

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *CSI*
PADA RUMAH MAKAN REGITA JATAH RAMBIPUJI**

**Agung Jati Jaya, Feti Fatimah SE, MM., Haris Hermawan SE, MM.
Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember
Email : agungduadelapan@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai kepuasan pelanggan terhadap tingkat penjualan dengan menggunakan metode CSI (Customer Service Index) pada Rumah Makan Regita Jatah Rambipuji. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh nilai index 80,8% yang berarti secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Rumah Makan Regita Jatah, namun perusahaan harus meningkatkan pelayanan karena pada analisis data terdapat beberapa variabel yang nilai negatif. Prioritas utama perbaikan kualitas pelayanan diantaranya adalah tanggapan terhadap keluhan konsumen, ketersediaan kotak saran.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, CSI (Customer Satisfaction Index).

ABSTRACT

This study aims to determine the value of customer satisfaction with the level of sales using the CSI (Customer Service Index) method at the Rambipuji ration restaurant. From the results of the research, an index value of 80.8% has been obtained, which means that overall consumers are satisfied with the quality of service provided by the Rita Regita Restaurant, but the company must improve its service because in the data analysis there are several variables with negative values. The main priorities for improving service quality include responses to consumer complaints, the availability of suggestion boxes.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, CSI (Customer Satisfaction Index).

I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini persaingan bisnis sangat berkembang tajam baik itu mencakup pasar domestik maupun mancanegara. Perusahaan membutuhkan strategi yang jitu untuk memenangkan persaingan dengan kompetitornya. Salah satu dari strategi tersebut perusahaan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan baik itu dari pembenahan kualitas produk, perbaikan layanan kepada pelanggan hingga pemberian harga yang sesuai dengan pelanggan.

Restoran merupakan kata resapan yang berasal dari bahasa Perancis yang diadaptasi oleh bahasa Inggris yaitu *restaurant* yang berasal dari kata *restaurer* yang berarti memulihkan. Salah satu rumah makan di Jember yang memiliki spesialisasi adalah rumah makan Regita Jatah yang berada di Kec. Rambipuji Kab. Jember. Rumah Makan Regita Jatah adalah sebuah restoran dengan spesialisasi masakan berbahan baku ikan gurame. Rumah Makan Regita Jatah memiliki berbagai macam menu ikan gurame, baik gurame bakar, goreng maupun kuah.

Berdasarkan uraian diatas, untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada perusahaan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Tingkat Penjualan Dengan Menggunakan Metode CSI Pada Rumah Makan Regita Jatah”.

II. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan

keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut Sunyoto (2012:251).

2.2 Kualitas Pelayanan

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para Pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi Pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat 5 Dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan itu sendiri meliputi (Tjiptono, 2000) :

- a. Tangibles (Bukti Langsung)
- b. Reliability (Kehandalan)
- c. Responsiveness (Daya Tanggap)
- d. Assurance (Jaminan)
- e. Empathy (Empati)

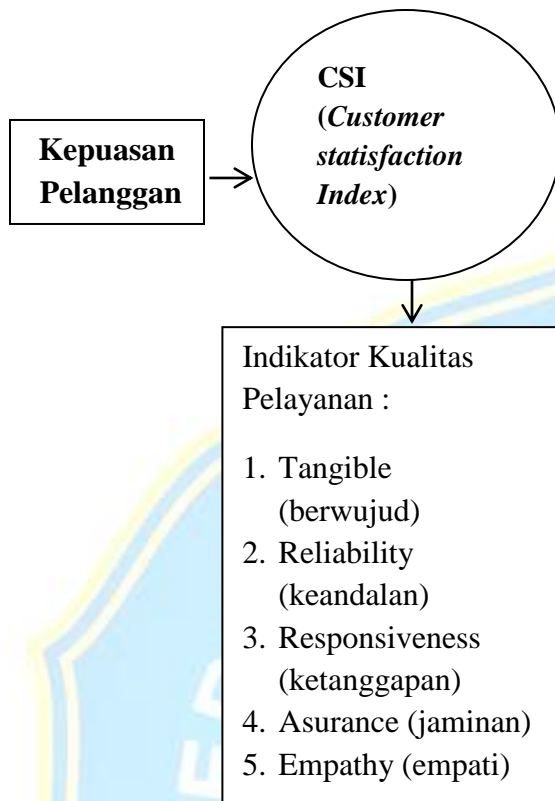
2.4 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas diartikan atas suatu produk atau layanan yang antara lain meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut atau perubahan perjanjian layanan, atau sebaliknya seberapa besar kemungkinan pelanggan akan beralih kepada merk lain atau penyedia layanan lain (Aaker dalam Iwan Kurniawan 2007).

2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2007).

2.6 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1

III. Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Data

3.1.1 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2009).

