

PERBEDAAN PENILAIAN PEMBELI MAKAN SIANG DAN MALAM TERHADAP ATRIBUT RUMAH MAKAN PADANG X, BANDAR LAMPUNG

The Differences In Lunch And Dinner Buyers Assessments Of The Attributes Of Padang X Restaurant, Bandar Lampung

Rafika Dila Putri, Agus Hudoyo, Maya Riantini

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Indonesia,
e-mail : agus.hudoyo@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze differences between lunch and dinner buyers in assessing importance and performance attributes, differences in importance and performance levels between lunch buyers and dinner buyers, and analyze the attributes that need to be improved and maintained. The method used in this study was a survey method by conducting interviews with 35 lunch buyer respondents and 35 dinner buyer respondents. The samples were determined using a probability sampling technique to randomize table numbers and the analytical method used was the Mann-Whitney Test and Importance Performance Analysis (IPA). Interest and performance attribute ratings by buyers used a Likert scale with a range of 1 to 5. This study showed that there was no significant difference in importance and performance ratings between lunch and dinner buyers' ratings. There are 4 different attributes of the importance and performance of dinner and lunch. There is 1 attribute whose performance needs to be improved and 8 attributes whose performance needs to be maintained.

Keywords: *attributes, Importance Performance Analysis (IPA), importance and performance, lunch buyers and dinner buyers.*

Received: 04 Januari 2024

Revised: 25 Januari 2024

Accepted: 01 Februari 2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v12i1.8412>

PENDAHULUAN

Kebutuhan pokok yang tidak pernah lepas dari rutinitas manusia sehari-hari adalah makanan (Purnamawati & Yuliati 2016). Kesibukan khalayak kota mengakibatkan tidak adanya waktu yang cukup untuk membuat makanan untuk dimakan di rumah termasuk mahasiswa maupun pekerja. Pemilihan makanan merupakan bagian proses dalam memilih makanan untuk dikonsumsi dari hasil pengaruh persaingan, penguatan, dan interaksi berbagai faktor (Aulia & Yuliati 2018).

Motivasi dalam pemilihan makanan terdiri dari kenyamanan tempat, kesehatan (gizi), harga produk, dan selera (favorit). Ketika penilaian seseorang mengenai makanan stabil maka tindakan seseorang terhadap penilaian ini bervariasi tergantung dari ketersediaan makanan di suatu lokasi dan pengaruh sosial dari orang lain (Brown *et al.* 2015) dalam (Purnamawati & Yuliati 2016). Maraknya perusahaan masakan menawarkan peluang bisnis untuk para pengusaha bersaing memperebutkan pangsa pasar serta

mempertahankan usahanya. Pertumbuhan penduduk serta ekonomi sangat dipengaruhi oleh sebuah permintaan. Semakin melonjak kuantitas penduduk maka semakin melonjak kuantitas permintaan. Begitu pula dengan semakin melonjak penghasilan penduduk maka kuantitas permintaan akan meningkat. Hal ini dipengaruhi oleh keberadaan dan kelangsungan hidup manusia dari segi kualitatif maupun kuantitatif (Bangun *et al.* 2017).

Meningkatnya kebutuhan pangan mendorong perusahaan makanann membuka restoran. Rumah Makan Padang merupakan usaha makanan cepat saji yang banyak dicintai masyarakat, sehingga pengusaha harus mempertahankan dan mengembangkan usahanya, oleh karena itu diperlukan strategi. Rumah Makan Padang X merupakan salah satu rumah makan yang memiliki potensi untuk berkembang terletak di Kota Bandar Lampung.

Rumah Makan Padang X menawarkan berbagai macam masakan Padang. Produk yang ditawarkan

antara lain olahan ayam (bakar, goreng dan sayur), olahan daging (rendang) dan lain sebagainya. Harga yang ditawarkan variatif dan cukup terjangkau oleh pembeli. Selain itu, fasilitas yang disediakan juga cukup memadai. Untuk bertahan dan mengembangkan suatu usaha perlu adanya strategi pemasaran. Upaya yang bisa dilakukan adalah dengan menempatkan atribut kepentingan dan kinerja sebagai tujuan utama. Banyak hal yang menjadi alasan pembeli untuk melakukan pembelian di rumah makan tertentu, seperti harga, kualitas, maupun lokasi. Lokasi strategis dipilih, karena memudahkan pembeli untuk menemukan rumah makan yang akan dikunjungi. Penilaian pembeli makan siang dan pembeli makan malam menjadi hal yang sangat penting dikarenakan rumah makan padang sendiri memiliki ciri khas yaitu membuka gerai *non-stop*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan hasil penilaian pembeli makan siang dan makan terhadap atribut rumah makan padang X, menganalisis perbedaan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja antara pembeli makan siang dan malam serta mengetahui atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan kinerjanya.

