

**ANALISIS KEPUASAN TERHADAP KONSUMEN WAROENG
STEAK AND SHAKE KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

**IRVAN ELVANDIAR OKTAVIA
NIM : 2012410046**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2022**

RINGKASAN

IRVAN ELVANDIAR OKTAVIA. 2012410046. Analisis Kepuasan Terhadap Konsumen Waroeng *Steak And Shake* Kota Malang. Pembimbing Utama : Sumarno. Pembimbing Pendamping : Karunia Setyowati.

Ragam informasi dilakukan pada bulan Januari 2019 - Februari 2019 di Waroeng *Steak And Shake* Kota Malang. Bidang penelitian ini diselesaikan secara purposive dengan pertimbangan bahwa Waroeng *Steak and Shake* merupakan salah satu organisasi kuliner yang cukup terkenal di Kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk merinci atribut pembeli Waroeng *Steak and Shake* dan unsur-unsur yang mempengaruhi pemenuhan pelanggan Waroeng *Steak and Shake* di Kota Malang.

Materi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 88 pembeli waroeng *Steak and Shake* di Malang. Teknik yang digunakan dalam pengujian ini adalah strategi pembelajaran yang menggabungkan berbagai informasi penting dan tambahan. Informasi penting adalah informasi yang diperoleh dari sumber awal melalui wawancara dengan kepala restoran dan responden, serta menyelesaikan polling yang disebarluaskan kepada pembeli Waroeng *Steak and Shake* . Pengambilan responden dilakukan secara *Accidental Sampling Method* yaitu responden dipilih secara langsung dan acak di tempat atau lokasi penelitian tanpa ada kriteria-kriteria tertentu untuk responden dengan jumlah responden sebanyak 88 responden.

Melalui pemaparan data yang sudah diolah dari hasil analisis yang sudah dilakukan sehingga memberikan kesimpulan bahwasannya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dengan hal ini ditunjukkan dari hasil analisis kualitas produk (X1) 3,198, harga (X2) 3,300, kualitas pelayanan (X3) 3,782, dan kemudahan X4 3,329 terhadap kepuasan konsumen di Waroeng *Steak And Shake* Kota Malang. Kemudian diperoleh nilai R² sebesar 0,703 yang artinya produk, harga, kualitas pelayanan, dan kemudahan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 70,3% .

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Waroeng *Steak and Shake* , Kota Malang

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kuantitas populasi Indonesia banyak peningkatan setiap tahunnya, berdampak pada perkembangan zaman yang semakin maju dan cepat dalam pertumbuhan perekonomian masyarakat. Sejalan dengan peningkatan hasil dan pendidikan, kesadaran masyarakat akan pemenuhan kebutuhan konsumsi pangan yang sehat merupakan kebutuhan wajib sehari-hari. Istilah hidup sehat atau biasa disebut dengan semboyan “*Go Green*” sekarang ini merupakan syarat wajib bahkan menjadi gaya hidup masyarakat modern. Kebutuhan konsumsi yang wajib terpenuhi salah satunya yaitu protein hewani. Permintaan akan pemenuhan protein hewani salah satu contohnya adalah daging, susu, dan telur yang merupakan produk hasil dari subsektor peternakan. Protein, lemak, mineral, vitamin dan air merupakan zat yang diperlukan untuk pemenuhan gizi yang dapat ditemukan pada produk peternakan yaitu daging, baik daging ruminansia, non ruminansia, dan unggas. Daging sapi merupakan produk yang mengandung berbagai macam zat gizi tinggi, hal tersebut dapat dilihat dari harganya yang relatif mahal.

Kota Malang merupakan kota kedua terbesar setelah Kota Surabaya di Provinsi Jawa Timur yang mana letaknya berada pada dataran tinggi dengan luas 145,28 km² di tengah Kabupaten Malang (Wikipedia, 2019). Kota Malang juga dikenal dengan kota wisata dan kota pelajar yang setiap harinya dikunjungi para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Tidak sedikit pelajar yang mendiami daerah Kota Malang untuk mengenyam pendidikan di Kota Malang. Para pengusaha memanfaatkan peluang untuk membuka berbagai jenis usaha kuliner dengan cara menjual produk olahan berbahan daging sapi, salah satu contohnya adalah *Steak* daging sapi. *Steak* yang sebagian besar untuk yang istimewa, saat ini Anda bisa disajikan untuk semua kalangan, dengan biaya dan penyajian yang wajar rasa yang menggugah selera dan nikmat yang bisa memanjakan lidah Publik. Hal inilah yang menjadi pengaruh bagi berkembangnya bisnis ini.

Munculnya beberapa pemain dalam bisnis *Steak* menunjukkan bahwa kuliner *Steak* dapat diakui oleh masyarakat di Kota Malang sebagai menu makanan mereka. Lagi pula, tidak ada persaingan dalam bisnis kuliner tak terhindarkan. Prosedur yang berbeda dikirim untuk menarik minat terbuka untuk menyantap hidangan *Steak* (Dianto Wahyu I, 2013).

