SMU).
- Umur dibagi 3 kelompok yaitu 17-27 tahun, 28-38 tahun, diatas 39 tahun.
- Pekerjaan dikelompokkan menjadi 4 yaitu mahasiswa/pelajar, PNS/TNI/POLRI, pegawai swasta dan wiraswasta.
- Pendapatan dibagi menjadi 3 kelompok : dibawah atau < Rp.500.000,00, antara Rp.500.000,00 – Rp.1.000.000,00 dan diatas atau > Rp.1.000.000,00

3.3. Alat Penelitian

- a. Lembar Kuesioner yang dibagikan kepada konsumen untuk diisi.
- b. Alat tulis dan buku catatan.
- c. Tape perekam untuk merekam wawancara langsung.
- d. Tabel distribusi frekuensi untuk analisa deskriptif kuantitatif dan kualitatif.
- e. *Software Microsoft Excel 2000* untuk tabulasi dan rekapitulasi data primer.

- f. Software SPSS 10.0 for Windows untuk mengolah data primer dan menunjukkan adanya perbedaan rata-rata antara variabel bebas dan variabel tergantung.

3.4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Data yang diambil dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer data sekunder.

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data tersebut kemudian diamati dan dicatat untuk pertama kalinya oleh peneliti. Dalam hal ini adalah responden yang datang dan menikmati jasa serta pelayanan dari PGR. Untuk memperoleh data primer ini penulis memberikan angket pertanyaan yang berbentuk kuesioner kepada responden dan jawaban-jawaban dari para responden inilah yang nantinya akan menjadi data primer.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur-literatur serta majalah-majalah ilmiah yang berhubungan dengan penelitian dan mendukung data primer. Data sekunder ini merupakan sumber bagi studi pustaka yang relevan dengan pokok permasalahan penelitian.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

a. Interview / wawancara

Mengadakan interview / wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak perusahaan untuk memperoleh keterangan yang berhubungan dengan sejarah dan perkembangan PGR di Jogjakarta.

b. Kuesioner

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yaitu berupa daftar pelayanan yang ditujukan langsung kepada konsumen yang bersangkutan untuk memberi informasi tentang kepuasan yang dirasakan.

c. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek yang diteliti sambil mencatat hal-hal yang penting untuk bahan penulisan.

3.5. Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi merupakan suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu tertentu dengan kualitas tertentu pula. Dalam

penelitian ini populasi yang dipakai adalah semua orang atau konsumen yang datang untuk menggunakan jasa layanan PGR

B. Sampel

1. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel ini akan menggunakan metode random sampling yaitu pengambilan elemen-elemen yang di maksud dalam sampel dilakukan dengan sengaja dan catatan bahwa sampel yang diambil nantinya harus representatif atau mewakili.

2. Penentuan jumlah sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti. Secara teoritis, semakin banyak sampel yang diambil, semakin kecil kemungkinan kesalahan penelitian. Jumlah sampel diambil sebanyak 100 responden. Perkiraan jumlah sample ini didasarkan karena sudah melampaui jumlah minimum yang dapat diperhitungkan dengan rumus :

$$n = \frac{z^2 p q}{D^2}$$

Dimana :

n = jumlah sample

p = *Bed Occupancy Rate* (BOR) dalam % = 50 %

q = 1-p = 50 %

D = Prosentase perkiraan kekeliruan = 5 %

Z – Standar Deviasi = 1,96

Sehingga

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{D^2} = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2} = 96,04 = 96$$

3.6. Pengujian Alat Ukur

Sebelum daftar pertanyaan (kuesioner) digunakan untuk pengumpulan data, terlebih dahulu diperlukan pengujian terhadap validitas kesahihan dan reliabilitas kehandalan isi kuesioner. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kualitas item-item pertanyaan dari kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian. Hasil uji tersebut akan menentukan kualitas dari instrument penelitian sehingga uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian (kuesioner) sangat penting untuk dilakukan. Cooper & Schindler (2001) menyatakan bahwa suatu data penelitian tidak akan berguna jika instrument pengukuran yang digunakan tidak memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi.

3.6.1. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini adalah uji penelitian yang paling banyak digunakan dalam analisis data yakni pengujian terhadap item (pertanyaan). Pengertian secara umum mengenai validitas item ialah bahwa sesuatu item (pertanyaan) dapat dikatakan

valid jika mempunyai dukungan yang kuat terhadap skor total (Alhusin,2002). Dengan kata lain sebuah item pertanyaan dikatakan mempunyai validitas yang tinggi jika terdapat skor kesejajaran (korelasi yang tinggi terhadap skor total item).