METODE PENELITIAN

Rumah Makan Padang X merupakan lokasi penelitian. Lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa rumah makan padang tersebut merupakan rumah makan yang ramai dikunjungi oleh pembeli, terletak pada lokasi yang strategis, menghadapi persaingan dengan usaha jenis lainnya, masih tetap eksis hingga saat ini. Populasi sampel penelitian ini adalah pembeli Rumah Makan Padang X. Pengumpulan data dilakukan secara bertahap. Pertama, menentukan hari dan waktu yang ditetapkan secara terencana. Selanjutnya, menentukan sampel dengan cara mengacak nomor meja yang terdapat di rumah makan. Waktu pengambilan data pada bulan Februari 2023. Sampel penelitian ini adalah pembeli yang makan di Rumah Makan Padang X dan bersedia diwawancarai. Jumlah sampel adalah 70 sampel dengan masing-masing 35 pembeli makan siang dan 35 pembeli makan malam.

Data pimer dalam penelitian ini adalah hasil karakteristik sampel, kepentingan dan kinerja atribut Rumah Makan Padang X. Karakteristik

Tabel 1. Kelompok atribut

Kelompok Atribut	Atribut
Produk	1. Harga produk
	2. Cita rasa makanan
	3. Keragaman menu
	4. Porsi lauk
	5. Higienisitas produk
Perhatian	1. Kecepatan pelayanan
	2. Keramahan pramusaji
	3. Ketelitian perhitungan
	4. Penampilan pramusaji
Fasilitas	1. Lokasi
	2. Kenyamanan tempat
	3. Kelengkapan peralatan makan
	4. Keterjaminan parkir
	5. Toilet
	6. Mushola
	7. Wastafel

sampel terdiri atas usia, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan, suku, pengeluaran pembelian dan posisi awal. Kepentingan dan kinerja atribut diukur dengan kuesioner. Kuesioner yang disusun terdiri dari atas 16 variabel atribut Rumah Makan Padang X yang dikelompokkan dalam tiga kelompok atribut.

Setelah data diperoleh, maka akan dilakukan analisis menggunakan *uji mann-whitney* dan *importance perfomance analysis* (IPA). Analisis *uji mann-whitney* dilakukan untuk melihat perbedaan penilaian atribut rumah makan pembeli makan siang dan malam. IPA digunakan untuk mengukur nilai rata-rata masing-masing atribut yang dianggap penting dan kinerja yang diterapkan atau perbedaan antara aspek kepentingan dan kinerja atribut. Skor penilaian menggunakan skala *likert*, yaitu sangat baik (5), baik (4), netral (3), tidak baik (2) dan sangat tidak baik (1). Selanjutnya, atribut-atribut dimasukkan kedalam Diagram Karteiuis dan hasilnya akan dijabarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Sampel

Karakteristik sampel terdiri atas usia, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan, suku, dan pengeluaran pembelian. Sebagian besar pembeli adalah laki-laki pada rentang usia 17-27 tahun yaitu sebanyak 32,00 persen. Pekerjaan karyawan/pegawai dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi sebanyak 35,00 persen. Suku dan pengeluaran pembelian mayoritas adalah suku Jawa dengan pengeluaran pembelian lebih dari Rp26.000,00 sebanyak 17,00 persen.

Tabel 1. Penilaian atribut kepentingan dan atribut kinerja

No	Atribut	Rangking kepentingan		Skor kepentingan		Sig	Skor kinerja		Sig
		Siang	Malam	Siang	Malam		Siang	Malam	
Produk									
1	Harga	3	3	4,26	3,91	0,221	3,54	3,57	0,995
2	Cita Rasa	2	2	4,49	4,46	0,821	3,80	3,86	0,980
3	Keragaman menu	10	8	2,97	3,17	0,512	3,57	3,66	0,712
4	Porsi	9	10	3,11	2,89	0,404	3,57	3,20	0,139
5	Higienitas produk	4	4	3,71	3,60	0,657	3,03	2,97	0,873
Perhatian									
6	Kecepatan pelayanan	6	9	3,34	2,94	0,079	4,14	3,83	0,141
7	Keramahan pramusaji	8	7	3,14	3,29	0,615	3,94	3,66	0,231
8	Ketelitian perhitungan	7	5	3,17	3,37	0,424	4,03	3,91	0,405
9	Penampilan pramusaji	13	16	2,43	2,14	0,383	2,60	2,71	0,699
Fasilitas									
10	Lokasi	1	1	4,71	4,60	0,969	4,66	4,43	0,227
11	Kenyamanan	5	6	3,63	3,34	0,219	4,11	3,83	0,107
12	Kelengkapan peralatan makan	15	15	2,37	2,23	0,701	3,89	3,60	0,573
13	Keterjaminan Parkir	11	12	2,86	2,69	0,603	3,49	3,60	0,955
14	Toilet	12	11	2,83	2,83	0,913	2,09	2,14	0,917
15	Mushola	14	13	2,40	2,34	0,874	2,37	2,34	0,908
16	Wastafel	16	14	2,37	2,34	0,903	2,54	2,60	0,227