3.1.2 Data Primer

Data primer, adalah data yang penulis peroleh langsung dari responden (Kuncoro, 2009), yaitu calon sampel yang berjumlah 100 responden, dengan menggunakan daftar pernyataan yang telah disediakan.

3.2 Teknik Analisis Data

3.2.1 Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa kuat suatu alat tes melakukan fungsi ukurannya. Model pengujian menggunakan pendekatan *Pearson Correlation* untuk menguji validitas pernyataan kuesioner.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh).

3.2.3 Pengukuran CSI

CSI ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa.

Menurut Aritonang (2005) untuk mengetahui besarnya CSI ini langkah langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) Dan (MSS) *Mean Satisfaction scoring*.
2. Membuat *Weight Factors* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per-atribut terhadap total MIS seluruh atribut.
3. Membuat *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata – rata tingkat kepuasan atau Mean Satisfaction Score (MSS).
4. Menentukan *Customer Satisfaction Index*.

IV. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum RM Regita Jatah

Rumah Makan Regita Jatah merupakan rumah makan yang khas dengan masakan ikan guraminya. Rumah makan yang berusia 30 tahun ini sudah diwariskan secara turun – temurun, pemilik Rumah Makan saat ini adalah Deny Wahyu Prasetyo (generasi ketiga). Rumah Makan Regita Jatah sudah berdiri sejak tahun 1989 yang beralamatkan di Jl. Argopuro No.187 Rambigundam – Rambipuji.

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Prosentase (%)
1	Laki-laki	56 orang	56%
2	Perempuan	44 orang	44%
3	Total	100 orang	100%

Berdasarkan table 4.1 bahwa responden yang berjenis laki-laki sebanyak 56 orang atau 56%, dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 orang atau 44%. Jumlah responden terbanyak adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 orang atau 56%.

2. Karakteristik Responden berdasarkan usia

Tabel 4.2: Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	15 – 25 tahun	20 orang	20%
2	26 – 40 tahun	36 orang	36%
3	41 – 50 tahun	44 orang	44%
Total		100 orang	100%

Berdasarkan tabel 4.2 bahwa responden yang berusia 15 sampai 25 tahun berjumlah 20 orang atau 20%, usia 26 sampai 40 tahun berjumlah 36 orang atau 36%, dan usia 41 sampai 50 tahun berjumlah 44 orang atau 44% dari total responden yang berjumlah 100 orang. Jumlah responden terbanyak adalah responden usia 41 sampai 50 tahun berjumlah 44 orang atau 44%.

4.3 Uji Validitas Data

4.3.1 Uji Validitas Data Kinerja

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

Variabel/Indikator			
Tangible	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,693	0,197	Valid
X1.2	0,693	0,197	Valid
Reliability			
X2.1	0,680	0,197	Valid
X2.2	0,662	0,197	Valid
Responsiveness			
X3.1	0,707	0,197	Valid
X3.2	0,684	0,197	Valid
Assurance			
X4.1	0,632	0,197	Valid
X4.2	0,687	0,197	Valid
Empathy			
X5.1	0,687	0,197	Valid
X5.2	0,687	0,197	Valid

Sumber : Lampiran 5

Tabel 4.6 menjelaskan bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil valid. Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,197, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Validitas Data Harapan

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan

Variabel/Indikator			
Tangible	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,577	0,197	Valid
X1.2	0,673	0,197	Valid
Reliability			

X2.1	0,715	0,197	Valid
X2.2	0,696	0,197	Valid
Responsiveness			
X3.1	0,614	0,197	Valid
X3.2	0,579	0,197	Valid
Assurance			
X4.1	0,720	0,197	Valid
X4.2	0,673	0,197	Valid
Empathy			
X5.1	0,702	0,197	Valid
X5.2	0,723	0,197	Valid

Sumber : Lampiran 5

Tabel 4.7 menjelaskan bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap skor konstruk dari setiap variable menunjukkan hasil valid. Karena r hitung $>$ r table 0,197, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

4.4 Uji Reliabilitas

4.4.1 Uji Reliabilitas Kinerja

Tabel 4.8 uji reliabilitas kinerja

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Tangible	0,735	0,60	Reliabel
Reliability	0,708	0,60	Reliabel
Responsive ness	0,737	0,60	Reliabel
Assurance	0,695	0,60	Reliabel
Empathy	0,728	0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas, tingkat kepentingan tersebut menunjukkan bahwa semua variable mempunyai koefisiensi alpha yang cukup atau memenuhi kriteria yaitu diatas 0,60, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variable tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

4.4.2 Uji Reliabilitas Harapan

Tabel 4.9 uji reliabilitas harapan

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Tangible	0,647	0,60	Reliabel
Reliability	0,748	0,60	Reliabel
Responsive ness	0,598	0,60	Reliabel

