

ANALISIS KINERJA ATRIBUT PELAYANAN PADA RESTORAN *KENTUCKY FRIED CHICKEN* (KFC) DI KABUPATEN PRINGSEWU

(Analysis Performance of Service Attributes at Kentucky Fried Chicken (KFC) Restaurant in Pringsewu Regency)

Dwi Putri Arlitha, Agus Hudoyo, Ktut Muniarti

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1
Bandar Lampung 35141, e-mail: agus.hudoyo@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the services attributes of the Kentucky fried chicken (KFC) fast food restaurant in Pringsewu Regency that need to be retained and upgraded of their performance. This study used a survey method and was conducted by interviewing on 22 types of attributes to 60 consumers using a questionnaire. Determination of the sample is done by probabilistic sampling technique and the analytical method used questionnaire analysis using Validity Test, Reliability Test and data analysis using Important Performance Analysis (IPA). Each attribute is assessed by the level of importance and performance by consumers using a Likert scale of 1-7. The results of the importance and performance scores of each attribute are then processed and entered into a Cartesian diagram which is divided into four quadrants. This study shows that of the 22 attributes studied, there are 13 types of attributes that are considered important and 9 attributes are considered to have satisfactory performance. The types of performance attributes that need to be retained are the taste of food, speed of service, cleanliness of the premises, employee friendliness, security, employee understanding of the product, comfort of the premises, availability of parking spaces, and availability of seats. The types of attributes that must be upgraded in service performance are price, toilet cleanliness, availability of a prayer room, and availability of air conditioning.

Key words: *Attributes, performance, important performance analysis (IPA)*

Received : 5 August 2022

Revised: 15 October 2023

Accepted: 4 November 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v10i4.6150>

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk di Indonesia terus mengalami kenaikan tiap tahunnya, begitu juga dengan Provinsi Lampung yang terus mengalami pertumbuhan penduduk. Berdasarkan data BPS, (2021) terhitung hingga tahun 2020 total penduduk Lampung mencapai 9,01 juta jiwa dan meraih peringkat kedua terbanyak di wilayah Sumatera. Bertambahnya jumlah penduduk berdampak pada peningkatan kebutuhan barang dan jasa, dan salah satu permintaan masyarakat akan barang yaitu terkait kebutuhan makanan dan minuman. Kebutuhan tersebut menimbulkan banyaknya restoran dan tempat makan baru.

Menurut BPS (2021) restoran sebagai akomodasi penyedia makan dan minuman turut berkontribusi dalam PDRB Provinsi Lampung yaitu sebesar 1,45 persen. Selain itu, sektor akomodasi penyedia makanan dan minuman juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja sehingga hal ini dapat berkontribusi dalam pengurangan pengangguran yang ada di Provinsi Lampung. Di sisi lain, sektor

restoran erat kaitannya dengan sektor pertanian karena bahan baku utama dan bahan pelengkap pada produk olahan restoran berasal dari sektor pertanian. Hal ini akan memiliki hubungan yang positif dimana jika permintaan akan makanan dan minuman pada restoran meningkat, maka permintaan akan bahan baku pertanian terkait juga akan mengalami peningkatan.

Menurut BPS (2021) jumlah rumah makan/restoran yang ada di Provinsi Lampung tahun 2020 berjumlah sekitar 1.665 rumah makan/restoran atau naik 10,19 persen dibanding tahun sebelumnya yang berjumlah 1.511 rumah makan/restoran. Meningkatnya jumlah restoran menyebabkan adanya persaingan antar restoran dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya.