Pengujian atribut kepentingan dan atribut kinerja dibedakan menjadi dua waktu pembeli yakni pada makan siang dan malam. Pengujian ini untuk melihat perbedaan penilaian pembeli makan siang dan malam terhadap atribut Rumah Makan Padang X. Alat analisis yang digunakan adalah *Mann-whitney* dengan taraf nyata sebesar 5,00 persen. kepentingan dan kinerja dianalisis untuk mengetahui kategorinya. Skor kepentingan dan kinerja didapatkan dari rata-rata skor atribut-atribut. Atribut-atribut pada penelitian ini dibagi menjadi tiga kelompok atribut yaitu: kelompok atribut produk, kelompok atribut perhatian dan kelompok atribut fasilitas. Skala kepentingan didapatkan dari kelas lima selang dengan rumus:

$$\text{Selang} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah kelas interval}} \dots\dots\dots (1)$$

$$\begin{aligned} \text{Selang} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh selang skala sebesar 0,8. Skala interval tersebut dideretkan dari nilai terendah hingga nilai tertinggi berdasarkan kategori.

Tabel 2. Skala selang kepentingan

No	Skala interval	Kategori kepentingan
1	1,00-1,80	Sangat tidak penting
2	1,81-2,60	Tidak penting
3	2,61-3,40	Netral
4	3,41-4,20	Penting
5	4,21-5,00	Sangat penting

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2 diketahui skor kepentingan dan kategori kepentingan. Kategori kepentingan pada kelompok atribut produk tergolong netral hingga penting. Atribut dengan skor kepentingan paling tinggi adalah cita rasa dengan masing-masing skor 4,49 dan 4,46. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli sangat mementingkan cita rasa masakan khas padang yang disajikan Rumah Makan Padang X. Skor netral pada penilaian pembeli makan siang adalah keragaman menu, sedangkan pembeli makan malam adalah porsi. Hal ini berarti bahwa jika keragaman menu dan porsi yang disajikan sedikit atau banyak, pembeli tetap melakukan pembelian.

Kategori kepentingan pada kelompok atribut perhatian tergolong tidak penting hingga netral. Atribut dengan skor kepentingan paling tinggi yaitu netral berdasarkan penilaian pembeli makan siang adalah kecepatan pelayanan dengan skor 3,34 sedangkan penilaian pembeli makan malam adalah ketelitian perhitungan dengan skor 3,37. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan dan ketelitian perhitungan tidak menjadi alasan utama bagi pembeli untuk melakukan pembelian. Atribut dengan skor kepentingan paling rendah yaitu tidak penting adalah penampilan pramusaji dengan masing-masing skor 2,43 dan 2,14. Hal ini berarti bahwa penampilan pramusaji tidak penting dan tidak berpengaruh dalam memutuskan pembelian. Kategori kepentingan pada kelompok atribut fasilitas tergolong tidak penting hingga sangat penting. Atribut dengan skor paling tinggi yaitu sangat penting adalah lokasi dengan skor masing-masing 4,71 dan 4,60. Hal ini

menunjukkan bahwa pembeli sangat mementingkan lokasi yang strategis untuk melakukan pembelian di Rumah Makan Padang X. Atribut dengan skor terendah yaitu tidak penting adalah kelengkapan peralatan makan dengan masing-masing skor 2,37 dan 2,23. Hal ini berarti bahwa jika kelengkapan peralatan makan yang disediakan lengkap atau tidak, pembeli tetap melakukan pembelian.

Berdasarkan perankingan, atribut yang masuk dalam lima tertinggi berdasarkan penilaian pembeli makan siang adalah lokasi (1), cita rasa (2), harga (3), higienitas produk (4) dan kenyamanan (5), sedangkan pada pembeli makan malam yang berbeda perankingan ke 5 yaitu ketelitian perhitungan. Atribut yang masuk dalam lima terendah berdasarkan penilaian pembeli makan siang adalah wastafel (16), kelengkapan peralatan makan (15), mushola (14), penampilan pramusaji (13) dan toilet (12), sedangkan pada pembeli makan malam adalah penampilan pramusaji (16), kelengkapan peralatan makan (15), wastafel (14), mushola (13) dan keterjaminan parkir (12).

