

## **Makanan dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban**

*Food and Service to the Level of Customer Satisfaction  
of Krawu Bu Tiban Rice Restaurant*

**Sindy Oktaviani Juwita<sup>1</sup>, Pawana Nur Indah<sup>2</sup>, Dona Wahyuning Laily<sup>2\*</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

\*email korespondensi: [dona.wahyuning.agribis@upnjatim.ac.id](mailto:dona.wahyuning.agribis@upnjatim.ac.id)

### **Info Artikel**

Diajukan: 1 Juni 2024

Diterima: 25 Juli 2024

Diterbitkan: 30 Desember 2024

### **Abstract**

*The purpose of this study were to analyze the importance level and performance of attributes at Restaurant Nasi Krawu Bu Tiban, and analyze the percentage of customer satisfaction at the restaurant. The number of respondents in this study was 50 respondents. This research used the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods to measure the current level of customer satisfaction. The results showed that the CSI score was 76.37%, indicating that consumers were satisfied with the services or performance provided. Meanwhile, the Importance Performance Analysis (IPA) results revealed that 1 attribute was in Quadrant I (top priority), 16 attributes in Quadrant II (maintain performance), 7 attributes in Quadrant III (low priority), and 3 attributes in Quadrant IV (excessive performance). These findings indicated that service improvements were still necessary for attributes with low customer satisfaction but high importance levels to achieve optimal customer satisfaction.*

### **Keywords:**

*Customer satisfaction; IPA; CSI; Performance; Service improvement*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut di Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban, dan menganalisis persentase tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Nasi Krawu Bu tiban. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan saat ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CSI sebesar 76,37% yang berarti bahwa konsumen merasa puas terhadap layanan atau kinerja yang diberikan. Sedangkan untuk hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), terdapat 1 atribut pada kuadran I (prioritas utama), 16 di kuadran II (pertahankan prestasi), 7 di kuadran III (prioritas rendah), dan 3 di kuadran IV (berlebihan). Hasil ini menunjukkan bahwa masih perlu adanya peningkatan layanan untuk atribut yang memiliki tingkat kepuasan konsumen yang rendah namun memiliki tingkat kepentingan tinggi agar tercapai kepuasan yang maksimal.

### **Kata Kunci:**

Kepuasan pelanggan; IPA; CSI; kinerja; Peningkatan Layanan

## PENDAHULUAN

Maraknya industri kuliner di Jawa Timur khususnya Gresik membuat persaingan semakin ketat. Persaingan dalam industri kuliner menyebabkan beberapa tempat makan akan mengalami kerugian dan kehilangan eksistensi. Hal ini dikarenakan banyaknya konsumen yang lebih memilih untuk membeli makanan di tempat lain dan keberagaman tempat makan membuat daya minat konsumen dapat berubah – ubah sesuai selera dan keinginan mereka. Untuk bertahan di tengah persaingan saat ini, setiap usaha kuliner harus memiliki keunggulan. Seperti halnya, adanya kepuasan konsumen yang akan membuat usaha kuliner dapat terus bertahan. Menurut Wijaya (2017) menegaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian pelayanan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, faktor emosi dan kemudahan perolehan *value for money* yang tinggi bagi para konsumen merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Wahyuningsih dan Ernawati, 2021).

Industri kuliner yang telah beroperasi dalam jangka waktu lama menunjukkan daya tahan bisnis yang kuat di sektor ini. Beberapa industri kuliner tersebut merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tetap eksis dengan menjaga keaslian rasa makanan tradisional, sekaligus menyesuaikan diri dengan tren pasar yang terus berkembang. Konsistensi dalam mempertahankan cita rasa autentik menjadi salah satu faktor utama yang mendukung keberlanjutan usaha kuliner tradisional, karena pelanggan cenderung memiliki loyalitas tinggi terhadap produk yang memiliki rasa khas dan otentik (Suryani & Wahyudi, 2021). Di sisi lain, persaingan industri kuliner di Jawa Timur semakin ketat, seiring dengan munculnya berbagai usaha baru dan inovasi produk makanan yang semakin beragam. Hal ini memaksa produsen untuk terus mengeksplorasi strategi pemasaran baru guna mempertahankan daya saingnya di pasar (Wahyudi et al., 2020).