Usaha restoran dalam hal ini KFC Pringsewu perlu mengetahui bagaimana tingkat kepuasan atau persepsi konsumen melalui pengukuran tingkat kinerja dari macam-macam atribut yang ada. Pengukuran tingkat kinerja tersebut dilakukan agar

pemilik usaha mengetahui sejauh mana para konsumen memperoleh kepuasan atas pelayanan yang disediakan. Selain itu, usaha KFC juga dapat mengetahui apa saja pelayanan yang sebenarnya dirasa kurang penting bagi konsumen sehingga mereka tidak perlu untuk mengeluarkan lebih banyak usaha untuk menyediakan pelayanan yang dirasa tidak penting dan kurang menguntungkan. Usaha KFC untuk dapat bersaing dengan banyaknya usaha rumah makan lainnya maka perlu diketahui juga terkait apa saja atribut-atribut yang memang potensial dan perlu untuk dipertahankan serta jenis atribut mana yang memerlukan perbaikan atau peningkatan kinerja.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut pelayanan pada Restoran KFC Pringsewu yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya. Beberapa hal pembeda dengan beberapa penelitian yang sudah ada yakni penggunaan teknik sampling, lokasi penelitian dan penggunaan bobot skala *likert*.

METODE PENELITIAN

Jenis penggunaan metode penelitian yang dipilih yakni survei. Lokasi penelitian dilaksanakan pada Restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Kabupaten Pringsewu. Sampel yang digunakan untuk penelitian yaitu konsumen yang melakukan pembelian dan konsumsi produk pada KFC Pringsewu. Kriteria konsumen yang dapat dijadikan responden yaitu sudah mencapai usia 17 tahun dan sudah pernah melakukan pembelian secara langsung di KFC Pringsewu minimal satu kali.

Responden penelitian yang digunakan dalam penelitian sebanyak 60 orang. Teknik *probability sampling* atau teknik sampling berpeluang digunakan sebagai teknik dalam penentuan sampel. Sampel penelitian dipilih dengan melakukan undian terhadap nomor meja, kemudian undian tersebut dipilih secara acak dengan menggunakan *microsoft excel*. Apabila nomor meja yang terpilih terdapat dua atau lebih konsumen, maka konsumen yang dapat dijadikan sampel hanya satu orang mewakili dari meja tersebut.

Pengumpulan data dilakukan selama empat minggu dan dilaksanakan pada bulan Maret 2022. Penggunaan jenis data yakni data primer yang bersumber dari hasil wawancara terhadap konsumen KFC Pringsewu dengan kuesioner dan data sekunder bersumber dari bermacam-macam

literatur terkait dan data dinas pemerintah setempat yang relevan dengan penelitian.

Masing-masing atribut pada kuesioner diperlukan pengujian terlebih dulu sebelum digunakan dalam kegiatan penelitian. Uji validitas dimaksudkan agar diketahui sejauh mana keabsahan atau ketepatan atribut-atribut penelitian sebagai alat ukur kepentingan dan kinerja, dan uji reliabilitas dimaksudkan agar diketahui seberapa tinggi tingkat konsistensi masing-masing atribut penelitian sebagai alat ukur kepentingan dan kinerja. Berdasarkan hasil uji menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) terhadap kuisisioner dengan 22 jenis atribut kepentingan dan kinerja, nilai *r* tabel diperoleh sebesar 0,361 dan hasil hitung keseluruhan atribut lebih besar dari *r* tabel, dengan begitu diperoleh kesimpulan bahwa 22 jenis atribut yang digunakan pada kuesioner penelitian telah dinyatakan valid.

Sujarweni (2014) menjelaskan bahwa suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika hasil *cronbach alpha* lebih dari 0,6. Setelah dilakukan uji reliabilitas diperoleh hasil nilai *Cronbach Alpha* terhadap 22 atribut kepentingan yaitu 0,892 dan atribut kinerja 0,925. Hasil tersebut telah lebih dari 0,6 sehingga didapatkan kesimpulan bahwa 22 atribut pada KFC Pringsewu yang digunakan dalam kuesioner penelitian dinyatakan reliabel.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diajukan kepada konsumen KFC Pringsewu. Kuesioner tersebut memuat pertanyaan terkait penilaian skor tingkat kepentingan dan kinerja terhadap 22 jenis atribut dengan menggunakan skala 1-7. Skala bobot kepentingan (1) yakni sangat tidak penting sekali, (2) tidak penting sekali, (3) tidak penting, (4) netral, (5) penting, (6) sangat penting, dan (7) sangat penting sekali. Untuk skala bobot kinerja (1) artinya sangat tidak puas sekali, (2) tidak puas sekali, (3) tidak puas, (4) netral, (5) puas, (6) sangat puas, dan (7) adalah sangat puas sekali.

