

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menganalisis data yang telah terkumpul. Data yang telah dikumpulkan tersebut berupa hasil jawaban responden yaitu pada konsumen Rumah Makan Arwana di Yogyakarta. Hasil pengolahan data berupa informasi untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara hasil penilaian harapan dan kinerja yang diberikan oleh konsumen Rumah Makan Arwana di Yogyakarta serta untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. Analisis Verifikatif merupakan analisis yang mengacu pada perhitungan data penelitian yang berupa angka-angka yang dianalisis dengan bantuan komputer melalui program SPSS 10.0. Sedangkan analisis deskriptif merupakan analisis yang menjelaskan gejala-gejala yang terjadi pada variabel-variabel penelitian yang berpedoman pada hasil analisis kuantitatif.

A. Gambaran Umum Responden

Untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik konsumen yang akan diteliti (responden) dilakukan pengolahan terhadap data kasar melalui perhitungan statistik deskriptif. Dengan mendeskripsikan skor dari suatu

ubahan atau atribut yang ada didapatkan suatu gambaran tentang permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis dengan bantuan program SPSS 10.0 dengan teknik analisa data. Berikut ini disajikan hasil analisis statistik deskriptif yang diperoleh berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden atas dasar pertanyaan dalam kuesioner.

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok pria dan wanita. Hasil analisis data ini diperoleh nilai tendensi sentral dan variabilitas data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH	
	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	68	68%
Perempuan	32	32%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2003

Dari data diatas menunjukkan bahwa konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta mayoritas adalah Pria yaitu sebanyak 68 orang atau sebesar 68% dan sisanya sebanyak 32 orang atau sebesar 32% adalah wanita.

Hal ini disebabkan karena pria mempunyai kebutuhan hiburan yang lebih besar dibandingkan wanita. Menikmati makanan sambil menikmati hiburan seperti music secara live, sepeda air, pemancingan, menambahkan kenyamanan konsumen akan merasa rilek, dan kelompok konsumen ini akan merasa puas dalam menikmati hidangan yang disajikan.

2. Status Pekerjaan Responden

Berdasarkan jenis pekerjaan responden, terdiri atas 4 kelompok, yaitu kelompok pegawai negeri / TNI / ABRI, wiraswasta, pensiunan, pelajar/mahasiswa. Hasil analisis data ini diperoleh nilai tendensi sentral dan variabilitas data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

USIA	JUMLAH	
	Frekuensi	Persentase
Pegawai negeri	28	28 %
Peg. Swasta Wiraswasta	56	56%
Pensiunan	5	5%
Pelajar/mahasiswa	11	11%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2003

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta dan wiraswasta yaitu

sebesar 56% atau 56 orang. Distribusi jenis pekerjaan yang lain yaitu pekerjaan Pegawai Negeri sebesar 28 responden atau 28%, 11% atau 11 orang berstatus mahasiswa dan pelajar dan pensiunan sebesar 11% atau 11 orang.

Responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta dan wiraswasta tentu memiliki aktivitas yang tinggi dalam kegiatan bisnisnya sehingga mereka perlu sekali membutuhkan rumah makan yang nyaman, serta memberikan fasilitas yang lengkap yang mempunyai kelebihan sebagai tempat yang rileks sehingga dapat menikmati hidangan dengan puas. Rumah Makan Arwana Yogyakarta merupakan rumah makan yang tidak hanya berorientasi pada menu masakan tetapi juga melihat dari sisi pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Fasilitas ini meliputi, adanya kolam untuk memancing, music secara live, aula untuk pertemuan dan lain-lain.