Rumah makan Nasi Krawu Bu Tiban (NKBT) adalah UMKM dalam sektor kuliner yang menjual makanan tradisional khas Gresik yang merupakan salah satu pelopor rumah makan nasi krawu hal ini dinyatakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Gresik. Di Gresik dan memiliki citra yang baik dimata pelanggannya. Rumah makan ini memiliki reputasi yang baik di mata konsumen karena memiliki cita rasa yang khas dan mantap membuat rumah makan NKBT memiliki banyak pelanggan. Meskipun demikian, rumah makan NKBT memiliki beberapa permasalahan, yaitu seperti kurangnya fasilitas penunjang dan pelayanan yang kurang maksimal. Sebagaimana banyaknya pengunjung yang datang terutama pada jam makan siang yang mengakibatkan keterbatasannya lahan parkir untuk sepeda motor dan mobil. Sehingga baik sepeda maupun mobil akan diparkirkan di bahu-bahu jalan dan dapat mengganggu aktivitas warga sekitarnya. Oleh karena itu dilakukan analisis tanggapan konsumen terhadap produk nasi krawu yang sudah beredar di pasaran saat ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk. Hal ini dilakukan dalam upaya membantu industri terkait melakukan perbaikan atribut produk yang berdampak pada kualitas dan kepuasan konsumen.

Terdapat lima faktor penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha rumah makan dalam mengukur kepuasan konsumen, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya (Wardhani, 2006). Kepuasan konsumen dianggap sebagai indikator penting untuk masa depan pelaku usaha rumah makan. Dalam dunia bisnis yang semakin bersaing, tidak ada pilihan lain bagi sebuah pelaku usaha rumah makan untuk tetap hidup dan berkembang selain berusaha mewujudkan kepuasan konsumen (Samroh, 2019). Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja atribut di Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban dan untuk mengetahui persentase tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban merupakan salah satu objek wisata kuliner yang menjadi ikon makanan khas dan terkenal di kota Gresik dan memiliki jumlah pelanggan yang cukup besar dan beragam. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sedang atau sudah pernah menikmati Nasi Krawu Bu Tiban. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Perhitungan ukuran sampel dilakukan dengan teknik *Slovin* sehingga didapatkan hasil 50 responden..

Penelitian ini menggunakan 2 metode analisis yaitu *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS v.23 dan Ms. Excel sebagai alat analisis dengan hasil akhir penyajian data dalam bentuk diagram *kartesianus*. Pengambilan data menggunakan kuisioner yang diberikan kepada pelanggan Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban dimana pelanggan akan memberikan skor angka dari 1-5 untuk masing - masing atribut. Analisis ini digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen dan untuk menilai tingkat kepuasan kinerja dan kepentingan pelayanan Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban.

**Tabel 1.** Kriteria Indeks Konsumen

No	Nilai Indeks	Keterangan
1.	81% - 100%	Sangat Puas
2.	66% - 80%	Puas
3.	51% - 65%	Cukup Puas
4.	36% - 50%	Kurang Puas
5.	0% - 35%	Tidak Puas

Sumber: Siyamto, 2017

Atribut penelitian ini menggunakan 9 atribut pertanyaan yang dianalisis yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2.** Variabel dan Atribut yang Dianalisis

Variabel	Atribut Yang Dianalisis
<b>Kualitas Makanan</b>	Rasa
	Aroma
	Penampilan
	Tekstur
<b>Kualitas Pelayanan</b>	Bukti fisik
	Empati
	Kehandalan
	Daya tanggap
	Jaminan

Sumber: Data Primer, 2024

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing - masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 27 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: tingkat kepercayaan = 95% ( $\alpha =$