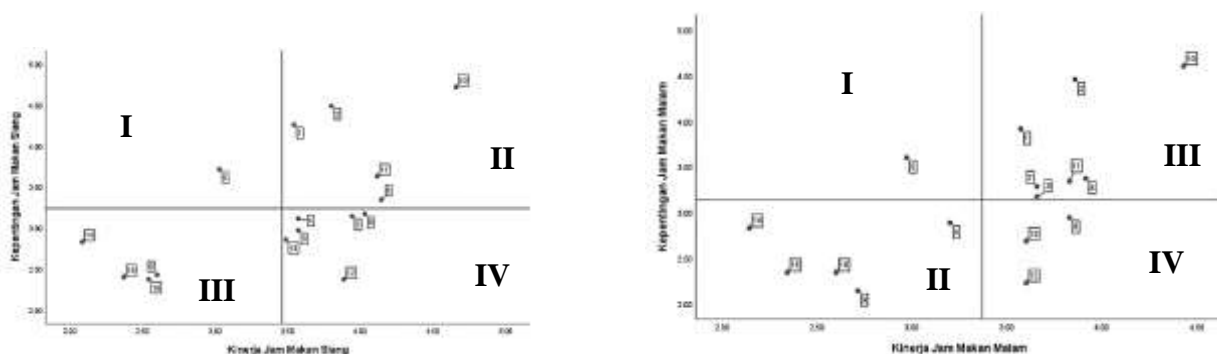
Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui hasil uji *mann-whitney* penilaian atribut kinerja berdasarkan pembeli makan siang dan malam memiliki *P-Value* diatas 0,05 atau 5,00 persen . Hal ini berarti tidak ada perbedaan pembeli makan siang dan pembeli makan malam dalam menilai atribut kinerja. Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2 diketahui skor kinerja dan kategori kinerja. Kategori kinerja pada kelompok atribut produk tergolong netral hingga baik. Atribut dengan skor kinerja paling tinggi yaitu adalah cita rasa dengan skor 3,80 pada makan siang dan 3,86 pada makan malam. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari cita rasa adalah lezat. Atribut dengan skor terendah yaitu netral adalah higienitas produk dengan masing-masing skor 3,03 dan 2,97. Hal ini menunjukkan bahwa higienitas produk kinerjanya netral.

Kategori kinerja pada kelompok atribut perhatian tergolong tidak baik hingga baik. Atribut dengan skor kinerja paling tinggi yaitu baik adalah ketelitian perhitungan dengan masing-masing skor 4,14 dan 3,91. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari ketelitian perhitungan adalah teliti, sedangkan atribut kecepatan pelayanan adalah cepat. Atribut dengan skor terendah yaitu adalah penampilan pramusaji dengan masing-masing skor 2,60 dan 2,71. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan pramusaji kinerjanya tidak menarik.

Kategori kinerja pada kelompok atribut fasilitas tergolong tidak baik hingga sangat baik. Atribut dengan skor kinerja paling tinggi yaitu sangat baik adalah 4,66 dan 4,43. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari lokasi adalah sangat strategis. Atribut dengan skor terendah yaitu tidak baik adalah toilet dengan masing-masing skor 2,09 dan 2,14. Hal ini menunjukkan bahwa toilet kinerjanya tidak baik.

Importance Performance Analysis (IPA)

Pengujian dengan metode IPA dilakukan dengan membandingkan nilai rata-rata kinerja dan rata-rata kepentingan pada setiap atribut yang kemudian diolah dengan menggunakan SPSS. Hasilnya kemudian dimasukkan kedalam sebuah diagram kartesius yang memiliki garis tengah sumbu Y untuk kepentingan (*importance*) dan garis tengah sumbu X untuk kinerja (*performance*). Masing-masing garis tersebut akan membagi titik kedalam empat kuadran yang terdiri atribut yang harus ditingkatkan (kuadran I), mempertahankan atribut (kuadran II), atribut yang prioritasnya rendah (kuadran III), dan atribut yang berlebihan (kuadran IV). Diagram kartesius uji IPA berdasarkan penilaian pembeli makan siang dan malam terhadap atribut Rumah Makan Padang X dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram IPA pembeli makan siang dan malam

Prioritas utama (Kuadran I)