3. Tingkat Penghasilan

Berdasarkan tingkat penghasilan responden, terdiri atas 3 kelompok, yaitu kelompok responden yang berpenghasilan kurang dari Rp.800.000, Rp.800.000 s/d Rp.1.500.000 dan lebih dari Rp.1.500.000. Hasil analisis data ini diperoleh nilai tendensi sentral dan variabilitas data seperti ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5.3
Tingkat penghasilan Responden

Tingkat Penghasilan	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
< Rp 800.000,-	29	29%
Rp 800.000 s/d 1.500.000,-	41	41%
> Rp 1.500.000,-	30	30%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2003

Dari tabel 5.3 dapat diketahui bahwa tingkat pendapatan responden mayoritas adalah responden yang berpendapatan antara Rp.800.000-1.500.000, yaitu sebesar 41% (41 orang). Distribusi tingkat pendapatan responden yang lain yaitu responden yang berpenghasilan antara lebih dari Rp.1.500.000 adalah sebesar 30% atau 30 orang, dan yang berpenghasilan kurang dari Rp.800.000 adalah sebesar 29 orang atau 29 persen.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen rumah makan Arwana Yogyakarta mayoritas berpendapatan menengah keatas. Dimana konsumen yang berpendapatan tinggi lebih cenderung mementingkan kualitas daripada biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah makan Arwana telah direspon positif oleh masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

4. Tingkat Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tingkat pendidikan responden, terdiri atas 2 kelompok, yaitu kelompok SLTA kebawah, dan kelompok mahasiswa / Pasca Sarjana. Hasil analisis data ini diperoleh nilai tendensi sentral dan variabilitas data seperti ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5.4

Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
SLTA kebawah	45	45 %
Mahasiswa / Pasca Sarjana	55	55 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari tabel 5.4 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta mayoritas adalah berpendidikan terakhir Mahasiswa / Pasca Sarjana yaitu sebesar 55% (55 orang), dan responden yang berpendidikan terakhir SMA ke bawah sebesar 45 orang atau 45 persen.

Berdasarkan analisis karakteristik pendidikan responden ternyata mayoritas responden berpendidikan tinggi yaitu mahasiswa dan pasca sarjana. Responden ini telah memiliki pengetahuan yang lebih luas sehingga data diberikan oleh responden diyakini sebagai data yang valid.

B. Analisis Selisih Kepuasan Konsumen

Analisa verikatif adalah analisa data yang didasarkan pada angka-angka dengan perhitungan sistematis. Tujuan dari analisa verikatif ini adalah untuk menguji dan membuktikan hipotesa yang telah ditetapkan.

Analisis verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Analisis selisih, Uji Wilcoxon Signed Rank Test, dan Analisis Kruskal Wallis Test. Analisis selisih digunakan untuk mengetahui besarnya gap antara kinerja responden dengan harapan karyawan. Uji Wilcoxon Signed Rank Test digunakan untuk mengetahui perbedaan hasil penilaian kinerja dan harapan yang diberikan oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta. Analisis Kruskal Wallis Test digunakan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan konsumen antara pengguna jasa hotel terhadap pelayanan pada Rumah Makan Arwana Yogyakarta berdasarkan Karakteristik Responden.

Analisis selisih digunakan untuk mengetahui urutan kepuasan konsumen pada setiap atribut dapat dilihat dari selisih antara kinerja dan harapan. Berikut akan dijelaskan analisis selisih yaitu menjelaskan deskripsi data baik data harapan, kinerja karyawan maupun gap antara kinerja dan harapan pada masing-masing atribut. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil seperti ditampilkan pada tabel 5.5

Tabel 5.5
Hasil Pengujian Wicoxon Rank Test

No	Atribut	Kinerja	Harapan	Gap	Ranking	P_value	Keterangan
1	Harga	4,67	4,5	0,17	2	0,020	Sig
2	Menu	4,63	4,52	0,11	4	0,124	Non. Sig
3	Rasa	4,71	4,53	0,18	1	0,013	Sig
4	Pelayanan	4,56	4,54	0,02	7	0,739	Non. Sig
5	Kebersihan	4,54	4,51	0,03	6	0,662	Non. Sig
6	Lokasi Rumah Makan	4,55	4,58	-0,03	9	0,647	Non. Sig
7	Keamanan	4,62	4,54	0,08	5	0,280	Non. Sig
8	Fasilitas	4,73	4,57	0,16	3	0,011	Sig
9	Tempat Parkir	4,52	4,51	0,01	8	0,791	Non. Sig
	Total	4,63	4,54	0,08		0,047	Sig