5%), derajat kebebasan ( $df = n-2 = 50 - 2 = 8$ ), didapat  $r$  tabel sebesar 0,2787. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid (Yudha, et al., 2022). Berikut merupakan hasil analisis uji validitas pada penelitian ini :

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Indikator Tingkat Kinerja

Atribut	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Rasa	P1	0,703	0,2787	Valid
	P2	0,706	0,2787	Valid
	P3	0,721	0,2787	Valid
Aroma	P4	0,776	0,2787	Valid
	P5	0,805	0,2787	Valid
	P6	0,723	0,2787	Valid
Penampilan	P7	0,606	0,2787	Valid
	P8	0,540	0,2787	Valid
	P9	0,679	0,2787	Valid
Tekstur	P10	0,784	0,2787	Valid
	P11	0,821	0,2787	Valid
	P12	0,775	0,2787	Valid
Bukti Fisik	P13	0,488	0,2787	Valid
	P14	0,348	0,2787	Valid
	P15	0,435	0,2787	Valid
Empati	P16	0,589	0,2787	Valid
	P17	0,706	0,2787	Valid
	P18	0,714	0,2787	Valid
Kehandalan	P19	0,806	0,2787	Valid
	P20	0,822	0,2787	Valid
	P21	0,615	0,2787	Valid
Daya Tanggap	P22	0,657	0,2787	Valid
	P23	0,769	0,2787	Valid
	P24	0,751	0,2787	Valid
Asuransi	P25	0,776	0,2787	Valid
	P26	0,853	0,2787	Valid
	P27	0,850	0,2787	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan hasil uji validitas untuk mengukur tingkat kinerja berbagai atribut yang dinilai dalam penelitian ini. Uji validitas ini bertujuan untuk memastikan apakah setiap item yang digunakan benar-benar mencerminkan atribut yang diukur. Nilai R Hitung menunjukkan kekuatan hubungan antara setiap item dan atribut yang bersangkutan, sementara nilai R Tabel adalah batas minimum yang dianggap valid. Semua nilai R Hitung pada tabel ini lebih besar dari nilai R Tabel yang sebesar 0,2787, yang berarti semua item tersebut valid dan dapat digunakan untuk mengukur atribut yang dimaksud.

Tabel 4 menunjukkan hasil uji validitas indikator tingkat kepercayaan yang digunakan untuk mengukur atribut dalam penelitian ini. Uji validitas ini memastikan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan atribut yang dimaksud. Kolom R Hitung menunjukkan nilai korelasi antara setiap item dengan atribut yang diukur, sementara R Tabel adalah nilai batas minimal yang diperlukan untuk dianggap valid. Jika nilai R Hitung lebih besar dari R Tabel (0,2787), maka item tersebut dianggap valid.

**Tabel 4.** Hasil Uji Validitas Indikator Tingkat Kepentingan

Atribut	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Rasa	P1	0,675	0,2787	Valid
	P2	0,680	0,2787	Valid
	P3	0,728	0,2787	Valid
Aroma	P4	0,764	0,2787	Valid
	P5	0,767	0,2787	Valid
	P6	0,766	0,2787	Valid
Penampilan	P7	0,572	0,2787	Valid
	P8	0,374	0,2787	Valid
	P9	0,697	0,2787	Valid
Tekstur	P10	0,776	0,2787	Valid
	P11	0,843	0,2787	Valid
	P12	0,749	0,2787	Valid
Bukti Fisik	P13	0,662	0,2787	Valid
	P14	0,622	0,2787	Valid
	P15	0,653	0,2787	Valid
Empati	P16	0,649	0,2787	Valid
	P17	0,723	0,2787	Valid
	P18	0,672	0,2787	Valid
Keandalan	P19	0,845	0,2787	Valid
	P20	0,848	0,2787	Valid
	P21	0,737	0,2787	Valid
Daya Tanggap	P22	0,841	0,2787	Valid
	P23	0,777	0,2787	Valid
	P24	0,805	0,2787	Valid
Asuransi	P25	0,641	0,2787	Valid
	P26	0,779	0,2787	Valid
	P27	0,838	0,2787	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

### Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *alpha*. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7 (>0,7) (Hair et al., 2010). Berikut merupakan hasil uji reabilitas masing-masing variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 5.** Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tingkat Kinerja	0,964	Reliabel
Tingkat Kepentingan	0,968	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 5. dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan sebesar 0,964 dan 0,968. Nilai tersebut diperoleh dari tabel 4.8 dengan menggunakan 27 pertanyaan yang sudah memenuhi kriteria pada uji validitas. Hasil yang diperoleh sudah lebih besar dari nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* minimum pada

penelitian ini, yaitu sebesar 0,70. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kuisioner pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau dengan kata lain hasil pengukuran dapat dipercaya

### **Analisis Importance Performance Analysis (IPA)**

Untuk mengetahui nilai rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kinerja yang telah diberikan oleh responden tentang pembelian makanan di Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban. Penilaian tersebut dapat dilihat pada Tabel 6. sebagai berikut:

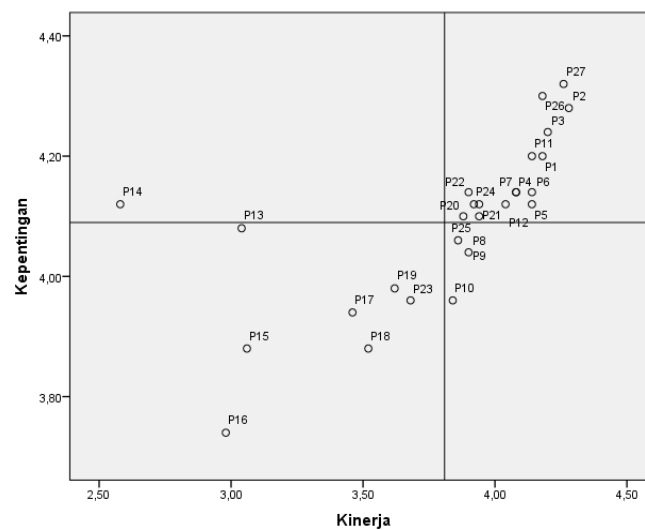
**Tabel 6.** Hasil Perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA)

No	Atribut	Rata-Rata Kinerja (X)	Rata-Rata Kepentingan (Y)
1	Rasa Nasi Krawu Bu Tiban memiliki keunggulan tersendiri	4,18	4,20
2	Rasa lauk pada Nasi Krawu Bu Tiban enak	4,28	4,28
3	Perpaduan antara lauk, serundeng, dan sambal memiliki rasa yang pas	4,20	4,24
4	Aroma Nasi Krawu Bu Tiban sangat enak	4,08	4,14
5	Perpaduan aroma nasi dan lauk yang menggiurkan	4,14	4,12
6	Aroma lauk dan serundeng memiliki ciri khas	4,14	4,14
7	Penyajian menggunakan daun pisang membawa kesan autentik	4,08	4,14
8	Rasa Nasi Krawu Bu Tiban memiliki keunggulan tersendiri	3,90	4,04
9	Pilihan lauk yang bervariasi	3,94	4,10
10	Setiap lauk memiliki tekstur yang unik	3,84	3,96
11	Tingkat kematangan lauk pas sehingga mudah dikunyah	4,14	4,20
12	Tingkat kematangan nasi sesuai	4,04	4,12
13	Fasilitas penunjang serta toilet bersih dan memadai	3,04	4,08
14	Parkiran mobil dan motor luas dan aman	2,58	4,12
15	Ketersediaan ruang tunggu bagi pelanggan take away	3,06	3,88
16	Karyawan memberi bantuan dalam parkir kendaraan	2,98	3,74
17	Karyawan menawarkan makanan dan minuman tambahan	3,46	3,94
18	Kepedulian karyawan terhadap kondisi dan situasi	3,52	3,88
19	Kerapian dan kesopanan karyawan dalam melayani pesanan pelanggan	3,62	3,98
20	Konsistensi terhadap kualitas makanan yang tetap terjaga	3,88	4,10

