

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN DIMENSI SERVICESCAPE DENGAN MENGGUNAKAN METODE IPA

(Studi Kasus pada Restoran Cepat Saji KFC Cabang Buah Batu Bandung Tahun 2018)

Lastika Wanda¹, Harrie Lutfie²

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

wandalastika@gmail.com

ABSTRAK

Makanan cepat saji saat ini sudah menjadi sebuah gaya hidup, karena disamping harganya terjangkau, mudah diolah, cepat dan juga sangat praktis, serta rasanya dominan enak. Alasan tersebut yang mendorong masyarakat lebih memilih makanan yang disajikan oleh restoran cepat saji atau *fast food*. Semakin banyaknya restoran cepat saji atau *fast food* di Indonesia merupakan bukti nyata bahwa industri makanan terus berkembang. Hal ini menyebabkan berubahnya gaya hidup masyarakat yang menjadi serba instan, cepat, dan praktis dalam mengkonsumsi makanan. Hal ini juga yang mendorong restoran cepat saji bersaing untuk mendapatkan konsumen dan membuatnya loyal terhadap perusahaan mereka.

Tujuan penelitian ini untuk melihat kepuasan pelanggan terhadap restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung, menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni konsumen atau pengunjung restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung, sampel yang diambil minimal sebanyak 100 responden. Dari data yang didapat nilai tingkat harapan pengunjung restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung lebih tinggi yaitu sebesar 85,95% sedangkan nilai kinerja *servicescape* hanya 80,16%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atas kinerja *servicescape* yang telah diberikan adalah sebesar 4,01 yang dapat diartikan bahwa *servicescape* pada KFC Cabang Buah Batu Bandung adalah memuaskan bagi konsumen, sedangkan tingkat harapan konsumen adalah 4,30 dapat diartikan bahwa harapan konsumen telah sesuai dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung. Matriks IPA digunakan untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas yaitu pada kuadran A yang terdiri dari 4 atribut, kuadran B terdiri dari 11 atribut, kuadran C terdiri dari 10 atribut, dan kuadran D terdiri dari 1 atribut.

Kata Kunci : Metode IPA (*Importance Performance Analysis*), *Servicescape*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Fast food is now a lifestyle, because besides the price is affordable, easy to process, fast and also very practical, and also delicious. Things that encourage people to prefer food served by fast food restaurants or fast food. More than that is fast food restaurants or fast food in Indonesia which is a clear proof that the food industry continues to grow. This leads to changes in the lifestyle of people who become instant, fast, and practical in consuming food. It also encourages fast-food restaurants to compete for consumers and build loyalty to their companies.

*The purpose of this study is to see the satisfaction of customers to fast food restaurant KFC Branch Buah Batu Bandung, using the method of IPA (*Importance Performance Analysis*). This research uses quantitative descriptive method. The population used in this study is consumers or visitors of fast food restaurant KFC Branch Buah Batu Bandung, the number of samples are minimal as many as 100 respondents. From the data obtained by the expectation level of fast food restaurant visitor KFC Buah Batu Bandung branch is higher that is 85.95% while service performance is only 80.16%.*

The results showed that the level of customer satisfaction on the service performance that has been given is 4.01 which can be interpreted that the servicescape on fast food restaurant KFC Branch Buah Batu Bandung is the satisfaction for consumers, while the level of consumer expectation is 4.30 can be interpreted from consumer

expectations and in accordance with service quality which has been given by fast food restaurant KFC Branch Buah Batu Bandung. IPA matrix used to know the attribute of the priority is in quadrant A consisting of 4 attributes, quadrant B consists of 11 attributes, C quadrant consists of 10 attributes, and quadrant D contains of 1 attribute.

Keywords: IPA (Importance Performance Analysis) Method, Servicescape, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Fast food berkembang pesat seiring berkembangnya dunia industri dimana makanan cepat saji sangat dibutuhkan oleh para karyawan terutama saat jam makan siang. Pada awal perkembangan gerai *fast food* dimulai pada abad 19 ketika Amerika Serikat memasuki era industri yang menyebabkan banyak pekerja hanya mempunyai jam istirahat singkat, karena jam kerja yang panjang (www.tripoutbound.com, 2015). Alasan itulah yang mendorong konsumen saat ini beralih kepada

makanan cepat saji, seperti salah satunya adalah restoran cepat saji *Kentucky Fried Chicken* (KFC).