Dari tabel 5.5 dapat diketahui bahwa penilaian responden dari kinerja, atribut fasilitas merupakan atribut yang dinilai paling tinggi oleh responden dengan skor 4,73 artinya bahwa fasilitas yang ada pada Rumah Makan Arwana Yogyakarta telah dapat diterima oleh konsumen. Sedangkan dari harapan responden atribut lokasi mempunyai nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 4,58 artinya bahwa mayoritas harapan konsumen terhadap lokasi adalah tinggi, hal ini disebabkan karena sebagian besar konsumen bertempat tinggal jauh dari lokasi rumah makan. Hal ini terlihat dari rata-rata skor atas atribut tersebut yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain. Sedangkan ditinjau dari besarnya gap, atribut rasa mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar 0,18, artinya

kepuasan yang diperoleh konsumen tertinggi dirasakan pada atribut rasa masakannya. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut harga, fasilitas, menu, keamanan, kebersihan, pelayanan, tempat parkir dan lokasi. Kenyataan ini membuktikan bahwa atribut pelayanan yang paling baik dimiliki oleh Rumah Makan Arwana adalah rasa masakannya, dan yang paling buruk adalah lokasi. Hal ini disebabkan karena sebagian besar konsumen adalah masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya yang bertempat tinggal jauh dari lokasi rumah makan, sehingga untuk sampai di lokasi tersebut harus menyisakan waktu yang cukup dan kenyataan ini dinilai kurang efektif terhadap aktivitas mereka.

Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diberikan oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta. Pembuktian hipotesis tersebut dengan uji Wilcoxon Signed Rank Test. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika nilai probabilitas lebih besar 0,05 maka H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan harapan yang diberikan oleh Rumah Makan Arwana Yogyakarta. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan harapan.

Dari tabel 5.5 maka dapat dijelaskan untuk masing masing atribut sebagai berikut:

a. Uji beda pada atribut Harga

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada atribut harga seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitas sebesar 0,020 yang nilainya lebih kecil dari batas kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak artinya terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada atribut harga yang diberikan oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

b. Uji beda pada atribut Menu

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada atribut menu seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitas sebesar 0,124 yang nilainya lebih besar dari batas kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada atribut menu masakan yang dinilai oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

c. Uji beda pada atribut Rasa

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada atribut rasa seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitasnya sebesar 0,013 yang nilainya lebih kecil dari batas kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak artinya terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada atribut menu masakan yang dinilai oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

d. Uji beda pada atribut Pelayanan

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada atribut pelayanan seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitasnya sebesar 0,739 yang nilainya lebih besar dari batas kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada atribut pelayanan yang dinilai oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

e. Uji beda pada atribut Kebersihan

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada atribut kebersihan seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitas sebesar 0,662 yang nilainya lebih besar dari batas kesalahan yang ditolerir kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada atribut kebersihan yang dinilai oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

f. Uji beda pada atribut Keamanan

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada atribut keamanan seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitas sebesar 0,280 yang nilainya lebih besar dari batas kesalahan yang ditolerir kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada atribut keamanan yang dinilai oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

g. Uji beda pada atribut Fasilitas

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada atribut prosedur administrasi seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitas sebesar 0,011 yang nilainya lebih kecil dari batas kesalahan yang ditolerir kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak artinya terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada atribut fasilitas yang dinilai oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

h. Uji beda pada atribut Tempat Parkir

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada atribut makanan seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitas sebesar 0,791 yang nilainya lebih besar dari batas kesalahan yang ditolerir kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada atribut tempat parkir yang dinilai oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

i. Uji beda pada Keseluruhan Atribut

Dari hasil pengujian Wilcoxon pada kepuasan total seperti tabel 5.5 diatas maka dapat diketahui besarnya probabilitas sebesar 0,047 yang nilainya lebih kecil dari batas kesalahan yang ditolerir kesalahan yang ditolerir 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak artinya terdapat perbedaan antara kinerja dan harapan pada keseluruhan atribut yang dinilai oleh konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta.