Berdasarkan hasil uji IPA pada diagram kartesius, atribut higienitas tidak memiliki perbedaan penilaian. Terdapat satu atribut (6,25%) yang dinilai sangat penting namun kinerjanya belum cukup baik. Berbeda dengan penelitian Wahyudi *et al.* (2014) menyatakan atribut yang berada di kuadran I ada enam variabel (30%). Atribut higienitas produk dianggap penting bagi pembeli, akan tetapi kinerjanya belum memuaskan. Hal tersebut dikarenakan pembeli merasa higienitas produk kurang bersih saat mereka tidak sengaja melihat ke dapur yang belum dikeramik, ini membuat pembeli menilai bahwa produk kurang higienis. Meskipun begitu, hanya beberapa pembeli yang menganggap demikian. Namun, untuk evaluasi ke depannya pihak Rumah Makan Padang X harus memperhatikan hal tersebut untuk menjaga loyalitas pelanggan. Hasil ini tidak memiliki persamaan penelitian Azaria *et al.* (2020) bahwa atribut higienitas produk tergolong kuadran II yang prestasinya harus dipertahankan.

Pertahankan Prestasi (Kuadran II)

Atribut harga tidak memiliki perbedaan penilaian. Atribut harga dianggap penting bagi pembeli dan kinerjanya baik menurut pembeli yang datang ke Rumah Makan Padang X. Rumah makan tersebut telah memenuhi harapan pembeli yang terbukti bahwa harga yang ditawarkan sangat terjangkau oleh pembeli kalangan menengah hingga ke bawah. Hal lain yang mendukung adalah daerah sekitar rumah makan adalah mahasiswa yang sebagian besar mereka mencari makanan dengan harga yang terjangkau. Hasil ini tidak selaras dengan Iswari *et al.* (2015) yang menyebutkan atribut yang prioritasnya dinilai tidak penting oleh konsumen dan kinerjanya tergolong biasa saja.

Atribut cita rasa tidak memiliki perbedaan penilaian. Atribut cita rasa makanan yang disajikan di Rumah Makan Padang X dianggap penting oleh pembeli untuk dijadikan alasannya datang melakukan pembelian. Kinerja atribut cita rasa sudah baik menurut penilaian pembeli. Pihak rumah makan telah memenuhi harapan pembeli melalui cita rasa yang lezat baik lauk dan kuah yang disajikan. Beberapa menu favorit menjadi andalan rumah makan ini seperti: tunjang, cincang, ayam telur dan telur dadar. Pengalaman pembeli tentang cita rasa yang khas membuat pembeli menjadi loyal untuk tetap menjadi pembeli di rumah makan ini. Hasil ini selaras dengan Meiliani *et al.* (2019) dan Aryanti *et al.* (2013) bahwa

atribut cita rasa merupakan atribut yang harus dipertahankan prestasinya.

Atribut keragaman menu yang disajikan Rumah Makan Padang X memiliki hasil uji IPA berbeda penilaian. Pembeli makan siang menilai keragaman menu tidak penting dan kinerjanya kurang baik, maka dari itu keragaman menu masuk di kuadran IV. Hal ini dikarenakan pada makan siang menu masih lengkap. Makan malam keragaman menu dianggap penting dan kinerjanya sudah baik, maka dari itu keragaman menu masuk di kuadran II. Hal ini disebabkan pembeli makan malam menilai keragaman menu sudah lengkap. Dapat disimpulkan bahwa atribut keragaman menu masuk ke kuadran II dengan pertimbangan bahwa jadwal memasak biasanya pukul 06.00 WIB pagi untuk memasak semua produk dan jika ada produk yang stoknya menipis, pihak rumah makan akan segera memasak kembali. Biasanya produk yang cepat habis dan dimasak kembali adalah produk yang familiar (favorit) seperti sayur nangka, ayam goreng telur dan telur dadar. Hasil tersebut memiliki persamaan dengan pernyataan Elisa *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa keragaman menu di restoran B konsumen sudah cukup puas, karena pihak restoran menyediakan menu variasi yang familiar.

Atribut kecepatan pelayanan memiliki hasil uji IPA berbeda. Pembeli makan siang menilai kecepatan pelayanan penting dan kinerjanya dinilai baik, hal ini dikarenakan makan siang merupakan waktu istirahat maka dari itu dibutuhkannya kecepatan pelayanan sehingga masuk pada kuadran II. Namun, saat makan malam, kecepatan pelayanan tidak dianggap penting dan kinerjanya biasa-biasa saja sehingga masuk pada kuadran IV. Analisis secara keseluruhan, atribut kecepatan pelayanan masuk dalam kuadran II berdasarkan pertimbangan bahwa kecepatan pelayanan perlu dipertahankan kinerjanya. Hal tidak berbeda dengan penelitian Aryanti *et al.* (2013) dan Prasetyowati *et al.* (2016) bahwa atribut kecepatan pelayanan menurut pembeli mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi dan pelayanannya telah memenuhi harapan pembeli sehingga dianggap sangat baik.