Koefisien Validitas (korelasi) minimal 0,30 menurut Cronbach sebagaimana dikutip Alhusin (2002) sudah dapat diterima untuk suatu pengujian validitas.

Dengan demikian apabila pernyataan-pernyataan yang memiliki korelasi dengan skor kurang dari 0,30 maka dapat dikeluarkan dan pernyataan-pernyataan yang diikutsertakan dalam proses penelitian selanjutnya adalah item-item yang memiliki korelasi minimal/lebih dari

Uji Validitas ini dilakukan berulang-ulang dengan menggunakan paket program SPSS versi 10 for windows sampai diperoleh kondisi dimana jumlah butir yang gugur tidak bertambah(tetap).

Tabel 3.1
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Item	Koefisien Korelasi	Status	Item	Koefisien Korelasi	Status
1	0,032	<i>Gugur</i>	16	0,597	Valid
2	0,422	Valid	17	0,559	Valid
3	0,223	<i>Gugur</i>	18	0,713	Valid
4	0,571	Valid	19	0,262	<i>Gugur</i>
5	0,422	Valid	20	0,868	Valid
6	0,600	Valid	21	0,350	Valid
7	0,018	<i>Gugur</i>	22	0,537	Valid
8	0,338	Valid	23	-0,097	<i>Gugur</i>
9	-0,019	<i>Gugur</i>	24	0,868	Valid
10	0,696	Valid	25	0,214	<i>Gugur</i>
11	0,651	Valid	26	0,589	Valid
12	0,482	Valid	27	0,638	Valid
13	-0,0195	<i>Gugur</i>	28	0,830	Valid
14	-0,261	<i>Gugur</i>	29	0,006	<i>Gugur</i>
15	0,724	Valid	30	0,470	Valid

Berdasarkan table diatas dari 30 item yang diujikan, terdapat 10 item yang gugur karena skor kurang dari 0,30. Untuk lebih jelasnya dapat dideskripsikan sebagai berikut :

- a. Item pertanyaan nomer 1,2,3,4,5,6,7 mengenai lokasi setelah diujikan hanya terdapat 4 item yang valid dan 3 item lainnya gugur.
- b. Item pertanyaan mengenai tata letak nomer 8,9,10,11,12 hanya 1 item yang gugur karena mempunyai skor dibawah 0,30 yaitu -0,019.

- c. Dari ketujuh item pertanyaan (13,14,15,16,17,18,19) mengenai produk setelah diujikan terdapat 3 item gugur dan 4 item lainnya valid.
- d. Untuk 5 item pertanyaan (20,21,22,23,24) mengenai service/pelayanan hanya 1 item saja yang gugur.
- e. Sedangkan untuk 6 item pertanyaan (25,26,27,28,29,30) mengenai fasilitas terdapat 4 item yang valid dan 2 item gugur.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat test (instrumen). Suatu instrument dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian test/instrument tersebut menunjukkan hasil yang tetap.

Secara empiris, tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh angka yang disebut koefisien reliabilitas. Secara teoritis besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai dengan 1. Akan tetapi pada kenyataannya koefisien sebesar 1 dan sekecil 0 tidak pernah dijumpai (Azwar, 1997). Koefisien reliabilitas sama dengan 1, berarti adanya konsistensi yang sempurna pada hasil ukur instrument yang digunakan. Konsistensi sempurna tersebut tidak dapat terjadi pada

pengukuran aspek-aspek psikologis dan social yang menggunakan manusia sebagai subyeknya, karena terdapat berbagai sumber kesalahan dalam diri manusia yang mudah mempengaruhi hasil pengukuran (Azwar, 1997). Koefisien reliabilitas semakin mendekati 1 semakin reliabel.

Hasil perhitungan uji reliabilitasnya berdasarkan tabel 3.2. adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Rekapitulasi Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Reliabilitas
Lokasi	0,591	Reliabel
Tata Letak	0,674	Reliabel
Produk	0,586	Reliabel
Pelayanan	0,724	Reliabel
Fasilitas	0,725	Reliabel

Dari tabel tersebut nilai koefisien korelasi untuk masing-masing variabel dapat disimpulkan bahwa pengukuran yang telah dilakukan mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi.

3.7. Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menarik kesimpulan dari suatu keadaan yang digambarkan dalam tabel-tabel kompilasi data dan distribusi frekuensi tanpa menggunakan inferesia statistik.

Kesimpulan bisa diwujudkan dalam angka-angka kuantitatif semisal presentase atau dalam bentuk pernyataan kualitatif.

3.7.2. Analisis Kuantitatif

Dalam penelitian ini, data-data yang berupa angka dianalisa dengan menggunakan pendekatan rumus-rumus statistik, agar mendapatkan hasil yang lebih baik praktis dan efisien.