Dari seluruh hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test diatas maka dapat diketahui hanya 3 atribut yaitu harga, rasa dan fasilitas yang

terdapat perbedaan secara signifikan antara kinerja dan harapan, sedangkan 6 atribut lainnya dinyatakan tidak terdapat perbedaan secara signifikan. Hal ini didukung dengan analisis selisih kepuasan konsumen seperti pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa ketiga atribut harga, rasa, dan fasilitas memiliki nilai kepuasan yang paling tinggi diantara atribut yang lain. Dengan demikian hipotesis pertama secara signifikan terbukti.

C. Analisis Kepuasan Berdasarkan Karakteristik Konsumen

Adapun karakteristik responden tersebut terdiri dari jenis kelamin dengan sebaran 68 laki-laki dan 32 responden wanita. Jenis pekerjaan yang terdiri dari 28 pegawai negeri, 56 pegawai swasta / wiraswasta, 5 pensiunan, 11 pelajar/mahasiswa, tingkat penghasilan yang terdiri dari 29 berpenghasilan kurang dari Rp.800.000, 41 responden berpenghasilan antara Rp.800.000 sampai dengan Rp. 1.500.000 dan 30 responden berpenghasilan lebih dari Rp.1.500.000. Tingkat pendidikan yang terdiri dari 45 berpendidikan SMA kebawah dan 55 berpendidikan mahasiswa / pasca sarjana.

Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara konsumen terhadap pelayanan pada Rumah Makan Arwana Yogyakarta berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis kedua digunakan alat analisis yaitu uji Kruskal Wallis Test. Keputusan dalam menerima atau menolak H_0 dilakukan dengan membandingkan probabilitas

dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden. Hasil analisis Kruskal Wallis dapat ditunjukkan pada Tabel 5.6.



Tabel 5.6
Kepuasan Konsumen menurut Karakteristik Responden

Keterangan	Jenis Kelamin			Pekerjaan						Pendapatan				Pendidikan		
	W	P	Sig	PNS	PS	Pens.	MHS	Sig	< 800 rb	800rb-1.5 jt	>1,5 jt	Sig	SMA	Mhs	Sig	
Harga	0,1563	0,1765	NS	0,2143	0,0893	0,400	0,3636	NS	0,3103	0,2439	-0,0667	NS	0,1556	0,1818	NS	
Menu	0,2813	0,0294	NS	0,2500	0,1071	0,8000	-0,5455	S	0,2414	0,0976	0,0000	NS	-0,1111	0,2909	S	
Rasa	0,1563	0,1912	NS	0,2500	0,0536	0,8000	0,3636	NS	0,2759	0,1951	0,0667	NS	0,0444	0,2909	NS	
Pelayanan	0,0625	0,000	NS	0,0000	0,0179	0,000	0,0909	NS	0,1724	0,1220	-0,2667	S	-0,0667	0,0909	NS	
Kebersihan	0,1250	-0,0147	NS	0,0357	-0,0357	0,4000	0,1818	NS	0,3103	0,0488	-0,2667	S	0,0889	-0,0182	NS	
Lokasi	0,0938	-0,0882	NS	-0,0357	-0,0357	0,4000	-0,1818	NS	0,1379	-0,0488	-0,1667	NS	-0,1111	0,0364	NS	
Keamanan	0,3438	-0,0441	S	0,0714	0,1250	0,4000	-0,2727	NS	0,3448	0,0000	-0,0667	NS	0,0444	0,1091	NS	
Fasilitas	0,0313	0,2206	NS	0,3571	0,0714	0,2000	0,0909	NS	0,2069	0,2195	0,0333	NS	0,0889	0,2182	NS	
Tempat Parkir	-0,0313	0,0294	NS	0,1429	0,0357	0,2000	-0,5455	NS	0,1724	0,0000	-0,1333	NS	-0,0222	0,0364	NS	

a. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada tabel 5.6. sebagai berikut : pada tabel 5.6 menunjukkan bahwa kelompok konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta, P menunjukkan kelompok konsumen dengan jenis kelamin Pria, W menunjukkan kelompok konsumen dengan jenis kelamin wanita dan Sig. Menerangkan tingkat signifikansi. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok pria merasa kepuasan pada atribut harga, menu, rasa, pelayanan, kebersihan, fasilitas dan tempat parkir. Sedangkan pada atribut lokasi dan keamanan, konsumen Pria merasa tidak puas, karena dinilai negatif pada kepuasannya. Kepuasan tertinggi dinilai pria yaitu pada atribut Fasilitas dengan nilai kepuasan sebesar 0,2206 dengan demikian kecenderungan pria untuk mengunjungi rumah makan Arwana Yogyakarta disebabkan karena fasilitas yang ada pada rumah makan tersebut. Sedangkan bagi responden wanita atribut keamanan merupakan atribut yang paling memberikan kepuasan. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut rasa, menu, pelayanan, lokasi, kebersihan dan fasilitas. Sedangkan atribut tempat parkir responden ini merasa belum dapat memperoleh kepuasan dengan ditunjukkan dari nilai negatif pada skor kepuasannya.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan jenis kelamin pada atribut keamanan. Hal ini ditunjukkan dari probabilitas yang kurang dari 0,05. Artinya antara pria dan wanita merasakan kepuasan yang berbeda terhadap atribut keamanan. Sedangkan atribut yang lain yaitu harga, menu, rasa, pelayanan, kebersihan, lokasi, dan fasilitas menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan jenis kelamin tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

b. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 5.6 menunjukkan bahwa kelompok responden Rumah Makan Arwana berdasarkan jenis pekerjaan, PNS yaitu pegawai negeri sipil, PS berarti Pegawai swasta, Pensiun berarti pensiunan, mahasiswa yaitu pelajar atau mahasiswa. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa Pegawai negeri sipil telah mendapatkan kepuasan pada atribut harga, menu, rasa, pelayanan, kebersihan, keamanan, fasilitas, dan tempat parkir sedangkan atribut lokasi mereka merasa belum memperoleh kepuasan.

Sedangkan kelompok pegawai swasta menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan pada atribut harga, menu, rasa, pelayanan, keamanan, fasilitas dan tempat parkir. Sedangkan atribut lokasi dan kebersihan belum memberikan kepuasan dengan hasil kepuasan yang negatif, hal ini disebabkan karena sebagian

besar konsumen yang mempunyai pekerjaan pegawai swasta bertempat tinggal jauh dari lokasi rumah makan sehingga lokasi merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam melakukan keputusan pembelian di rumah makan Arwana Yogyakarta.

Bagi kelompok pensiunan, kelompok ini telah memperoleh kepuasan pada semua atribut yang ada di rumah makan Arwana Yogyakarta. Atribut yang paling memberikan kepuasan tertinggi adalah atribut rasa dan menu. Selanjutnya secara ascending diikuti oleh atribut kebersihan, lokasi, keamanan, fasilitas dan tempat parkir, dan harga serta atribut kebersihan.

Sedangkan pada kelompok mahasiswa dan pelajar telah merasa puas pada atribut harga, rasa, pelayanan, kebersihan, dan fasilitas. Sedangkan pada atribut menu, lokasi dan keamanan merupakan atribut yang memberikan kepuasan negatif, artinya responden belum memperoleh kepuasan pada ketiga atribut tersebut.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta berdasarkan jenis pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut Menu. Artinya antara kelompok jenis pekerjaan yang satu dengan yang lain kepuasan yang dirasakan pada atribut rasa secara signifikan berbeda. Sedangkan pada atribut harga, rasa, pelayanan, kebersihan, lokasi, keamanan, fasilitas, dan tempat parkir tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

c. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 5.6 menunjukkan bahwa kelompok responden Rumah Makan Arwana berdasarkan tingkat pendapatan, yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu tingkat pendapatan kurang Rp.800.000, pendapatan antara Rp.800.000- Rp.1.500.000, dan pendapatan lebih dari Rp.1.500.000. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendapatan kurang dari Rp.800.000 telah mendapatkan kepuasan pada seluruh atribut. Konsumen merasakan kepuasan tertinggi pada atribut keamanan. Artinya kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan kurang dari Rp.800.000 adalah karena faktor keamanan.