KFC memiliki banyak cabang yang tersebar di seluruh kota maupun daerah yang ada di Indonesia, salah satu cabangnya adalah KFC Cabang Buah Batu Bandung yang beralamat di Jalan Buah Batu, No. 180 AB, Turangga, Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat, 40265. Berdasarkan data internal perusahaan, diketahui KFC Cabang Buah Batu Bandung mengalami fluktuasi (naik turunnya) jumlah pengunjung seperti yang tertera pada tabel berikut:

TABEL 1

Data Pengunjung KFC Cabang Buah Batu Bandung Periode Tahun 2017

Periode Bulan	Jumlah Pengunjung	Pertumbuhan
Januari	18.213	-
Februari	19.465	6,87%
Maret	20.784	6,78%
April	20.341	-2,13%
Mei	24.893	22,38%
Juni	21.452	-13,82%
Juli	19.237	-10,33%
Agustus	18.960	-1,44%
September	20.828	9,85%
Oktober	23.542	13,03%
November	22.761	-3,32%
Desember	23.694	4,10%

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2018

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa terjadinya sebuah ketidakstabilan pada jumlah kunjungan di restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung setiap bulannya di periode tahun 2017. Jumlah kunjungan yang menurun drastis terjadi pada bulan Mei-Juni sebesar -13,82% atau sebanyak 3.441 pengunjung yang berkurang dari bulan sebelumnya. Selama satu tahun terakhir tercatat terjadi enam kali kenaikan jumlah pengunjung, dimana peningkatan tertinggi terjadi pada bulan April-Mei sebesar 22,38% atau sebanyak 4.552 pengunjung yang bertambah dibandingkan bulan sebelumnya. Adapun jumlah pengunjung selama 12 bulan terakhir sebanyak 254.170 pengunjung di restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung.

Jika dilihat dari tabel 1 yang terus mengalami fluktuasi (naik turunnya jumlah pengunjung), menjadi alasan bagi penulis untuk menganalisis kepuasan konsumen berdasarkan dimensi *servicescape* dari restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Alasan penulis memilih objek KFC karena penulis ingin mengetahui apakah KFC sebagai restoran *fast food* yang sudah terkenal di masyarakat sudah menerapkan standar *servicescape* yang baik atau sebaliknya. Berdasarkan pengamatan peneliti, restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu telah mendesain restoran agar menciptakan konsep restoran yang menarik serta mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menarik perhatian dan menciptakan kepuasan konsumen sehingga terbentuk sebuah lingkungan fisik restoran yang nyaman serta dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Annisa dan Yusiana (2017), *servicescape* menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen untuk berkunjung ke sebuah restoran. Dalam memilih restoran, konsumen cenderung

melihat restoran yang mempunyai konsep dan penawaran khusus akan kenyamanan yang diberikan sebuah restoran tersebut. Sangat penting bagi sebuah restoran untuk membentuk sebuah konsep yang unik dan nyaman untuk dapat menciptakan ekspektasi yang baik pada konsumennya. Zeithaml dan Bitner (2013: 296) menjelaskan aspek-aspek yang terdapat dalam *servicescape* meliputi *ambient conditions* (suhu udara, musik, pencahayaan, suasana, dan kebersihan), *spatial layout and functionally* (*layout* ruangan, peralatan, *furniture*), serta *signs, symbols and artifacts* (logo dan lambang).

Kenyamanan yang diberikan pada sebuah restoran memunculkan sebuah perasaan dan nilai yang baik pada konsumennya, dengan penilaian yang baik tersebut dapat memunculkan sebuah perasaan puas yang positif pada konsumen. Perasaan positif tersebut dapat dengan mudah timbul setelah konsumen merasakan dan membandingkan hasil kinerja yang diberikan oleh restoran. Seperti yang dijelaskan oleh Wesbrook dan Reilly dalam Tjiptono (2014: 353), kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.

Untuk menganalisis lebih lanjut digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana dengan menggunakan metode ini perusahaan dapat melihat sejauh mana pencapaian perusahaan, serta mana saja yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan oleh perusahaan. *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk memahami lebih dalam mengenai persepsi konsumen terhadap *servicescape*. Dimensi *importance* (harapan) menunjukkan seberapa penting dimensi *servicescape* menurut para konsumen, sedangkan dimensi *performance* (kinerja) menunjukkan seberapa baik dimensi *servicescape* tersebut dirasakan pengguna secara nyata.

