

KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MADAME SISCA

THE EATERY BANDUNG

Meiriska Silfia Sari Supriatna

Program Studi Pendidikan Tata Boga, Departemen Pendidikan Kesejahteraan Keluarga,
Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan,
Universitas Pendidikan Indonesia.

Meiriskaslf@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya tingkat penjualan produk restoran *Madame Sisca The Eatery Bandung* pada bulan juli 2017 hingga Februari 2018. Tujuan penelitian ini yaitu mendapatkan informasi mengenai kepuasan konsumen terhadap produk di *Madame Sisca The Eatery Bandung*. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan *Importance Performance Analysis*, yang terdiri dari dua tahapan. Tahap pertama, mengukur tingkat kesesuaian antara harapan konsumen dan kinerja perusahaan menggunakan rumus indeks kepuasan konsumen. Tahap kedua, menentukan prioritas perbaikan kinerja perusahaan. Hasil penelitian berdasarkan perhitungan indeks kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa masih terdapat tujuh indikator yang memiliki angka indeks kepuasan konsumen dibawah 1,00 atau konsumen merasa belum puas yaitu pada indikator penyajian makanan, citarasa hidangan, pelayanan yang berwujud, empati, keandalan, ketanggapan, dan jaminan. Sedangkan untuk indikator variasi menu dan harga, konsumen dinyatakan sudah puas. Hasil analisis penentuan prioritas perbaikan menggunakan *Matriks Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa indikator yang memiliki prioritas perbaikan paling tinggi yaitu pada indikator empati dan keandalan.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk

**CONSUMER SATISFACTION TOWARD MADAME SISCA THE EATERY'S
PRODUCTS, BANDUNG**

ABSTRACT

This research was driven by the declining sales of restaurant products from Madame Sisca The Eatery Bandung from July 2017 to February 2018. The main purpose of this study is to obtain customer satisfaction information towards the products of Madame Sisca The Eatery Bandung. The methods which are used in this research are descriptive method and quantitative method. The technique of data analysis is Importance Performance Analysis, which consists of two stages. The first stage is to measure the level of conformity between consumer expectation and company performance by using the formula of consumer satisfaction index. The second stage is to determine the priority in improving company performance. The result of the research characterized by the calculation of consumer satisfaction index, shows that there are seven indicators with consumer satisfaction index number below 1.00, which indicating consumer dissatisfaction towards food presentation indicator, food taste, tangible service, empathy, reliability, responsiveness and assurance. Meanwhile for menu and price variety indicator, consumer is declared satisfied. The analysis result in improving performance priority determination, using the Importance Performance Analysis Matrix, shows the most prioritized indicators for company's improvement are empathy and reliability indicators.

Keywords: Consumer Satisfaction, Product Quality