Sedangkan kelompok responden yang berpendapatan antara Rp.800.000-1.500.000 menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan yang dominan pada atribut harga, hal ini ditunjukkan dari nilai kepuasan sebesar 0,2439 yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain. Selanjutnya diikuti oleh atribut fasilitas, rasa, pelayanan, menu, kebersihan, keamanan dan tempat parkir. Sedangkan atribut lokasi belum memberikan kepuasan dengan hasil kepuasan yang negatif.

Bagi kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.1.500.000, kelompok ini telah memperoleh kepuasan pada atribut

prosedur menu, rasa, dan fasilitas. Sedangkan pada atribut harga, pelayanan, kebersihan, lokasi, keamanan dan tempat parkir kelompok responden ini belum mendapatkan kepuasan seperti yang diharapkan.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan tingkat pendapatan konsumen pada atribut pelayanan dan kebersihan. Sedangkan pada atribut harga, menu, rasa, lokasi, keamanan, fasilitas, dan tempat parkir tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan tingkat pendapatan.

d. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 5.6 menunjukkan bahwa kelompok responden Rumah Makan Arwana berdasarkan tingkat pendidikan, dibagi menjadi 2 kategori yaitu tingkat pendidikan menengah kebawah dan kelompok pendidikan tinggi yang terdiri dari mahasiswa, dan pasca sarjana. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendidikan SMA kebawah telah mendapatkan kepuasan yang dominan pada atribut harga. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut kebersihan, fasilitas, keamanan dan rasa. Sedangkan atribut yang lain kelompok responden ini belum memperoleh kepuasan, hal ini ditunjukkan dari nilai kepuasan yang negatif.

Sedangkan kelompok responden yang berpendidikan mahasiswa dan pasca sarjana menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan pada atribut harga, menu, rasa, pelayanan, lokasi, keamanan, fasilitas dan tempat parkir. Dengan nilai kepuasan tertinggi pada atribut menu dan rasa. Artinya kecenderungan konsumen untuk berbelanja di rumah makan Arwana Yogyakarta adalah karena faktor menu dan rasa. Sedangkan atribut lokasi belum memberikan kepuasan dengan hasil kepuasan yang negatif.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Rumah Makan Arwana Yogyakarta berdasarkan tingkat pendidikan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut harga, pelayanan, kebersihan, lokasi, keamanan, fasilitas dan tempat parkir. Sedangkan pada atribut menu terdapat perbedaan yang signifikan.

D. Pembahasan dan Implikasi

Dari hasil analisis selisih kepuasan konsumen dan analisis kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen, maka dapat diketahui beberapa atribut pada rumah makan “Arwana” yang mempunyai kepuasan konsumen yang berbeda. Hal ini dapat dilihat pada rangkuman tabel kepuasan berikut ini :

Tabel 5.7
Rangkuman Analisis Gap Konsumen

Atribut	Kinerja	Harapan	Gap	P Value	Keterangan
Harga	4.67	4.50	0.17	0.020	Signifikan
Rasa	4.71	4.53	0.18	0.013	Signifikan
Fasilitas	4.73	4.54	0.19	0.011	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2003

Berdasarkan hasil uji Wilcoxon, dari 9 atribut yang ditawarkan oleh rumah makan Arwana, hanya 3 atribut yaitu atribut harga, rasa dan fasilitas yang terbukti secara signifikan terhadap kepuasan responden. Ketiga atribut tersebut mempunyai nilai gap paling tinggi diantara atribut yang lain. Artinya nilai kinerja pada ketiga atribut tersebut lebih tinggi daripada harapannya. Kepuasan tertinggi ada pada atribut fasilitas dengan gap sebesar 0,19 yang nilainya lebih besar dari atribut harga dan rasa dengan gap masing-masing sebesar 0,17 dan 0,18. Namun demikian ketiga atribut tersebut semuanya mempunyai nilai kepuasan yang tinggi terlihat dari semua nilai gap positif. Artinya kinerja rumah makan Arwana pada ketiga atribut tersebut secara signifikan melebihi harapan konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumen telah merasakan menu pada masakan rumah makan Arwana dengan rasa yang enak, harga relatif lebih murah dan fasilitas yang lengkap. Dengan demikian sebaiknya pihak pengelola rumah makan Arwana dapat mempertahankan dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan pada ketiga atribut tersebut, karena terbukti bahwa ketiga atribut tersebut merupakan faktor yang dinilai paling memberikan kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk pada rumah makan Arwana.