3.7.2.1 . Statistik deskriptif

Pada statistic yang diperoleh merupakan data empiric. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terlebih dahulu harus dicari rerata hipotetis totalnya lalu dibandingkan dengan rerata empiric totalnya (Azwar,1999)

Rumus :

$$\bar{X}_{hip} = \frac{\text{min}+\text{max}}{2} = \frac{(1 \times 20) + (5 \times 20)}{2} = \frac{120}{2} = 60$$

$$\overline{SD}_{hip} = \frac{\text{max}-\text{min}}{5} = \frac{(5 \times 20) - (1 \times 20)}{5} = \frac{80}{5} = 16$$

$$\begin{aligned} \text{Sangat Rendah} &= < \bar{X} - 2 \overline{SD} \\ &= < 60 - (2 \times 16) \\ &= < 28 \end{aligned}$$

$$\text{Rendah} = < \bar{X} - 2 \overline{SD} \text{ s/d } \bar{X} - 1 \overline{SD}$$

$$= 60 - 32 \text{ s/d } 60 - 16$$

$$= 28 \text{ s/d } 44$$

$$\text{Sedang} = \bar{X} \pm 1\bar{SD}$$

$$= 60 \pm 16$$

$$= 44 \text{ s/d } 76$$

$$\text{Tinggi} = \bar{X} + 1\bar{SD} \text{ s/d } \bar{X} + 2\bar{SD}$$

$$= 60 + 16 \text{ s/d } 60 + 32$$

$$= 76 \text{ s/d } 92$$

$$\text{Sangat Tinggi} = > \bar{X} + 2\bar{SD}$$

$$= > 60 + 32$$

$$= > 92$$

Selain itu dicari pula rerata hipotetik untuk 5 atribut PGR guna mengetahui tingkat kepuasan yang diberikan oleh tiap atribut terhadap kepuasan tersebut. Setiap atribut sama-sama diwakilkan 4 item pertanyaan sehingga rumusan rerata hipotetiknya dan standar deviasi hipotetiknya sama.

Rumus :

$$\bar{X}_{hip} = \frac{\text{min} + \text{max}}{2} = \frac{(1 \times 4) + (5 \times 4)}{2} = \frac{24}{2} = 12$$

$$\overline{SD}_{hip} = \frac{\text{max} - \text{min}}{5} = \frac{(5 \times 4) - (1 \times 4)}{5} = \frac{16}{5} = 3,2 = 3$$

$$\text{Sangat Rendah} = < \bar{X} - 2 \overline{SD}$$

$$= < 12 - (2 \times 3)$$

$$= < 6$$

$$\text{Rendah} = < \bar{X} - 1 \overline{SD} \text{ s/d } \bar{X} - 2 \overline{SD}$$

$$= 12 - 3 \text{ s/d } 12 - (2 \times 3)$$

$$= 6 \text{ s/d } 9$$

$$\text{Sedang} = \bar{X} \pm 1 \overline{SD}$$

$$= 12 \pm 3$$

$$= 9 \text{ s/d } 15$$

$$\text{Tinggi} = \bar{X} + 1 \overline{SD} \text{ s/d } \bar{X} + 2 \overline{SD}$$

$$= 12 + 3 \text{ s/d } 12 + 6$$

$$= 15 \text{ s/d } 18$$

$$\text{Sangat Tinggi} = > \bar{X} + 2 \overline{SD}$$

$$= > 12 + 6$$

$$= > 18$$

3.7.2.2. Analisis Perbedaan Kepuasan

a. Uji t

Alat analisis untuk menguji apakah ada perbedaan yang signifikan pada variable dependen diantara 2 kelompok variable independent. Dalam penelitian ini t-test untuk menguji perbedaan rata-rata skor kepuasan konsumen berdasarkan lokasi, tata letak, produk, fasilitas dan pelayanan apabila dihubungkan dengan jenis kelamin dan pendidikan. Perhitungan dilakukan dengan metode SPSS versi 10.0 for Windows.

Dalam menggunakan t-test biasanya dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Tentukan model hipotesa

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$$

2. Tentukan level signifikansi (95% / 0.5%) dengan t tabel

3. Menghitung nilai t

4. Pengambilan keputusan

- a) Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 maka H_0 diterima.