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang sejauh mana *servicescape* yang diberikan oleh restoran cepat saji KFC

Cabang Buah Batu dalam mengukur kepuasan konsumen. Adapun judul yang akan digunakan adalah “**Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi *Servicescape* Dengan Menggunakan Metode IPA (Studi Kasus Pada Restoran Cepat Saji KFC Cabang Buah Batu Bandung Tahun 2018)**”.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 29) manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Servicescape (Lingkungan Layanan)

Menurut Lupiyoadi (2013: 120) *servicescape* adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2013: 278), *servicescape* merupakan semua aspek fasilitas suatu organisasi jasa yang meliputi atribut-atribut eksterior (papan informasi, tempat parkir, pemandangan alam) dan atribut-atribut interior (desain, tata letak, peralatan, dan dekorasi).

Dimensi *Servicescape*

Adapun dimensi *servicescape* yaitu sebagai berikut :

1. *Ambient Conditions*
2. *Spatial Layout and Functionality*
3. *Signs, Symbol, Artifact*

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan suatu produk atau jasa (atau hasil) dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi harapannya, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapannya, maka

pelanggan akan merasa puas. Jika melebihi harapannya, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Sedangkan menurut penjelasan Kotler dan Armstrong (2016: 692) kepuasan konsumen adalah sejauh mana kinerja suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Menurut Siregar (2014: 15) metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara satu variabel yang lain. Sedangkan menurut Sugiyono (2014: 147) pengertian metode deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang luas.

Sugiyono (2014: 35-36) mendefinisikan metode kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sumber data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden dan data sekunder yang diperoleh dari buku referensi, media internet, dan studi pustaka sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan skala ordinal yang digunakan untuk memberikan informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan skala Likert.

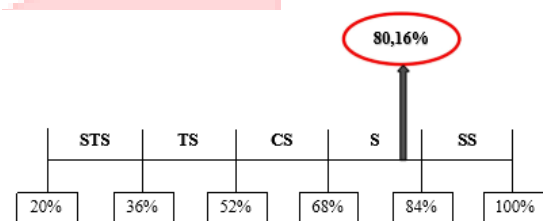
Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KFC Cabang Buah Batu Bandung. Sampel yang digunakan adalah 100 responden, penarikan sampel menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi

dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis *Importance Performance Analysis*.

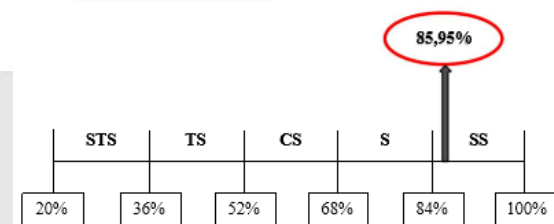
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa nilai dari setiap item pernyataan dalam kuesioner sudah valid dengan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini reliabel.



GAMBAR 1
Garis Kontinum Nilai Kinerja Servicescape

Berdasarkan hasil survey kepada responden maka diperoleh hasil perhitungan atribut kinerja di restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung sebesar 80,16% dan dari garis kontinum dapat diketahui hasil perhitungan kinerja konsumen pada restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu



Bandung dinyatakan "Sesuai".

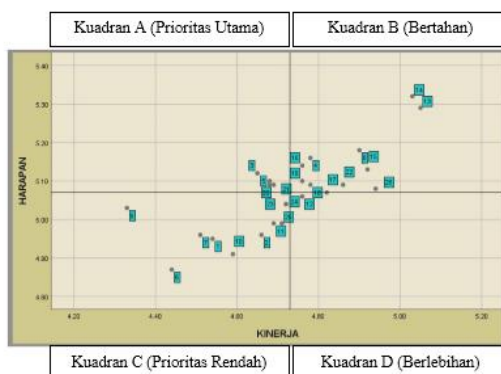
GAMBAR 2
Garis Kontinum Nilai Harapan Servicescape

Berdasarkan hasil survey kepada konsumen maka diperoleh hasil perhitungan atribut harapan di restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung sebesar 85,95% dan dari garis kontinum dapat diketahui hasil perhitungan harapan konsumen pada restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung dinyatakan "Sangat Sesuai".