Assurance	0,739	0,60	Reliabel
Empathy	0,756	0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas, tingkat kepentingan tersebut menunjukkan bahwa semua variable mempunyai koefisiensi alpha yang cukup atau memenuhi kriteria yaitu diatas 0,60, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variable tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

4.5 Analisi CSI

1. Mean Importance Score & Mean Satisfaction Score

Tabel 4.10: Hasil Mean Importance Score Tingkat Kinerja

Pernyataan	Mean
K1	3.79
K2	3.71
K3	3.89
K4	3.91
K5	3.83
K6	3.9
K7	3.78
K8	4.01
K9	3.86
K10	3.83

Mean Satisfactio Score

Tabel 4.11: Mean Satisfaction Score Tingkat Harapan

Pernyataan	Mean
H1	4.13
H2	4.05
H3	4.07
H4	4.05
H5	4.12
H6	4.02
H7	4.01
H8	4.0
H9	4.0
H10	3.98

2. Weight Factors & Weight Score

Tabel 4.12: Hasil Weight Factors & Weight Score

Kepuasan Pelanggan	WF	WS
KH.1	9.841	40.63
KH.2	9.633	39.0
KH.3	10.101	41.10
KH.4	10.153	41.10
KH.5	9.945	40.95
KH.6	10.127	40.68
KH.7	9.815	39.33
KH.8	10.412	41.64
KH.9	10.023	40.08
KH.10	9.945	39.56
TOTAL	99.99	404.07

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2019

Pada tabel 4.11 menjelaskan bahwa total keseluruhan kepuasan pelanggan dari WF dan WS adalah 99.99 (WF) dan 404.07 (WS).

3. Menentukan CSI

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Berikut adalah hasil perhitungan tingkat kepuasan pelanggan:

$$CSI = \frac{404.07}{5} \times 100\% = 80,8\% \text{ (Puas)}$$

Dari perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) diatas diperoleh angka sebesar 80, 8% yang artinya bahwa kepuasan pelanggan yang terdiri dari Tangible (berwujud), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), Empaty (empati) memiliki kategori puas. Artinya pelanggan Rumah Makan Regita Jatah merasa sangat puas dengan pelayanan maupun makanan dan minuman yang disediakan.

V. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulannya adalah hasil uji validitas yang semuanya menghasilkan data yang valid. Hasil uji reliabilitas secara keseluruhan dinyatakan reliabel dimana alpha hitung atau *cronbach alpha* lebih besar dari standart alpha yaitu 0,600.

Dari perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) diatas diperoleh angka sebesar 80, 8% yang artinya bahwa kepuasan pelanggan yang terdiri dari Tangible (berwujud), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), Empaty (empati) memiliki kategori puas. Artinya dengan pelayanan yang diberikan dan terus menambah kualitas pelayanan, pelanggan Rumah Makan Regita Jatah merasa sudah puas dengan pelayanan maupun makanan dan minuman yang disediakan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak Rumah Makan Regita Jatah dari penelitian ini, yaitu: hendaknya Rumah Makan Regita Jatah dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga dengan lebih memerhatikan kualitas pelayanannya diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

Saran bagi Peneliti Selanjutnya :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan misalnya seperti menggunakan metode *IPA*(*Importance Performance Analysis*).

2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, L. 2005. *Kepuasan Pelanggan. Pengukuran dan Penganalisisan Dengan SPSS*. PT. Gramedia Pustaka : Jakarta.
- Devani, 2016. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index, *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol.2, No. 2.
- Ferdinand, A.. 2005. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi ke 2. Semarang: BP UNDIP.
- Fornell, Claes, 1992. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, *Journal of Marketing*, Vol. 56
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hannie, 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Penjualan Online Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index, *Jurnal Gerbang*, Vol. 8, No. 1.

- Julita, 2008. Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. Dalam Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 13 halaman.
- Kurniawan, Iwan. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Produk Sakatonik Liver Semarang). Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi.
- Kotler, Philip, 2006. *Marketing*. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials). Diterjemahkan Oleh: Herujati Purwoto. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi Kontrol Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo..
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Bahasa Indonesia. Jilid 1&2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, G. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2006. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke 5. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Iwan, Rustina. 2008. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Rice Bowl Bogor serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran. Program Studi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Suarthana. 2006. *Manajemen Perhotelan Edisi Kantor Depan*. Kuta Utara: Mapindo.
- Subiantoro, 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan yang Diberikan Oleh Rumah Sakit Dengan Metode CSI, ISBN : 978-602-61599-6-0.
- Sugiyono, 2010, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Sutisna, 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Edisi Pertama, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

Tasunar, Nanang, 2006. Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. V, No. 1 Mei 2006.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Andy offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi

Turkylmaz, Ali dan Coskun Ozkan. 2007. *Development of customer satisfaction index model : an application to the Turkish mobile phone sector*. *Industrial Management and Data System*, Vol. 107 No. 5 hal. 672-687.