Terdapat tiga kelompok atribut yang digunakan yaitu atribut produk, perhatian, dan fasilitas. Atribut-atribut tersebut diperoleh berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan keadaan yang ada di KFC Pringsewu. Atribut-atribut yang diidentifikasi pada KFC Pringsewu disajikan pada Tabel 1.

Data penelitian dianalisis menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA). Metode

Tabel 1. Atribut yang diidentifikasi pada KFC Pringsewu

Kelompok Atribut	Atribut	Sumber
Produk	Cita rasa makanan	(Aprilyano, 2021)
	Harga	
	Keberagaman menu	
	Tampilan produk	
	Kesesuaian produk dengan tampilan produk	
Perhatian	Kecepatan pelayanan	(Prasetyowati <i>et al.</i> , 2016) dan (Fitriani <i>et al.</i> , 2018)
	Kebersihan tempat	
	Keramahan karyawan	
	Ketanggapan terhadap kritik dan saran	
	Keamanan	
	Penampilan karyawan	
	Kemudahan pembayaran	
	Pemahaman karyawan terhadap produk	
Fasilitas	Kenyamanan tempat	(Gunawan & Priatna, 2015); (Elisa <i>et al.</i> , 2017) dan (Aryanti <i>et al.</i> , 2013)
	Akses <i>wifi</i>	
	Ketersediaan tempat parkir	
	Kebersihan toilet	
	Ketersediaan mushola	
	Ketersediaan pendingin ruangan	
	Ketersediaan tempat duduk	
	Kemudahan akses lokasi	
	Ketersediaan promosi	

ini ditujukan untuk menganalisis bagaimana hubungan dari sebuah kepentingan atribut (*importance*) dan tingkat kinerjanya (*performance*). Adapun tahapan-tahapan dalam metode IPA diantaranya yaitu:

1. Rata-rata kinerja dan harapan seluruh pelanggan

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

\bar{X} = Rerata skor kinerja atribut-i

\bar{Y} = Rerata skor kepentingan atribut-i

$\sum X_i$ = Skor kinerja total atribut-i

$\sum Y_i$ = Skor kepentingan total atribut-i

n = Keseluruhan pelanggan

2. Rata-rata kinerja dan kepentingan keseluruhan atribut

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{x}_i}{k} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{y}_i}{k} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

$\bar{\bar{X}}$ = Nilai kinerja rerata seluruh atribut

$\bar{\bar{Y}}$ = Nilai kepentingan rerata seluruh atribut

\bar{x}_i = Skor kinerja rerata atribut-i

\bar{y}_i = Skor kepentingan rerata atribut-i
k = Keseluruhan atribut

3. Tingkat Kesesuaian

$$T_{ki} = X_i/Y_i \times 100\% \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja atribut-i

Y_i = Skor penilaian kepentingan atribut-i

Hasil nilai skor yang sudah didapatkan dari kuesioner selanjutnya dimasukkan ke dalam empat kelompok kuadran pada sebuah diagram kartesius. Kuadran tersebut terdiri dari prioritas utama (I), pertahankan prestasi (II), prioritas rendah (III), dan berlebihan (IV).

- a. Kuadran I merupakan prioritas utama berisi atribut yang dinilai penting menurut konsumen namun pihak restoran belum mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen, maka atribut pada kuadran ini perlu untuk ditingkatkan kinerjanya.
- b. Kuadran II atau pertahankan prestasi berisi atribut yang dinilai penting dan kinerjanya yang diberikan restoran sudah memuaskan

konsumen, maka atribut dalam kuadran II perlu untuk tetap dipertahankan prestasi kinerjanya.