TABEL 2
Hasil Perhitungan Kesenjangan (GAP)

Dimensi	Indikator Pernyataan	Nilai/Skor		K	H	GAP (Qi -)
		Kinerja (P)	Harapan (I)			
Ambient Condition	1	454	495	3,85	4,19	-0,35
	2	466	496	3,95	4,20	-0,25
	3	465	512	3,94	4,34	-0,40
	4	478	516	4,05	4,37	-0,32
	5	468	510	3,97	4,32	-0,36
	6	444	487	3,76	4,13	-0,36
	7	451	496	3,82	4,20	-0,38
	8	490	518	4,15	4,39	-0,24
	9	433	503	3,67	4,26	-0,59
	10	459	491	3,89	4,16	-0,27
	11	469	499	3,97	4,23	-0,25
	12	476	506	4,03	4,29	-0,25
	13	505	529	4,28	4,48	-0,20
	14	503	532	4,26	4,51	-0,25
Spatial Layout and Functionalit y	15	492	513	4,17	4,35	-0,18
	16	476	514	4,03	4,36	-0,32
	17	482	507	4,08	4,30	-0,21
	18	478	509	4,05	4,31	-0,26
	19	476	510	4,03	4,32	-0,29
	20	469	509	3,97	4,31	-0,34
Signs, Symbols and Artifact	21	472	504	4,00	4,27	-0,27
	22	486	509	4,12	4,31	-0,19
	23	468	509	3,97	4,31	-0,35
	24	472	504	4,00	4,27	-0,27
	25	471	499	3,99	4,23	-0,24
	26	494	508	4,19	4,31	-0,12
Rata-Rata		472.96	507.12	4.01	4.30	-0.29

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua pernyataan bernilai negatif, yang berarti bahwa semua pernyataan mempunyai kesenjangan (*gap*). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pada *servicescape* saat ini masih berada di bawah harapan pengunjung restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung.



GAMBAR 3

Diagram Kartesius Kinerja dan Harapan (Analisis IPA)

Dari diagram kartesius diatas dapat terlihat letak unsur-unsur atribut dimensi *servicescape* yang mempengaruhi kepuasan konsumen restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung. Berikut adalah penjelasan hasil dari diagram kartesius:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan bahwa terlihat atribut-atribut yang berada di kuadran ini perlu mendapat prioritas untuk ditangani atau dibenahi terlebih dahulu. Atribut yang ada pada kuadran A inilah yang dinilai sangat penting oleh pengunjung restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung, tetapi masih belum memuaskan. Berikut adalah atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran A:

- a. Item 3 : Menurut saya, Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki ruangan (toilet, ruang makan, dapur) yang bersih;
- b. Item 5 : Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki suasana ruangan yang nyaman dan santai;
- c. Item 20 : Penyusunan furnitur (meja, kursi) pada restoran KFC Cabang Buah Batu sangat menarik;
- d. Item 23 : Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki tanda petunjuk yang letaknya strategis dan mudah dilihat.

2. Kuadran B (Bertahan)

Atribut-atribut atau indikator yang ada pada kuadran ini harus bisa dipertahankan karena telah berhasil dilaksanakan. Adapun atribut atau indikator yang terdapat pada kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Item 4 : Menurut saya, Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki

- peralatan makan dan memasak yang bersih;
- b. Item 8 : Aroma makanan di Restoran KFC Cabang Buah Batu dapat menggugah selera makan;
 - c. Item 13 : Saya senang dengan cita rasa makanan khas Restoran KFC Cabang Buah Batu yaitu ayam goreng tepung yang renyah;
 - d. Item 14 : Cita rasa masakan pada restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki cita rasa yang konsisten/sama dengan outlet KFC lainnya;
 - e. Item 15 : Mesin kasir dan peralatan (makan/memasak) pada restoran KFC Cabang Buah Batu sudah tersusun dengan baik;
 - f. Item 16 : Furnitur (meja, kursi) pada restoran KFC Cabang Buah Batu sudah tersusun dengan baik;
 - g. Item 17 : Ukuran mesin kasir dan peralatan (makan/memasak) pada restoran KFC Cabang Buah Batu sudah sesuai dengan luas ruangan;
 - h. Item 18 : Furnitur (meja, kursi) pada restoran KFC Cabang Buah Batu sesuai dengan ukuran (besar) ruangan;
 - i. Item 19 : Penyusunan mesin kasir dan peralatan (makan/memasak) pada restoran KFC Cabang Buah Batu membuat layout ruangan menjadi lebih menarik;
 - j. Item 22 : Furnitur (meja, kursi) yang digunakan oleh restoran KFC Cabang Buah Batu berfungsi dengan baik;
 - k. Item 26 : Logo restoran KFC Cabang Buah Batu mudah diingat.
3. Kuadran C (Prioritas Rendah)
Menunjukkan bahwa atribut atau indikator yang berada pada kuadran ini dinilai kurang penting pengaruhnya oleh konsumen. Pelaksanaannya biasa saja dan dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Berikut atribut atau indikator yang terdapat pada kuadran C:
- a. Item 1 : Pencahayaan pada ruangan KFC Cabang Buah Batu sudah sesuai dengan desain interior, dan eksterior restoran;
 - b. Item 2 : Pencahayaan pada ruangan KFC Cabang Buah Batu sudah sesuai dengan tema atau konsep yang digunakan oleh restoran;
 - c. Item 6 : Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki suasana ruangan yang hangat;
 - d. Item 7 : Wewangian ruangan pada Restoran KFC Cabang Buah Batu membuat pengunjung merasa nyaman;
 - e. Item 9 : Alunan musik di Restoran KFC Cabang Buah Batu sangat menyenangkan dan selalu update;
 - f. Item 10 : Volume musik pada Restoran KFC Cabang Buah Batu sudah sesuai/layak untuk didengar;
 - g. Item 11 : Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki sirkulasi udara yang baik;
 - h. Item 21 : Mesin kasir dan peralatan (makan/memasak) pada restoran