Atribut keramahan pramusaji Rumah Makan Padang X memiliki hasil uji IPA. Pembeli makan siang menilai keramahan pramusaji tidak penting, namun kinerjanya memuaskan maka dari itu masuk di kuadran IV. Pembeli makan malam menilai keramahan pramusaji penting dan kinerjanya sudah memuaskan, juga menjadi alasan pembeli untuk datang. Maka dari itu keramahan pramusaji pada

makan malam masuk dalam kuadran II. Analisis secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa keramahan pramusaji harus dipertahankan prestasinya, berdasarkan pertimbangan menjaga suasana hati pembeli agar makan dengan nyaman. Hasil ini sama dengan pernyataan Gunawan & Priatna, (2015) bahwa keramahan pramusaji atribut yang dinilai penting oleh pelanggan dan realisasi kinerja terhadap sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli.

Atribut ketelitian perhitungan memiliki hasil uji IPA berbeda. Pembeli makan siang menilai ketelitian perhitungan tidak penting, namun kinerjanya baik maka dari itu masuk di kuadran IV. Pembeli makan malam menilai ketelitian perhitungan penting dan kinerjanya baik. Analisis secara keseluruhan ketelitian perhitungan masuk dalam kuadran II berdasarkan pertimbangan bahwa ketelitian perhitungan harus dipertahankan kinerjanya guna tidak merugikan pembeli dan rumah makan. Alasan lain mengapa ketelitian perhitungan masuk pada kuadran II adalah menjaga kepercayaan pembeli terhadap pihak rumah makan dan meninggalkan kesan yang baik dengan cara jujur dalam menghitung. Hasil penelitian tidak memiliki perbedaan dengan Prasetyowati *et al.* (2016) bahwa ketelitian perhitungan termasuk ke dalam kuadran II yang atributnya harus dipertahankan.

Berdasarkan hasil uji IPA pada diagram kartesius, atribut lokasi tidak memiliki perbedaan. Atribut lokasi dianggap penting bagi pembeli dan kinerjanya telah memuaskan pembeli yang datang ke Rumah Makan Padang X. Rumah makan tersebut telah memenuhi harapan pembeli yang terbukti bahwa lokasi rumah makan sangat strategis. Lokasi rumah makan berada dekat perumahan, kost-kostan dan pusat oleh-oleh Lampung. Selain itu, lokasi berada di pinggir jalan raya yang memudahkan akses untuk pembeli. Atribut lokasi selaras dengan pernyataan Gunawan & Priatna, (2015) bahwa atribut lokasi dianggap penting dan kinerja sudah cukup baik sehingga tergolong kuadran II yang harus dipertahankan prestasinya.

Atribut kenyamanan memiliki hasil uji IPA yang sama. Kenyamanan merupakan alasan pembeli melakukan pembelian produk di Rumah Makan Padang X dan kinerjanya baik. Fasilitas-fasilitas telah disediakan oleh rumah makan seperti kursi dan meja serta penyejuk ruangan kipas angin. Kursi pada rumah makan tersebut menggunakan kursi yang ada busanya, hal ini berguna untuk

kenyamanan untuk duduk. Meja yang disediakan adalah meja panjang yang memudahkan pramusaji meletakkan hidangan prasmanan, selain itu meja yang disediakan bisa dikatakan proposional antara kursi dan meja. Penyejuk ruangan yaitu kipas angin sudah memadai dan perlu dipertahankan. Maka dari itu, kenyamanan harus dipertahankan atributnya. Atribut kenyamanan ini sejalan dengan pernyataan Nurainy *et al.* (2019) bahwa atribut kenyamanan tergolong kuadran II.

Prioritas Rendah (Kuadran III)

Atribut porsi yang disajikan Rumah Makan Padang X memiliki hasil uji IPA yang berbeda. Pembeli makan siang menilai bahwa porsi tidak penting dan kinerjanya sudah baik yaitu porsinya banyak, maka dari itu pada makan siang porsi masuk di kuadran IV. Pembeli makan malam menilai porsi itu penting dan kinerjanya netral yaitu tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit, maka dari itu porsi masuk di kuadran III. Hasil analisis, porsi masuk dalam kuadran III. Hal ini berdasarkan pendapat pembeli bahwa porsi yang disajikan sudah pas maka dari itu porsi bukan menjadi alasan utama pembeli dan kinerjanya biasa-biasa saja. Adanya perbedaan hasil dengan pernyataan Meiliani *et al.* (2019) bahwa porsi merupakan atribut yang prestasinya rendah, maka dari itu tergolong dalam kuadran III.