- c. Kuadran III atau prioritas rendah berisi kelompok atribut yang menurut konsumen dinilai kurang begitu penting dan memiliki kinerja kurang begitu baik, maka restoran tidak perlu mengeluarkan usaha lebih karena dirasa tidak begitu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- d. Kuadran IV atau berlebihan berisi atribut yang menurut konsumen dinilai kurang begitu penting namun kinerjanya dinilai baik dan memuaskan konsumen, maka atribut pada kuadran berlebihan tidak memerlukan peningkatan kinerja, dikarenakan selain menambah beban biaya juga tidak begitu penting untuk konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Pengelompokkan konsumen KFC Pringsewu terdiri dari beberapa karakteristik diantaranya usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir, alamat, frekuensi kunjungan, dan waktu kunjungan. Sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian pada KFC Pringsewu adalah perempuan dengan usia 17-27 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 80%. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen terdiri dari anak muda yang suka melakukan pembelian makanan cepat saji. Selanjutnya hal tersebut juga telah sesuai dengan penelitian Adriani & Wirjatmadi (2012) yang menyatakan bahwa perempuan lebih sering untuk mencoba makanan baru termasuk makanan cepat saji.

Konsumen pada KFC Pringsewu mayoritas adalah seorang pelajar/mahasiswa dengan pendidikan terakhir SMA/SMK yaitu sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 40%. Sebagian besar konsumen berasal dari Kabupaten Pringsewu dan memiliki frekuensi kunjungan sebanyak 2-3 kali dalam satu bulan. Sebanyak 34 orang konsumen melakukan pembelian pada hari libur dengan persentase sebesar 57%.

Important Performance Analysis (IPA)

Penggunaan metode IPA ditujukan untuk menganalisis antara *important* (kepentingan) dan sebuah *performance* (kinerja), yang kemudian hasil dari tingkat kepentingan dan kinerja tersebut

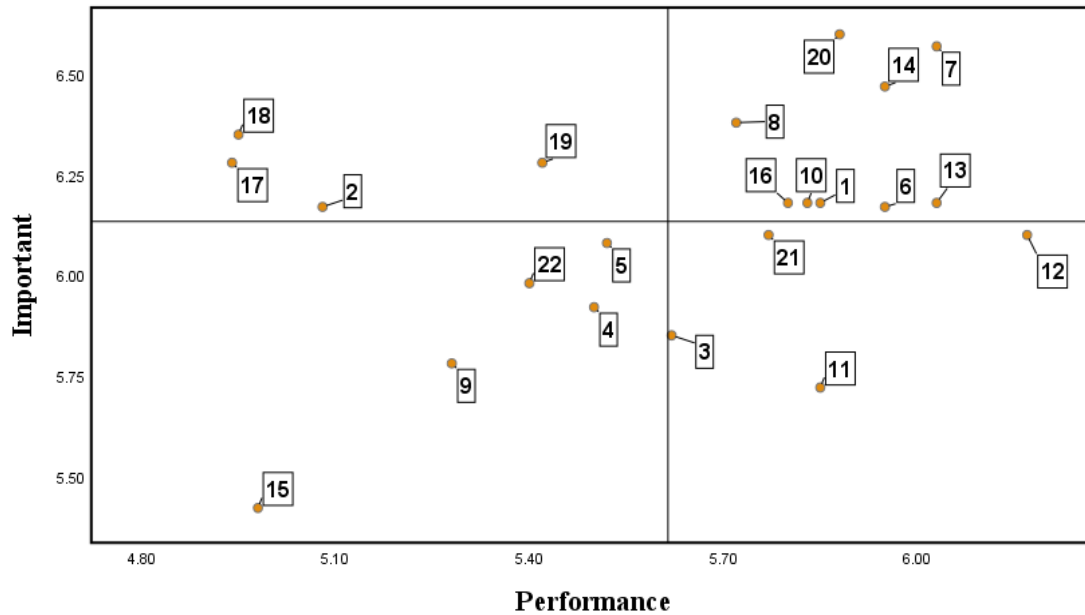
diolah dan diinterpretasikan ke dalam empat kelompok kuadran yang disebut sebagai diagram kartesius. Pengelompokkan tersebut dapat menunjukkan mana saja atribut yang harus dipertahankan maupun ditingkatkan kinerjanya. Sebaran dari 22 atribut pada diagram kartesius ditunjukkan oleh Gambar 1. Hasil skor rata-rata kinerja dan kepentingan atribut pada KFC Pringsewu secara ringkas ditunjukkan oleh Tabel 2.