- b) Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 maka H_0 ditolak.

b. Uji F

Dalam penelitian ini uji F akan membantu menguji apakah ada perbedaan yang signifikan pada variable dependen diantara lebih dari 2 kelompok independen. Di dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengukur signifikansi perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan lokasi, tata letak, produk, fasilitas, dan pelayanan apabila dihubungkan dengan usia konsumen, pekerjaan, dan pendapatan. Harga F diperoleh dari rata-rata jumlah kuadrat (*mean square*) antara kelompok yang dibagi dengan rata-rata jumlah kuadrat kelompok. Perhitungan dilakukan dengan metode SPSS versi 10.0 for Windows. Langkahnya sebagai berikut :

1. Tentukan Hipotesa

Hipotesa nilai $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$

Hipotesis alternative $H_a : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$

2. Tentukan level signifikansi, dalam hal ini $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan dengan rumus :

- dk penyebut = k -1
- dk pembilang = n- k

3. Mencari F hitung

4. Pengambilan keputusan

- a. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ maka H_0 = diterima
- b. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ maka H_0 = ditolak

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan teknik wawancara untuk memperoleh data primer. Populasi yang digunakan adalah para konsumen di Prambanan Garden Restaurant (PGR). Kuesioner terdiri dari 20 item pertanyaan yang mewakili 5 atribut yang memberikan kontribusi kepuasan konsumen.

Seluruh kuesioner didistribusikan kepada seluruh konsumen yang ada melalui Random Sampling. Peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja (konsumen) PGR yang ditemui. Dengan cara ini diharapkan responden kuesioner bisa mewakili semua konsumen namun tidak mengganggu kesibukan/kenyamanan konsumen.

Data demografis dari 100 responden tersebut dilihat dari jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan.

Tabel 4.1
Data Demografis Responden

Demografis		Frekuensi	Prosentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	55	55%
	Perempuan	45	45%
	Total	100	100%
Pendidikan	Perguruan Tinggi	60	60%
	Non Perguruan Tinggi	40	40%
	Total	100	100%
Umur	17 – 27 th	49	49%
	28-38 th	38	38%
	> 39 th	13	13%
	Total	100	100%
Pekerjaan	Mahasiswa/ Pelajar	30	30%
	PNS /TNI / POLRI	10	10%
	Pegawai Swasta	30	30%
	Wiraswasta	30	30%
	Total	100	100%
Pendapatan	< Rp. 500.000,-	30	30%
	Rp.500.000 – Rp. 1 jt	50	50%
	> Rp. 1 jt	20	20%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer (2003)

Berdasarkan tabel diatas dapat dideskripsikan bahwa laki-laki mendapat prosentase sebesar 55% berdasarkan jenis kelamin responden sementara perempuan berprosentase sebesar 45% . Dari jenjang pendidikan formalnya, sebagian besar responden (60%)

pernah atau sedang mengikuti pendidikan di tingkat perguruan tinggi. Empat puluh persen (40%) sisanya adalah mereka yang non perguruan tinggi antara lain: SMU, SMK, SMP, SD, dll.

Berdasarkan usia responden dibagi menjadi 3 kelompok yaitu 17-27 tahun, 28-38 tahun, diatas 39 tahun. Kelompok usia muda(17-27 tahun) lebih mendominasi yaitu sebanyak 49% sedangkan usia 28-38 tahun sebesar 38%. Responden berusia diatas 39 tahun hanya berjumlah 13 orang atau 13% dari sampel

Dalam hal pekerjaan konsumen, rata-rata mempunyai prosentase yang sama yaitu 30% masing-masing berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar, pegawai swasta dan wiraswasta. Sedangkan 10% untuk PNS/TNI/POLRI.

Berdasarkan pendapatan per bulan responden, dibagi menjadi 3 golongan yaitu pendapatan dibawah Rp.500.000,00/bulan, antara Rp.500.000,00 - 1.000.000,00/ bulan dan diatas Rp.500.000,00 per bulan. Dari hasil yang diperoleh, sebagian besar (50%) antara Rp.500.000 00 - 1.000.000,00. Tiga puluh orang (30%) berpendapatan dibawah Rp.500.000.00 dan sisanya 20% berpenghasilan diatas 1 juta rupiah per bulan.

4.2. Statistik Deskriptif

Pada bagian pertama, dilakukan analisis tingkat rata-rata kepuasan terhadap atribut Prambanan Garden Restaurant (PGR) secara keseluruhan dengan menggunakan statistik deskriptif

dengan prosedur deskriptif. Perhitungan ini dilakukan dengan mencari rata-rata(mean) empiris kepuasan tiap atribut dan kemudian dibandingkan dengan rerata hipotetiknya. Dalam hal ini perhitungan dilakukan dengan bantuan *SPSS versi 10.0 for Windows*. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 3.

Tabel 4.2

Perbandingan Rerata Total Kepuasan Konsumen

Variabel	Skor x Yang dimungkinkan (hipotetik)		Skor x Yang diperoleh (empirik)	
	Mean	SD	Mean	SD
Kepuasan Total thd keseluruhan atribut	60	16	72,65	2,72

Dari table diatas terlihat bahwa rerata empiric total kepuasan konsumen adalah 72,65 sementara rerata hipotetiknya sebesar 60 yang berarti kepuasan konsumen secara keseluruhan masih lebih tinggi dibandingkan rerata hipotetiknya.