Atribut penampilan pramusaji memiliki hasil IPA yang sama yaitu berada pada kuadran III baik pada makan siang maupun makan malam. Penampilan pramusaji dinilai kurang penting oleh pembeli. Hal ini dikarenakan pembeli yang datang hanya makan dan tidak memikirkan bagaimana penampilan pramusajinya. Kinerja atribut penampilan pramusaji dinilai kurang menarik oleh pembeli karena mengenakan seragam tidak sama satu dengan yang lainnya. Mereka hanya mengenakan seragam yang ada tulisan nama rumah makan, namun warna antara karyawan berbeda-beda. Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan & Priatna, (2015) yaitu penampilan pramusaji dianggap tidak penting dan kinerjanya juga kurang memuaskan pembeli, sehingga penampilan pramusaji masuk dalam kuadran III.

Atribut toilet yang memiliki hasil IPA yang sama yaitu berada pada kuadran III baik pada makan siang maupun makan malam. Toilet dinilai kurang penting oleh pembeli makan siang maupun makan malam. Hal ini menjadikan toilet masuk ke kuadran III, yang artinya toilet tidak menjadi

alasan utama pembeli. Meskipun ada beberapa pembeli yang menjadikan alasan utama datang ke Rumah Makan Padang X karena toilet, namun sebagian besar menganggap toilet ini bukan alasan utama. Toilet memiliki kinerja yang kurang baik menurut pembeli, karena kondisi toilet sedikit kotor dan kunci pengait pintu susah dibuka. Hasil ini searah dengan penelitian Bangun *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa fasilitas toilet memiliki tingkat kepentingan tidak penting dan kinerjanya biasa-biasa saja.

Atribut mushola memiliki hasil IPA yang sama yaitu berada pada kuadran III baik pada makan siang maupun makan malam. Mushola dinilai kurang penting oleh pembeli. Hal ini dikarenakan pembeli datang bukan saat waktu sholat dan ada beberapa pembeli yang *nonis*. Kinerja dari mushola ini dinilai kurang baik karena kondisi yang sekedarnya, sempit dan arah kiblat tidak jelas. Mushola seperti kamar ganti yang ditutupi kayu dan triplek, ini yang menjadikan mushola dinilai kurang puas bagi pembeli. Hasil ini tidak selaras dengan penelitian Prasetyowati *et al.* (2016) yaitu mushola atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya karena atribut ini dinilai penting sedangkan kinerjanya kurang baik.

Atribut wastafel memiliki hasil IPA yang sama yaitu berada pada kuadran III baik pada makan siang maupun makan malam. Wastafel dinilai kurang penting oleh pembeli dan kinerjanya kurang baik. Wastafel di Rumah Makan Padang X memiliki dua buah, namun hanya satu buah saja yang bisa digunakan. Kondisi wastafel sedikit kotor dan sabun yang disediakan bukanlah sabun cuci tangan melainkan sabun colet yang sebagian besar pembeli alergi dengan sabun tersebut. Hasil ini tidak memiliki perbedaan dengan Bangun *et al.* (2017) bahwa wastafel memiliki prioritas yang rendah yang dinilai pembeli tidak penting dan kinerja kurang begitu baik.

Berlebihan (Kuadran IV)

Penilaian atribut kelengkapan makan memiliki hasil IPA yang sama yaitu berada pada kuadran IV baik pada makan siang maupun makan malam. Atribut kelengkapan peralatan makan dianggap kurang penting karena *notabene* makan masakan padang menggunakan tangan tanpa alat makan seperti sendok dan garpu. Jika pembeli ingin mencuci tangan, biasanya langsung ke wastafel dan tidak menggunakan kobokan yang telah disediakan. Kelengkapan peralatan makan juga bukan menjadi alasan pembeli untuk datang ke

Rumah Makan Padang X. Meskipun atribut ini dinilai tidak penting oleh pembeli, kinerja dari atribut ini cukup baik. Kelengkapan peralatan makan terdiri dari kobokan, sendok, garpu, tisu dan tusuk gigi. Hasil ini tidak sama dengan penelitian Prasetyowati *et al.* (2016) bahwa kelengkapan alat makan masuk pada kuadran II yaitu kinerjanya harus dipertahankan.