1. Prioritas Rendah (Kuadran III)

Kuadran prioritas rendah terdiri dari tampilan produk, kesesuaian produk dengan tampilan produk, ketanggapan terhadap kritik saran, akses wifi, dan ketersediaan promosi. Hasil ini sesuai dengan penelitian Gunawan & Priatna (2015) yang juga menyatakan bahwa atribut ketersediaan promosi tergolong kedalam kuadran III. Selanjutnya untuk atribut ketanggapan terhadap kritik dan saran juga sejalan dengan penelitian Manalu (2020) yang juga tergolong ke dalam kuadran III atau prioritas rendah.

Tabel 2. Skor rata-rata kinerja dan kepentingan atribut pada KFC Pringsewu

Atribut	MPS (X) / Rata-rata Skor Kinerja Atribut	MIS (Y) / Rata-rata Skor Kepentingan Atribut
1	5,85	6,18
2	5,08	6,17
3	5,62	5,85
4	5,50	5,92
5	5,52	6,08
6	5,95	6,17
7	6,03	6,57
8	5,72	6,38
9	5,28	5,78
10	5,83	6,18
11	5,85	5,72
12	6,17	6,10
13	6,03	6,18
14	5,95	6,47
15	4,98	5,42
16	5,80	6,18
17	4,94	6,28
18	4,95	6,35
19	5,42	6,28
20	5,88	6,60
21	5,77	6,10
22	5,40	5,98
Total	123,52	134,95
Total Rata-rata	5,61	6,13



Gambar 1. Diagram kartesius uji IPA

Atribut tampilan produk dan kesesuaian produk dengan tampilan produk dinilai kurang begitu penting dan kinerjanya biasa saja dikarenakan konsumen menganggap bahwa tampilan produk dari ayam goreng tidak begitu penting dan produk yang disajikan juga tidak harus sama persis dengan foto menu yang ditawarkan. Terlebih untuk menu dengan jenis ayam goreng, tampilan yang diberikan memang rata-rata standar dan tidak begitu menggunakan hiasan yang spesial.

Atribut selanjutnya yang tergolong prioritas rendah adalah atribut ketanggapan kritik dan saran, akses *wifi*, dan ketersediaan promosi. Hal tersebut karena konsumen jarang melakukan pengaduan kritik dan saran terhadap KFC Pringsewu karena sebagian besar pelayanan sudah memuaskan. Lalu untuk *wifi* sebagian konsumen menganggap kurang penting karena mereka melakukan pembelian hanya untuk makan dan bersantai tanpa membutuhkan adanya akses *wifi*. Selanjutnya untuk promosi dianggap biasa saja karena konsumen melakukan pembelian tanpa mengetahui adanya promo-promo tertentu, karena kegiatan promo biasanya lebih sering diberitakan melalui sosial media sehingga konsumen yang memang berniat melakukan pembelian seringkali tidak tahu tentang adanya promo-promo spesial.

2. Berlebihan (Kuadran IV)

Kelompok kuadran ini terdiri dari beberapa jenis atribut yakni keberagaman menu, penampilan

karyawan, kemudahan pembayaran, dan kemudahan akses lokasi.

Atribut keberagaman menu dinilai kurang begitu penting oleh konsumen dan tergolong berlebihan karena sebagian besar konsumen melakukan pembelian terhadap menu utama ayam goreng, sedangkan pada KFC Pringsewu variasi menu yang ditawarkan begitu banyak sehingga konsumen menganggap hal tersebut berlebihan. Begitu juga dengan kemudahan pembayaran, begitu banyak opsi pembayaran yang ditawarkan oleh KFC Pringsewu padahal konsumen menilai hal tersebut kurang begitu penting.