Tabel 4.3

Tingkat Kepuasan Total Berdasarkan Atribut PGR

Kategori	Rerata
Sangat Rendah	< 28
Rendah	28 – 44
Sedang	44 – 76
Tinggi	76 – 92
Sangat Tinggi	> 92

Adapun terlihat bahwa rerata empirik total = 72,65 yang berarti bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut PGR secara keseluruhan masih atau hanya berada di kategori sedang.

Setelah itu dilakukan analisis terhadap atribut PGR dengan menggunakan statistic deskriptif dengan prosedur deskriptif. Dari analisis ini akan diketahui bagaimana kontribusi yang diberikan oleh setiap atribut PGR terhadap kepuasan konsumen. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 3.

Tabel 4.4

Perbandingan Rerata Kepuasan Konsumen Berdasarkan Atribut PGR

Variabel	Skor x Yang dimungkinkan (hipotetik)		Skor x Yang diperoleh (empirik)	
	Mean	SD	Mean	SD
Kepuasan terhadap Lokasi	12	3	14,83	1,38
Kepuasan terhadap Tata Letak	12	3	17,34	1,41
Kepuasan terhadap Produk	12	3	14,29	1,27
Kepuasan terhadap Pelayanan	12	3	17,33	1,41
Kepuasan terhadap Fasilitas	12	3	8,86	1,04

Dari table diatas terlihat bahwa hampir sebagian besar rerata empiric tiap kepuasan konsumen berdasarkan atribut PGR masih lebih tinggi dari rerata hipotetiknya dengan prioritas utama tata letak menempati urutan pertama yaitu 17,34 kemudian

pelayanan sebesar 17,33. Berikutnya lokasi mempunyai tingkat rata-rata kepuasan sebesar 14,83 dan 14,29 untuk kepuasan terhadap produk. Dan yang menempati urutan paling akhir serta berada dibawah rerata hipotetiknya adalah rata-rata kepuasan terhadap fasilitas sebesar 8,86.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan di bab sebelumnya rerata tingkat kepuasan dapat dikategorisasikan dalam 5 kategori yaitu kepuasan berada dalam tingkat sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Adapun kategorisasi tersebut apabila disajikan dalam bentuk table adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Tingkat Kepuasan Berdasarkan Atribut PGR

Kategori	Rerata
Sangat Rendah	< 6
Rendah	6 – 9
Sedang	9 – 15
Tinggi	15 – 18
Sangat Tinggi	> 18

Terlihat jelas bahwa rerata empiric kepuasan terhadap lokasi sebesar 14,83 berada di kategori sedang. Hal ini dapat dideskripsikan bahwa tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap lokasi berada dalam kategori sedang. Dari hasil 4 pertanyaan mengenai lokasi tentang (1) kemudahan pencapaian,

(2) strategis, (3) kondisi fisik jalan, (4) representatif, responden sebagian besar menjawab cukup. Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden, sebagian menyatakan bahwa lokasi Prambanan Garden Restaurant (PGR) ini cukup representative karena berada di tempat wisata khususnya di dekat Ramayana Ballet yang sering digunakan untuk menyelenggarakan event-event khusus. Sedangkan untuk kondisi fisik jalan dalam menjangkau lokasi dan kemudahan pencapaian dengan menggunakan kendaraan pribadi/umum, responden menyatakan cukup baik dan cukup mudah. Begitu pula dalam hal strategis, PGR masuk dalam kategori cukup strategis.

Dalam hal tata letak, tingkat rata-rata kepuasan konsumen berada dalam kategori tinggi. Dari segi kebersihan dan kenyamanan PGR memang selalu terjaga walaupun pada realitanya tempat wisata sering kurang terjaga kebersihannya akan tetapi pengelola PGR sendiri mempunyai kesadaran yang tinggi akan hal tersebut karena mereka mempunyai persepsi bahwa kebersihan suatu rumah makan akan memberikan kontribusi tinggi dalam hal kepuasan konsumen. Selain itu beberapa responden yang menjawab pertanyaan peneliti melalui wawancara (lampiran 5) menyatakan bahwa mereka merasa nyaman ketika mengonsumsi produk PGR alasan yang dikemukakan oleh sebagian responden adalah setting tempat yang 'pas' sehingga

konsumen dapat melihat secara langsung (live) candi prambanan dari kejauhan secara jelas. Untuk susunan kursi dan meja tertata dengan baik dan penantaannya dibuat sekreatif mungkin, sedangkan untuk desain interiornyapun sangat unik dan menarik.

Tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap produk berada di level sedang yaitu 14,29. Hal ini dimungkinkan karena PGR hanya menyajikan menu khas jawa sehingga responden menilai menu kurang bervariasi. Untuk rasa, aroma masakan dinilai cukup dan sesuai dengan harga yang ditawarkannya.

Untuk tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap pelayanan berada dalam kategori tinggi. Pelayanan merupakan prioritas kedua yang mempunyai kontribusi tinggi terhadap kepuasan konsumen setelah atribut tata letak yaitu sebesar 17,33. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap responden, beberapa diantaranya menyatakan bahwa staff/ pramusaji PGR melayani dengan baik secara cepat dan tepat selain itu konsumen juga tidak dibiarkan menunggu terlalu lama dalam memesan. Beberapa konsumen lain juga merasa puas terhadap cara staff/ pramusaji yang selalu siap membantu kesulitan yang dihadapi konsumen, serta cara menanggapi komplain dari konsumen.

Delapan koma delapan puluh enam (8,86) berada di kategori rendah untuk tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap fasilitas. Dari sebagian besar jawaban responden

Tabel 4.6

Uji t

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		Statistics						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Kepuasan th Atribut PGR	2.037	.157	.055	98	.953	3.03E-02	.50	-.06	1.12
Equal variance assumed			.054	87.750	.957	3.03E-02	.36	-1.08	1.14
Equal variance not assumed									

a. Pengujian kepuasan konsumen terhadap lokasi

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa harga $t = 0,530$ dengan $p = 0,597$ dengan demikian $p > 0,05$. Kenyataan ini menunjukkan bahwa kepuasan terhadap lokasi adalah sama sehingga H_0 diterima

b. Pengujian kepuasan konsumen terhadap tata letak.

Hasil uji t menyebutkan bahwa $t = 0,469$ dengan $p = 0,640$ dengan demikian $p > 0,05$ sehingga H_0 diterima yang berarti tidak ada perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen terhadap tata letak

c. Pengujian kepuasan konsumen terhadap produk.

Untuk uji t kepuasan terhadap produk harga $t = 0,308$ dengan $p = 0,759$, jelas bahwa $p > 0,05$ berarti H_0 diterima. Tidak terdapat perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen terhadap produk.

menyatakan kurang puas terhadap fasilitas yang ada khususnya dalam pengadaan WC umum yang memadai, dan tempat ibadah yang jauh dari lokasi Restaurant serta kurang terawat. Sedangkan untuk parkir yang luas dan keamanan responden menjawab cukup puas.

4.3. Analisis Perbedaan Kepuasan

Uji beda kepuasan konsumen menggunakan 2 cara yaitu uji t dan uji F. Uji t dilakukan untuk mengetahui perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen menurut jenis kelamin dan pendidikan. Sedangkan uji F dilakukan untuk mengetahui perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen menurut umur, pekerjaan dan pendapatan.

4.3.1 Uji beda rata-rata Kepuasan Konsumen menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin dikelompokkan menjadi 2 yaitu Perempuan dan Laki-laki. Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3.

d. Pengujian kepuasan konsumen terhadap pelayanan.

Berdasarkan hasil uji t harga $t = 0,734$ dengan $p = 0,465$ sehingga $p > 0,05$ dan berarti H_0 diterima yang berarti juga tidak ada perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen terhadap pelayanan.

e. Pengujian kepuasan konsumen terhadap fasilitas.

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa harga $t = -1,294$ dengan $p = 0,199$ dengan demikian $p > 0,05$. Kenyataan ini menunjukkan bahwa kepuasan terhadap fasilitas adalah sama sehingga H_0 diterima.

Dari beberapa kesimpulan yang diambil tiap atribut, terlihat jelas pada tabel 4.6 bahwa tidak ada perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen terhadap atribut PGR secara keseluruhan berdasarkan jenis kelamin. Untuk membuktikannya dapat dilihat pada harga t untuk kepuasan terhadap atribut PGR adalah sebesar 0,055 dengan $p = 0,956$ sehingga $p > 0,05$ berarti H_0 diterima.

4.3.2 Uji beda rata-rata Kepuasan Konsumen menurut Pendidikan

Pendidikan dapat dikelompokkan menjadi 2 kelompok yaitu untuk perguruan tinggi dan non perguruan tinggi. Yang termasuk dalam perguruan tinggi disini adalah

responden yang sedang atau telah menjalani pendidikan formal pada jenjang Akademi (D1/D2/D3) dan Sarjana (S1/S2/S3). Sedangkan yang termasuk golongan non perguruan tinggi adalah mereka yang sedang atau hanya menjalani pendidikan sampai tingkat SD, SMP dan SMU. Untuk mengetahui secara lebih jelas hasil perhitungan uji parsial atau uji t keseluruhan dapat dilihat pada lampiran 3.