Atribut keterjaminan memiliki hasil IPA yang sama yaitu berada pada kuadran IV baik pada makan siang maupun makan malam. Keterjaminan parkir dinilai kurang penting oleh pembeli. Keterjaminan parkir memiliki dua makna yaitu parkir yang luas dan aman. Pembeli menilai keterjaminan parkir tidak penting karena pembeli rata-rata membawa kendaraan motor dan kendaraan tersebut bisa langsung terpantau oleh pembeli meskipun tidak ada tukang parkir. Jika pembeli membawa kendaraan mobil atau bus biasanya mereka dari atau mau ke toko keripik yang berada di sebelah rumah makan. Jadi, keterjaminan parkir bukanlah alasan pembeli untuk datang ke rumah makan, meskipun bukan menjadi alasan pembeli, kinerja dari atribut ini cukup baik karena pembeli memarkirkan kendaraannya di toko keripik dan kendaraan khususnya motor aman terpantau pemilikinya. Hasil penelitian berbeda dengan Bangun *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa area parkir masuk ke dalam kuadran III.

SIMPULAN DAN SARAN

Secara statistik, tidak terdapat perbedaan penilaian yang signifikan dalam menilai atribut kepentingan dan kinerja. Rangking tertinggi kepentingan yaitu atribut lokasi, cita rasa, harga dan higienitas produk. Terdapat perbedaan penilaian pembeli makan siang dan malam terhadap atribut berdasarkan tingkat kepentingan dan, yaitu keragaman menu, porsi, kecepatan pelayanan, keramahan pramusaji dan ketelitian perhitungan. Atribut kinerja yang harus ditingkatkan adalah higienitas produk. Atribut kinerja yang harus dipertahankan adalah harga, cita rasa, keragaman menu, kecepatan pelayanan, keramahan pramusaji, ketelitian perhitungan, lokasi dan kenyamanan.

DAFTAR PUSTAKA

Aryanti, D., Hudoyo, A., & 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*, 1(2), 118–125.

- Aulia, L., & Yuliati, L. N. (2018). Faktor Keluarga, Media, dan Teman dalam Pemilihan Makanan pada Mahasiswa PPKU IPB. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(1), 37–48. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.37>
- Azaria, R., Widjaya, S., & Riantini, M. (2020). Sikap Dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan “Xxx” Lamongan Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(4), 712. <https://doi.org/10.23960/jiia.v8i4.4718>
- Bangun, Y. F. B., Indriani, Y., & Soelaiman, A. (2017). Sikap dan kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Hang Dihi Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 5(1), 101–108.
- Elisa, Hudoyo, A., & Soelaiman, A. (2017). Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Restoran Steak di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 5(1), 109–115.
- Gunawan, A. F., & Priatna, W. B. (2015). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Happy Cow Steak Bogor Jawa Barat. *Seminar*, 05(02), 139–158.
- Iswari, I. A. I. M., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Satriawan, I. K. (2015). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan jasa dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (studi kasus di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 3(3), 51–60.
- Meiliani, M., Indriani, Y., & Abidin, Z. (2019). Identifikasi Atribut Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Makan Bakso Di Lingkungan Universitas Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(2), 172. <https://doi.org/10.23960/jiia.v7i2.172-178>
- Nurainy, F., Azhari, R., & Prayoga, M. R. (2019). Perilaku Dan Kepuasan Konsumen Mahasiswa Universitas Lampung Terhadap Makanan Cepat Saji Menu Utama Ayam Bakar. *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*, 24(2), 77–88.
- Prasetyowati, A., Hudoyo, A., & Rangga, K. K. (2016). Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4(4), 384–390.
- Purnamawati, M., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Kepribadian dan Situasi terhadap Pemilihan Makanan Pada Mahasiswa Tingkat Pertama. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(3), 231–242. <https://doi.org/10.24156/jikk.2016.9.3.231>
- Reza, J. A., Hudoyo, A., & Soelaiman, A. (2022). Analisis Atribut Kepentingan dan Kinerja Pelayanan Dijou Coffeebar dan Café Kiyo di Bandar Lampung Analysis of Attributes of Interest and Service Performance Dijou Coffeebar and Café Kiyo in Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*, 6(2), 182–191.
- Triani, T. L., Hudoyo, A., & Suryani, A. (2016). Identifikasi Atribut Kepuasan dan Pelayanan Rumah Makan: Studi Kasus Pada Dua Rumah Makan Olahan Bebek Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4(4), 398–405.
- Wahyudi, B., Syaikat, Y., & Kolopaking, L. M. (2014). Strategi Peningkatan Kinerja Gabungan Perkumpulan Petani Pemakai Air (Gp3a) Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 6(2). https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v6i2.25105