Atribut berlebihan selanjutnya yakni penampilan karyawan. Konsumen menganggap bahwa hal tersebut bukan merupakan hal yang sangat penting, namun penampilan karyawan yang ada di KFC Pringsewu sangat baik karena para karyawan berpenampilan rapi dengan menggunakan seragam lengkap khas KFC sehingga hal tersebut dinilai berlebihan. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Gunawan & Priatna (2015) dimana atribut penampilan karyawan atau pramusaji tergolong kedalam kuadran III yang artinya penampilan karyawan pada penelitian tersebut biasa saja, sedangkan pada penelitian ini dinilai sangat baik dan tergolong kedalam kuadran IV.

Atribut selanjutnya yang tergolong berlebihan adalah atribut kemudahan akses lokasi, karena atribut tersebut sudah dinilai sangat strategis dan

mudah dijangkau. Dengan begitu, atribut kemudahan akses lokasi tidak memerlukan peningkatan usaha lebih untuk dapat menjangkau konsumen. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Meiliani *et al.*, (2019) yang mana atribut kemudahan akses lokasi termasuk kedalam kuadran IV dan dinilai berlebihan.

3. Pertahankan Prestasi (Kuadran II)

Kuadran pertahankan prestasi terdiri dari beberapa jenis atribut diantaranya cita rasa makanan, kecepatan pelayanan, kebersihan tempat, keramahan karyawan, keamanan, pemahaman karyawan terhadap produk, kenyamanan tempat, ketersediaan tempat parkir, dan ketersediaan tempat duduk.

Atribut cita rasa makanan sudah memuaskan konsumen karena menu produk yang disajikan mempunyai cita rasa yang enak dan sesuai dengan selera konsumen yang beragam. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Mahendraswari & Nurmalina (2013), dan hasil penelitian Fitriani *et al.* (2018) yang menyebutkan bahwa atribut cita rasa tergolong ke dalam kuadran II atau pertahankan prestasi karena cita rasa dari masing-masing produk pada penelitian tersebut dinilai sudah memuaskan konsumen. Dengan begitu, KFC Pringsewu harus mampu mempertahankan cita rasa agar konsumen tetap puas.

Atribut kecepatan pelayanan tergolong kuadran II karena pelayanan yang dilakukan oleh karyawan KFC Pringsewu dalam menyediakan pesanan konsumen tergolong cepat dan sigap. Setelah konsumen memesan produk yang diinginkan, pelayanan dengan segera menyediakan dan menyajikan produk agar konsumen tidak menunggu lama. Hal ini telah sesuai dengan hasil penelitian Fitriani *et al.* (2018), Aryanti *et al.* (2013), dan Prasetyowati *et al.* (2016) yang juga memperoleh hasil bahwa atribut kecepatan pelayanan termasuk ke dalam kuadran II dan harus terus mempertahankan kinerjanya.

Jenis atribut lainnya yang perlu mempertahankan prestasinya adalah atribut kebersihan tempat dan hasil ini telah sesuai dengan hasil penelitian Mahendraswari & Nurmalina (2013) yang mana atribut kebersihan ruangan masuk ke dalam kuadran pertahankan prestasi karena pihak KFC Pringsewu sangat memperhatikan kebersihan, hal tersebut dilakukan dengan setiap ada konsumen yang selesai makan, karyawan akan langsung membuang bekas makanan dan membersihkan

serta merapikan kursi dan meja agar kebersihan tempat selalu terjaga dan tempat tersebut dapat digunakan oleh konsumen lainnya.