Tabel 4.7

Uji t

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Kepuasan thd Atribut PGR	Equal variances assumed	.013	.910	.075	98	.941	4.17E-02	.56	-1.15	1.07
	Equal variances not assumed			.075	86.61	.940	4.17E-02	.55	-1.14	1.06

a. Pengujian kepuasan konsumen terhadap lokasi.

Hasil uji t untuk kepuasan terhadap lokasi menunjukkan harga $t = 1,217$ dengan $p = 0,226$ sehingga $p > 0,05$, berarti H_0 diterima atau tidak ada perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen terhadap lokasi.

b. Pengujian kepuasan konsumen terhadap tata letak

Berdasarkan hasil uji t menyatakan H_0 diterima karena harga $t = 0,087$ dengan $p = 0,931$ sehingga $p >$

signifikan rata-rata kepuasan konsumen terhadap tata letak.

c. Pengujian kepuasan konsumen terhadap produk.

Kepuasan terhadap produk juga menunjukkan tidak adanya perbedaan signifikan. Karena harga $t = 0,257$ dan $p = 0,798$ sehingga $p > 0,05$ yang berarti H_0 diterima.

d. Pengujian kepuasan konsumen terhadap Pelayanan

Berdasarkan hasil uji t harga $t = -0,115$ dengan $p = 0,998$ sehingga $p > 0,05$ dan berarti H_0 diterima yang berarti juga tidak ada perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen terhadap pelayanan.

e. Pengujian kepuasan konsumen terhadap Fasilitas

Hasil uji t menyebutkan bahwa $t = -2,107$ dengan $p = 0,038$ dengan demikian $p < 0,05$ sehingga H_0 ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan rata-rata kepuasan konsumen terhadap fasilitas.

Dari kontribusi 5 atribut yang ada, hanya fasilitas yang mempunyai perbedaan nyata rata-rata kepuasan konsumen. Akan tetapi apabila diuji secara keseluruhan (lihat tabel 4.7) kepuasan konsumen terlihat bahwa harga t sebesar $-0,075$ dan p menunjukkan $0,941$ sehingga $p > 0,05$ yang berarti tidak ada perbedaan signifikan rata-rata

kepuasan konsumen terhadap atribut PGR secara keseluruhan berdasarkan pendidikan.

4.3.3 Uji beda rata-rata Kepuasan Konsumen menurut Umur

Tabel 4.8
Uji F

ANOVA

Kepuasan thd. Atribut PGR

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	50.769	2	25.384	3.600	.031
Within Groups	683.981	97	7.051		
Total	734.750	99			

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diatas dapat dilakukan pengujian dengan langkah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 =$ Tidak ada perbedaan nyata dan signifikan

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3 =$ Ada perbedaan nyata dan signifikan

2. Kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} < F_{table}$, maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{table}$, maka H_0 ditolak

Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ maka $H_0 =$ diterima

Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ maka $H_0 =$ ditolak

3. Hasil olah data dengan taraf signifikansi 5%

dk pembilang = 2

dk penyebut = 97

Dari table diperoleh angka F sebesar 3,44

Dari hasil pengolahan data harga \bar{F} sebesar 3.60

F hitung > F table = Ho ditolak

Probabilitas $0,031 < 0,05 = H_0$ ditolak

4. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan diatas disimpulkan bahwa secara bersama-sama tingkatan usia 17-37 tahun, 28-38 tahun dan 39 tahun ada perbedaan nyata kepuasan konsumen terhadap atribut di Prambanan Garden Restaurant (PGR)

4.3.4. Uji beda rata-rata Kepuasan Konsumen menurut Pekerjaan

Tabel 4.9

Uji F

ANOVA

Kepuasan thd. Atribut PGR

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	45.517	3	15.172	2.113	.104
Within Groups	689.233	96	7.180		
Total	734.750	99			

1. Menentukan hipotesis

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 =$ Tidak ada perbedaan nyata dan signifikan

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3 =$ Ada perbedaan nyata dan signifikan

2. Kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} < F_{table}$, maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{table}$, maka H_0 ditolak

Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ maka $H_0 =$ diterima

Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ maka $H_0 =$ ditolak

2. Hasil olah data dengan taraf signifikansi 5%

dk pembilang = 2

dk penyebut = 97

Dari table diperoleh angka F sebesar 3,44

Dari hasil pengolahan data harga F sebesar 2,113

$F_{hitung} < F_{table} = H_0$ diterima

Probabilitas 0,104 $> 0,05 = H_0$ diterima

3. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan diatas disimpulkan bahwa secara bersama-sama pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar, PNS/TNI/POLRI, pegawai

swasta dan wiraswasta tidak ada perbedaan signifikan kepuasan konsumen terhadap atribut di Prambanan Garden Restaurant (PGR).