Salah satu organisasi makanan yang berkembang belakangan ini adalah bisnis *Steak*. *Steak* adalah salah satu makanan ditangani dari hewan peliharaan yang berasal dari daging panggang atau panggang dan disajikan dengan kacang hijau dan wortel serta produk susu seperti shake. Waroeng *Steak and Shake*

merupakan usaha makanan yang menyajikan menu utama berupa minuman *Steak and Shake* dengan berbagai rasa. Waroeng *Steak and Shake* di Kota Malang umumnya menarik minat dan perhatian para pembeli karena menyajikan menu *Steak* yang enak dan harga yang lebih murah. Nama “Waroeng” merupakan gambaran yang dibuat agar *Steak* di tempat ini tidak perlu dibeli dengan biaya yang mahal. Harga *Steak* berkisar antara Rp.18.000,- hingga Rp.115.000,- .

Para pelaku bisnis Waroeng *Steak and Shake* memiliki metodologi yang berada dan terus berkembang dalam pemenuhan kebutuhan pembeli untuk memiliki pilihan untuk bersaing dan bersaing dalam dunia bisnis kuliner, karena disadari bahwa ada banyak saingan bisnis di bidang *Steak*. Kotler (2002) bahwa seseorang yang kecewa dengan suatu barang, secara normal akan menceritakannya kepada sepuluh orang lainnya. Kafe atau tempat makan adalah jenis organisasi yang sangat tunduk pada loyalitas konsumen. Pada umumnya, showing suatu tempat makan diakhiri dengan mendengarkan pembicaraan orang, jadi jika ada satu pelanggan saja yang tidak terpenuhi, maka kafe tersebut akan kehilangan sebagian dari pelanggan yang diharapkan. , begitu juga sebaliknya, jika hanya satu pelanggan yang terpenuhi, hampir pasti restoran akan mendapatkan beberapa. klien baru yang diharapkan.

Berdasarkan gambaran tersebut, mendorong para peneliti untuk memiliki pilihan untuk melakukan perubahan dengan mengetahui data dari pengakuan pembeli terkait dengan eksekusi, sehingga diyakini loyalitas konsumen akan terus meningkat sehingga efek positif dapat diperoleh organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini memperoleh data tentang pemenuhan pembeli dengan administrasi warung Waroeng *Steak and Shake* , dengan judul “ANALISIS KEPUASAN TERHADAP KONSUMEN WAROENG *STEAK AND SHAKE* KOTA MALANG”

1.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen Waroeng *Steak and Shake* di Kota Malang
2. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen Waroeng *Steak and Shake* di Kota Malang

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis kepuasan konsumen Waroeng *Steak and Shake* di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Waroeng *Steak and Shake* di Kota Malang.