Atribut selanjutnya pada KFC Pringsewu yang tergolong memuaskan dan harus dipertahankan kinerjanya adalah atribut keramahan karyawan, keamanan, dan pemahaman karyawan terhadap produk. Hal tersebut dikarenakan konsumen merasa bahwa karyawan yang ada di KFC Pringsewu sudah melayani konsumen dengan ramah dan sopan serta mau membantu konsumen jika membutuhkan sesuatu. Konsumen juga menilai bahwa keamanan sudah baik dari segi produk maupun keamanan tempat makan sehingga konsumen lebih merasa aman saat melakukan pembelian. Begitu juga dengan pemahaman karyawan, konsumen puas karena karyawan sangat memahami dan membantu konsumen untuk menjelaskan berbagai menu dan promo yang tersedia di KFC Pringsewu.

Atribut kenyamanan tempat sesuai dengan penelitian Bangun *et al.* (2017) dan Fitriani *et al.* (2018) yang juga tergolong ke dalam kuadran II. Atribut tersebut termasuk kuadran II karena pada KFC Pringsewu memiliki kondisi ruangan yang bersih, luas, memiliki tempat duduk yang nyaman, dekorasi tempat yang menarik serta adanya hiburan tambahan seperti musik yang diputar di dalam ruangan sehingga konsumen merasa lebih nyaman dan puas.

Selanjutnya atribut ketersediaan tempat parkir dan tempat duduk dinilai sudah memuaskan karena KFC Pringsewu memiliki tempat parkir yang strategis dan memiliki keamanan yang terjamin. Konsumen juga puas terhadap ketersediaan tempat duduk karena KFC Pringsewu memiliki kapasitas tempat duduk yang cukup banyak dan juga terdapat beberapa tempat duduk tersedia di luar ruangan tepatnya di depan ruangan sehingga bagi konsumen yang lebih suka menikmati udara luar dan merokok bisa memilih opsi di luar. Selanjutnya pihak KFC Pringsewu juga menyediakan tempat duduk khusus bagi para balita sehingga hal tersebut memudahkan bagi konsumen yang membawa balita.

Beberapa jenis atribut pada kuadran II sesuai dengan hasil penelitian terdahulu Fitriani *et al.* (2018) yang mana atribut kecepatan pelayanan, kenyamanan tempat, dan pemahaman karyawan terhadap produk tergolong kedalam kuadran II kinerjanya sudah memuaskan dan perlu dipertahankan. Selanjutnya penelitian ini juga selaras dengan hasil penelitian terdahulu

Prasetyowati *et al.* (2016) yang menyebutkan bahwa atribut cita rasa, keamanan, tempat parkir, keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kenyamanan tempat dan kebersihan tergolong kedalam kuadran II yang perlu untuk dipertahankan kinerjanya.

4. Prioritas Utama (Kuadran I)

Kelompok kuadran prioritas utama terdiri dari beberapa jenis atribut yakni harga, kebersihan toilet, ketersediaan mushola, dan ketersediaan pendingin ruangan. Hasil ini telah sesuai dengan pernyataan Aryanti *et al.* (2013) yang menyebutkan bahwa atribut kebersihan toilet termasuk kedalam kuadran I karena kinerjanya dinilai belum memuaskan oleh konsumen. Selanjutnya hasil ini juga telah sesuai dengan hasil penelitian Prasetyowati *et al.* (2016) dan Meiliani *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa atribut kebersihan toilet dan harga produk termasuk kedalam kuadran I dan perlu dilakukan usaha untuk meningkatkan kinerjanya.

Atribut harga tergolong prioritas utama karena konsumen merasa harga yang ditawarkan oleh KFC masih tergolong mahal untuk menu dan porsi yang disajikan. Jika dibandingkan dengan produk ayam goreng merk lokal lainnya yang berkisar pada harga Rp 10.000 - Rp 15.000 untuk setiap porsi ayam dan nasi, harga produk ayam dan nasi pada KFC Pringsewu dirasa lebih mahal karena memiliki kisaran harga diatas Rp 20.000. solusi yang dapat dilakukan yaitu menyediakan lebih banyak promo paket terhadap pembelian menu-menu tertentu, agar harga yang ditawarkan kepada konsumen dapat lebih terjangkau.