KFC Cabang Buah Batu berfungsi dengan baik;

- i. Item 24 : Tanda petunjuk yang digunakan oleh restoran KFC Cabang Buah Batu memudahkan saya menemukan lokasi makan;
 - j. Item 25 : Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki logo yang menarik.
4. Kuadran D (Berlebihan)
Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Berikut terdapat 1 item yang tergolong di kuadran D:
- a. Item 12 : Suhu ruangan di Restoran KFC Cabang Buah Batu membuat pengunjung merasa nyaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan mengenai analisis kepuasan konsumen berdasarkan dimensi *Servicescape* dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) pada restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung, dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan persepsi konsumen terhadap lingkungan layanan (*servicescape*) pada restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung diukur dengan analisis deskriptif kinerja secara keseluruhan berada dalam kategori **Sesuai** yaitu sebesar **80,16%**.
2. Konsumen mempunyai harapan yang besar atas lingkungan layanan (*servicescape*) pada restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung, berdasarkan analisis deskriptif harapan secara keseluruhan

berada dalam persentase sebesar **85,95%** dan berada dalam kategori **Sangat Sesuai**.

3. Tingkat kepuasan pada konsumen diukur dalam harapan dan kinerja yang ditujukan untuk restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung, dengan nilai rata-rata harapan **4,30** sementara kinerja yang konsumen rasakan dengan hasil nilai rata-rata **4,01**. Maka dapat diberikan kesimpulan bahwa konsumen belum merasa puas karena nilai rata-rata harapan yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata kinerja.

4. Berdasarkan penelitian dengan menggunakan *Important Performance Analysis* (IPA) pada diagram kartesius terdapat empat atribut prioritas utama pada kuadran A, sepuluh atribut dengan prioritas rendah pada kuadran C dan satu atribut berlebihan pada kuadran D yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta lingkungan layanan restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung yakni sebagai berikut:

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

- 1) Menurut saya, Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki ruangan (toilet, ruang makan, dapur) yang bersih;
- 2) Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki suasana ruangan yang nyaman dan santai;
- 3) Penyusunan furnitur (meja, kursi) pada restoran KFC Cabang Buah Batu sangat menarik;
- 4) Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki tanda petunjuk yang letaknya strategis dan mudah dilihat.

b. Kuadran C (Prioritas Rendah)

1) Pencahayaan pada ruangan KFC Cabang Buah Batu sudah sesuai dengan desain interior, dan eksterior restoran;

2) Pencahayaan pada ruangan KFC Cabang Buah Batu sudah sesuai dengan tema atau konsep yang digunakan oleh restoran;

3) Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki suasana ruangan yang hangat;

4) Wewangian ruangan pada Restoran KFC Cabang Buah Batu membuat pengunjung merasa nyaman;

5) Alunan musik di Restoran KFC Cabang Buah Batu sangat menyenangkan dan selalu update;

6) Volume musik pada Restoran KFC Cabang Buah Batu sudah sesuai/layak untuk didengar;

7) Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki sirkulasi udara yang baik;

8) Mesin kasir dan peralatan (makan/memasak) pada restoran KFC Cabang Buah Batu berfungsi dengan baik;