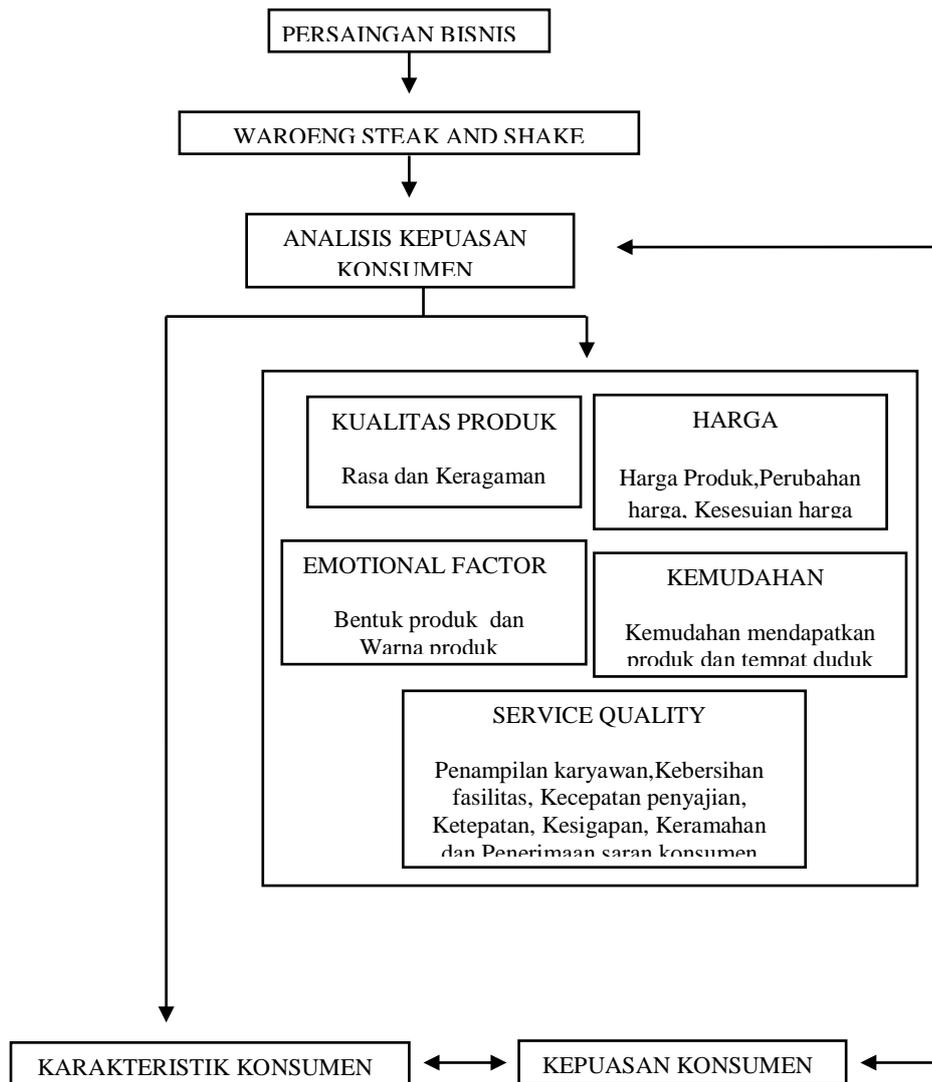
1.4 Manfaat

Manfaat biasa dari eksplorasi ini adalah mengetahui kualitas pembeli dan loyalitas konsumen dapat menjadi kontribusi yang signifikan bagi Waroeng *Steak*

and Shake di Kota Malang untuk memiliki pilihan untuk bersaing di pasar bisnis restoran. Bagi para ilmuwan untuk memberikan pertemuan yang cerdas dan data baru yang penting serta tempat untuk menerapkan informasi yang telah diperoleh di alamat, terutama yang berhubungan dengan pemasaran.

1.5. Kerangka Pikir

Berdasarkan rumusan masalah diatas, variabel penelitian dalam bagan sebagai berikut :



DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D.1987. Teknik Penyusunan Skala Pengukur. Yogyakarta : Pusat Penelitian Kependudukan, Universitas Gajah Mada.
- Anonymous, 2009. Strategi Distribusi. [Http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/manajemen_pemasaran/bab10_strategi_distribusi.pdf](http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/manajemen_pemasaran/bab10_strategi_distribusi.pdf).
- Badan Pusat Statistik. 2003. PDRB Kabupaten/Kota di Jawa Barat Menurut Lapangan Usaha tahun 2002-2003.
- Effendi. 1982. Marketing Manajemen. Institute Manajemen Widya Gama. Malang
- Engel, J.F., R.D. Blackwell and P. Minnard. 1994. Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid 1 dan Jilid 2. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Hair, J.F. 2006. Multivariate Data Analysis (6th ed.). Upper SaddleRiver, New Jersey: Prantice Hall, Inc. 2006
- Handoko, TH. Dan Dharmmesta, BS. 2000. Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen. BPFE, Yogyakarta
- Indra Wahyu Dianto, 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng *Steak & Shake* Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Irawan, H. 2007. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. PT. Gramedia. Jakarta.
- Jamli. 1992. Riset Pemasaran. Media Widya Mandala. Yogyakarta.
- Kotler, P dan G. Armstrong. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi bahasa Indonesia. Terjemahan: A. Sindoro. Prehallindo, Jakarta 2002. Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid I dan II. Edisi Revisi. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Loveluck, C. H. Dan L. K. Wright. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Bahasa Indonesia. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Marsum, W.A. 1993. Restoran dan Segala Permasalahannya. Andi. Yogyakarta.
- Malhotra. 1996. Marketing Research and Applied Orientation. Prentice Hall. New York.
- Mursid, M. 1997. Manajemen Pemasaran. Penerbit ; Bumi Aksara. Jakarta

- Nasution, R. A..2006. Analisis Strategi pemasaran Roti Unyil Perusahaan Roti Venus Kota Bogor.Skripsi. Program Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rangkuti, F. 2002. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Cetakan Kedua, Penerbit PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- 2003. Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Pratikto, S.B. 2005. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Famili Resto Cibubur. Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Singarimbun, M dan Effendy. 1995. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta.
- Siska, E. 2004. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Restoran Padang (Kasus Restoran Permai Bogor). Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Sitinjak, T., D. Durianto, Sugiarto.2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek.PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sudjana.2003. Teknik Analisis Regresi dan Korelasi Bagi Para Peneliti.Tarsito. Bandung.
- Sumarwan, U. 2002. Perilaku Pelanggan Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.Penerbit Ghalia Indonesia.
- Supranto, D. 2001. Pengukuran Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikan Pangsa Pasar. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, F. 1997. Manajemen Jasa. Andi Offset. Yogyakarta
- 2004. Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Banyu Media Publishing. Jakarta.
- Zabidi, Y. 2002. Customer Satisfaction Measurement and Management: Sebuah Teknik dalam Pengukuran Kepuasan Konsumen. <http://www.yahoo.com>