Sedangkan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden dapat dilihat dari hasil ringkasan Uji Kruskal Wallis.

Tabel 5.8
Rangkuman Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan
Karakteristik Konsumen

Karakteristik Konsumen		Keamanan	Menu	Pelayanan	Kebersihan
Jenis Kelamin	W	0,3438			
	P	-0,0441			
Pekerjaan	PNS		0.2500		
	PS		0.1071		
	Pens.		0.8000		
	MHS		-0.5455		
Pendapatan	< 800 rb			0,2759	0,3103
	800rb-1.5 jt			0,1951	0,0488
	>1,5 jt			0,0667	-0,2667
Pendidikan	SMA		-0,1111		
	Mhs		0,2909		

Sumber : Data primer diolah, 2003

Berdasarkan hasil uji Kruskal Wallis dapat diketahui hanya atribut keamanan, menu, pelayanan dan kebersihan dapat menimbulkan kepuasan yang berbeda berdasarkan karakteristik konsumen.

Berdasarkan jenis kelamin wanita mempunyai kepuasan yang lebih tinggi dengan nilai rata-rata kepuasan sebesar 0,3438 lebih besar dari pria dengan rata-rata sebesar -0,0441. Hal ini berarti konsumen wanita merasa lebih puas daripada konsumen pria, bahkan pria belum merasakan kepuasan, terlihat dari nilai kepuasannya yang negatif.

Berdasarkan jenis pekerjaan kelompok pensiunan mempunyai nilai kepuasan yang paling tinggi dibandingkan kelompok jenis pekerjaan yang lain, dengan nilai kepuasan sebesar 0,800. Nilai ini lebih tinggi dibandingkan konsumen Pegawai Negeri 0,2500, Pegawai swasta 0,1071 dan mahasiswa sebesar -0,5455. Dari angkat tersebut mahasiswa belum dapat memperoleh kepuasan terlihat dari angka rata-rata kepuasan yang nilainya negatif.

Berdasarkan Tingkat pendapatan, kelompok berpendapatan kurang dari Rp.800.000 mempunyai kepuasan tertinggi pada atribut pelayanan dan kebersihan dengan nilai rata-rata kepuasan masing-masing sebesar 0,2759 dan 0,3103. Sedangkan kepuasan yang dirasakan pada kelompok konsumen berpendapatan Rp.800.000 – Rp.1.500.000 pada atribut pelayanan sebesar 0,0976 dan pada atribut kebersihan sebesar 0,1951. Kepuasan yang dirasakan pada kelompok konsumen berpendapatan lebih dari Rp.1.500.000 pada atribut pelayanan sebesar 0,0667 dan pada atribut kebersihan $-0,2667$. Sehingga kelompok konsumen yang berpendapatan tinggi yaitu lebih dari Rp.1.500.000 mempunyai kepuasan yang paling rendah pada kedua atribut tersebut, bahkan pada pada atribut kebersihan kelompok konsumen ini belum memperoleh kepuasan terlihat dari angka rata-ratanya yang nilainya negatif.

Berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan kelompok mahasiswa mempunyai nilai kepuasan tertinggi pada atribut menu dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,2909 lebih besar daripada kelompok konsumen yang berpendidikan SMA yang hanya sebesar $-0,1111$. Hal ini berarti kelompok konsumen berpendidikan SMA belum merasakan kepuasan pada atribut ini terlihat dari nilai rata-rata kepuasannya yang negatif.

Berdasarkan penjelasan diatas maka keempat atribut tersebut merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk itu sebaiknya pihak pengelola rumah makan lebih menekankan peningkatan kualitas pelayanan pada keempat atribut tersebut. Hal ini disebabkan konsumen yang mengkonsumsi produk pada rumah makan Arwana merupakan konsumen yang majemuk, dengan karakteristik yang berbeda, sehingga penilaian konsumen akan berbeda-beda.