4.3.5. Uji beda rata-rata Kepuasan Konsumen menurut Pendapatan

Tabel 5

Uji F

ANOVA

Kepuasan thd. Atribut PGR

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	14.250	2	7.125	.959	.387
Within Groups	720.500	97	7.428		
Total	734.750	99			

1. Menentukan hipotesis

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 =$ Tidak ada perbedaan nyata dan signifikan

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3 =$ Ada perbedaan nyata dan signifikan

2. Kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} < F_{table}$, maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{table}$, maka H_0 ditolak

Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ maka $H_0 =$ diterima

Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ maka $H_0 =$ ditolak

3. Hasil olah data dengan taraf signifikansi 5%

dk pembilang = 2

dk penyebut = 97

Dari table diperoleh angka F sebesar 3,44

Dari hasil pengolahan data harga F sebesar 0,959

F hitung < F table = Ho diterima

Probabilitas 0,387 > 0,05 = Ho diterima

4. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan diatas disimpulkan bahwa secara bersama-sama tingkat pendapatan tidak terdapat perbedaan signifikan kepuasan konsumen terhadap atribut di Prambanan Garden Restaurant (PGR).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis deskriptif statistic didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsumen terbagi ke dalam tiga kelompok besar yaitu mahasiswa/pelajar, pegawai swasta dan wiraswasta yang berusia 17 – 38 tahun dengan penghasilan rata-rata Rp.500.000,00 hingga Rp.1.000.000,00.
2. Tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap atribut Prambanan Garden Restaurant (PGR) masih berada di kategori sedang yaitu sebesar 72,65.
 - a) Tingkat rata-rata kepuasan terhadap lokasi sebesar 14,83 berada di kategori sedang. Hal ini dapat dideskripsikan bahwa tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap lokasi hanya atau masih berada di level sedang.
 - b) Tingkat rata-rata kepuasan terhadap tata letak berada dalam kategori tinggi sebesar 17,33.
 - c) Tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap produk berada di level sedang yaitu 14,29.

- d) Tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap pelayanan berada dalam kategori tinggi.
 - e) Tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap fasilitas 8,86 berada di kategori rendah.
3. Kepuasan konsumen terhadap tata letak menempati urutan pertama yaitu 17,34 kemudian pelayanan sebesar 17,33. Berikutnya lokasi mempunyai tingkat rata-rata kepuasan sebesar 14,83 dan 14,29 untuk kepuasan terhadap produk. Dan yang menempati urutan paling akhir serta berada dibawah rerata hipotetiknya adalah rata-rata kepuasan terhadap fasilitas sebesar 8,86.
- Dari deskripsi diatas jelas bahwa atribut yang memberikan kontribusi tertinggi adalah tata letak yaitu sebesar 17,34 dan kontribusi terendah adalah fasilitas sebesar 8,86.
4. Tingkat rata-rata kepuasan konsumen terhadap atribut PGR berdasarkan faktor jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan pendapatan tidak mengalami perbedaan rata-rata yang signifikan. Hanya variabel umur yang terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan pada kepuasan konsumen terhadap atribut PGR.

5.2 Saran

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen disarankan agar pengelola PGR lebih memperhatikan faktor lokasi, produk dan fasilitas. Khususnya dari segi pengadaan fasilitas harus mendapatkan perhatian yang cukup intensif. Untuk perbaikan fasilitas disarankan agar melakukan penyediaan mushola di dekat PGR dan setidaknya senantiasa selalu merawat atau menjaga kebersihan dari mushola tersebut, perbaikan saluran air yang selama ini menjadi kendala pengadaan air di WC(toilet), penambahan tempat sampah guna menjaga kebersihan dan mengantisipasi pembuangan sampah sembarangan.
2. Dari faktor produk, disarankan agar lebih meningkatkan inovasi produk dengan menambah variasi menu yang ada saat ini.
3. Dari faktor tata letak dan pelayanan memang sudah baik alangkah lebih baiknya apabila kedua faktor tersebut masih perlu adanya peningkatan.
 - Peningkatan tata letak dapat dilakukan dengan menambah interior yang menggambarkan nuansa alami dan asri atau mendesain ulang 'setting' meja dan kursi sehingga agar tidak terkesan monoton guna meningkatkan kenyamanan konsumen.

- Untuk meningkatkan pelayanan, perlu dibuat sebuah kotak kritik dan saran serta peningkatan kepuasan karyawan yang dapat dilakukan dengan pemberian kompensasi