9) Tanda petunjuk yang digunakan oleh restoran KFC Cabang Buah Batu memudahkan saya menemukan lokasi makan;

10) Restoran KFC Cabang Buah Batu memiliki logo yang menarik.

c. Kuadran D (Berlebihan)

1) Suhu ruangan di Restoran KFC Cabang Buah Batu membuat pengunjung merasa nyaman.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan, adapun beberapa saran untuk pihak perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Pada tingkat kesenjangan (GAP) antara kinerja dan harapan *servicescape* restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung setiap item pernyataan pada tiap dimensi memiliki tingkat kesenjangan (GAP), karena semua skornya bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja yang sesungguhnya masih berada di bawah harapan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas terhadap kinerja *servicescape* restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung dalam melayani konsumen, sehingga perusahaan harus dapat memperbaiki seluruh atribut dari masing-masing dimensi tersebut.

2. Pada penelitian ini diketahui hasil dari diagram kartesius kuadran mana saja yang masih harus diperbaiki, berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana item-item indikator pernyataan dari kuadran A, C, dan D yang perlu diperbaiki oleh restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung dengan saran sebagai berikut:

a. Pada penelitian ini diketahui hasil dari diagram kartesius kuadran mana saja yang masih harus diperbaiki, seperti pada Kuadran I yang mengatakan atribut-atribut tersebut dianggap penting namun pada kenyataannya belum sesuai dengan harapan konsumen, oleh karena itu perusahaan

harus melakukan perbaikan dalam *servicescape* dengan memberikan standar layanan yang lebih baik lagi, seperti menjaga dan meningkatkan kualitas kebersihan, mempertahankan dan memastikan suasana ruangan restoran KFC tetap nyaman dan santai, pihak perusahaan dinilai juga perlu untuk menata furnitur (meja, kursi) agar terlihat lebih menarik, serta memastikan tanda petunjuk (*sign*) yang jelas dan strategis agar mudah dilihat oleh konsumen.

- b. Kemudian pada Kuadran III memuat atribut-atribut yang harus ditingkatkan lagi kinerjanya dengan strategi baru oleh perusahaan karena dalam pelaksanaannya biasa saja dan dianggap kurang penting dan kurang memuaskan seperti memperbaiki pencahayaan pada ruangan KFC dengan menyesuaikan pada desain interior dan eksterior, memastikan pencahayaan pada ruangan KFC sudah sesuai dengan tema atau konsep yang digunakan, mengatur *temperature* atau suhu udara di restoran KFC agar suasana ruangan tetap hangat, wewangian ruangan harus disesuaikan dengan bau makanan agar pengunjung merasa nyaman, alunan musik harus diperbaharui secara berkala, volume musik pada juga harus disesuaikan agar layak untuk didengar, memastikan sirkulasi udara yang baik di dalam restoran KFC, memastikan mesin kasir dan peralatan (makan/memasak) pada restoran KFC sudah berfungsi dengan baik, meletakkan

tanda petunjuk restoran KFC yang memudahkan dalam menemukan lokasi makan, serta diperlukan pembaharuan dalam desain logo agar lebih menarik.

- c. Adapun Kuadran IV menunjukkan beberapa faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi. Suhu ruangan pada restoran KFC dinilai tidak begitu penting bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:

CV. Alfabeta.

Annisa, A. C., & Yusiana, R. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi *Servicescape* Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi Pada Restoran PSY Steamboat Yakiniku di Bandung Tahun 2017). *Jurnal Universitas Tekom*.

Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2016), *Principles of Marketing*, 15th Pearson Education Limited.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016), *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2013). *Marketing Management*. Fourteenth Edition. Pearson Education.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfie, H. (2017). Contribution of Advertising for Purchasing Decision of Simcard (Simpati) Product. *ADRI International Journal of Marketing and Entrepreneurship*, 1(1), 10-14.
- Lutfie, H., & Hidayat, R. Descriptive Analysis of Reference Group and Family to Decision Purchase Phone Touchscreen. In *Proceeding 12th ADRI 2017 International Multidisciplinary Conference and Call for Paper, Bogor, March 30–April 01, 2017* (p. 171).
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-Tujuh Belas. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Zeithaml, Valarie A, dan Bitner, Mary Jo, (2013), *Service Marketing*, 6th Edition, McGraw-Hill Education.
- www.kfcindonesia.com, diakses pada tanggal 30 Mei 2018.
- www.tripoutbound.com, diakses pada tanggal 31 Mei 2018.