Beberapa atribut yang juga dianggap belum memuaskan pada KFC Pringsewu yaitu atribut kebersihan toilet dan ketersediaan mushola. Hal ini karena kondisi toilet dan mushola yang ada masih kurang dalam hal kebersihannya. Selain itu, fasilitas bangunan toilet dan mushola berada jauh di luar KFC Pringsewu dan masih tergabung dengan pengguna tempat perbelanjaan yang ada tepat di samping KFC Pringsewu. Hal tersebut membuat konsumen kurang nyaman dan merasa kurang puas.

Atribut selanjutnya yang dianggap belum memuaskan dan tergolong prioritas utama pada KFC Pringsewu adalah atribut ketersediaan pendingin ruangan. Hal tersebut karena fasilitas pendingin ruangan yang ada masih belum cukup menjangkau seluruh sudut ruangan yang ada di

KFC Pringsewu. Disamping itu disaat kondisi KFC sedang dalam keadaan ramai pengunjung, kinerja pendingin ruangan menjadi kurang maksimal.

KESIMPULAN

Atribut pada Restoran KFC Pringsewu yang perlu dipertahankan kinerjanya yaitu cita rasa makanan, kecepatan pelayanan, kebersihan tempat, keramahan karyawan, keamanan, pemahaman karyawan terhadap produk, kenyamanan tempat, ketersediaan tempat duduk dan ketersediaan tempat parkir. Atribut yang memerlukan peningkatan kinerja yakni harga, kebersihan toilet, ketersediaan mushola, dan ketersediaan pendingin ruangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani M, dan Wirjatmadi B. 2012. *Peranan Gizi Dalam Siklus Kehidupan*. Kencana Prenada Media Group.
- Aprilyano TA. 2021. Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kinerja Pelayanan Kedai Kopi Ketje Dan Lokal Coffe Di Kota Metro. *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Aryanti D, Hudoyo A, dan Kasymir E. 2013.. Analisis Tingkat Pelayanan Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Pada Dua Restoran di Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 1(2), 118–125. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/articel/view/238/237>.
- Bangun YFB., Indriani Y, dan Soelaiman A.. 2017. Sikap dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Hang Dihi Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(1), 101–108. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/articel/view/1680/1506>.
- BPS. 2021. *Distribusi Persentase PDRB Triwulanan ADHK Menurut Lapangan Usaha (Persen)*. <https://Lampung.Bps.Go.Id/Indicator/52/572/2/Distribusi-Persentase-Pdrb-Triwulanan-Adhk-Menurut-Lapangan-Usaha.Html>.
- BPS. 2021. *Statistik Daerah Provinsi Lampung*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung.
- Elisa, Hudoyo A, dan Soelaiman A. 2017.. Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Restoran Steak di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis:*

- Journal of Agribusiness Science*, 5(1), 109–115.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1682/1507>.
- Fitriani LN, Nurhadi E, dan Parsudi S. 2018. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Turki Sobikun. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*, 7(2), 116–130. <https://doi.org/10.33005/adv.v7i2.2101>.
- Gunawan AF, dan Priatna WB. 2015. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Happy Cow Steak Bogor Jawa Barat. *Forum Agribisnis*, 5(2), 139–158. <https://doi.org/10.29244/fagb.5.2.139-158>.
- Mahendraswari R, dan Nurmalinga R. 2013. Tingkat Kepentingan serta Kinerja Atribut Produk dan Pelayanan di Rumah Makan Bebek Gendut, Bubulak, Kota Bogor. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 347–353. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/580>.
- Manalu DST. 2020. Analisis Persepsi dan Kepuasan Konsumen Restoran Pecel Lele Lela. *Jurnal Hexago*, 4(2), 83–95. <https://doi.org/10.36423/hexagro.v4i2.384>.
- Meiliani M, Indriani Y, dan Abidin Z. 2019. Identifikasi Atribut Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Makan Bakso Di Lingkungan Universitas Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(2), 172–178. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3378/2579>.
- Prasetyowati A, Hudoyo A, dan Rangga KK. 2016. Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 4(4), 384–390. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1520/1374>.
- Sujarweni V. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.