21	Lokasi yang strategis sehingga mudah dilihat oleh pelanggan	3,94	4,12
22	Kecapatan karyawan dalam melayani pesanan pelanggan	3,90	4,14
23	Kepekaan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	3,68	3,96
24	Kecakapan kasir saat proses pembayaran	3,92	4,12
25	Harga yang diberikan sesuai dengan porsi	3,86	4,06
26	Cita rasa legendaris sejak turun temurun	4,18	4,30
27	Salah satu kuliner khas yang dapat direkomendasikan kepada orang lain	4,26	4,32
<b>TOTAL</b>		<b>102,84</b>	<b>110,42</b>
<b>RATA - RATA</b>		<b>3,81</b>	<b>4,09</b>

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil pada Tabel 6. tersebut nilai rata – rata tingkat kinerja sebesar 3,8 dan nilai rata – rata tingkat kepentingan sebesar 4,09. Nilai rata – rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut akan dibuat diagram yang akan memetakan rata – rata tersebut.



**Gambar 1.** Kurva *Importance Performance Analysis* (IPA)

#### *Kuadran I (Prioritas Utama)*

Kuadran I merupakan kuadran yang memiliki tingkat kepuasan yang masih sangat rendah sehingga menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Kuadran ini menunjukkan harapan yang diberikan oleh para responden tinggi, namun kinerja yang dirasakan oleh para responden terhadap kualitas pelayanan rumah makan Nasi Krawu Bu Tiban belum begitu terasa, alhasil harus dilakukan peningkatan kualitas. Atribut – Atribut yang termasuk dalam kuadran I yaitu P14 (Parkiran mobil dan motor luas dan aman). Atribut yang termasuk dalam kuadran I yaitu P14 (Parkiran mobil dan motor luas dan aman), yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa fasilitas parkir masih kurang memadai dan perlu ditingkatkan demi kenyamanan mereka (Kotler & Keller, 2016). Fasilitas yang mendukung

kenyamanan pelanggan, seperti area parkir yang luas dan aman, dapat menjadi faktor penentu dalam kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap suatu bisnis kuliner.

#### *Kuadran II*

Kuadran II merupakan kuadran yang diharapkan oleh pelanggan dan telah sesuai dengan yang dirasakan oleh pelanggan. Pada kuadran II harapan yang diberikan para responden terhadap kualitas pelayanan rumah makan Nasi Krawu Bu Tiban terpenuhi dengan kinerja yang diberikan oleh karyawan rumah makan Nasi Krawu Bu Tiban sehingga para responden merasa puas akan hal tersebut. Atribut yang termasuk dalam kuadran II ini yaitu P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P11, P12, P20, P21, P22, P24, P25, dan P27. Menurut Tjiptono & Chandra (2016), atribut dalam kuadran II menunjukkan keunggulan layanan yang harus dipertahankan oleh bisnis agar tetap menjaga tingkat kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka. Hal ini sejalan dengan Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa pelanggan cenderung mempertahankan loyalitasnya terhadap merek atau bisnis yang konsisten dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan mereka.

#### *Kuadran III*

Kuadran III merupakan kuadran dengan prioritas rendah karena memuat atribut - atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Pada kuadran III harapan yang diberikan oleh para responden terhadap kinerja pelayanan gerai rumah makan Nasi Krawu Bu Tiban rendah dan kinerja yang dilakukan oleh pihak rumah makan Nasi Krawu Bu Tiban juga tergolong rendah sehingga tidak terdapat ekspektasi yang berarti. Atribut yang masuk dalam kuadran III yaitu P13, P15, P16, P17, P18, P19, P23. Atribut yang berada dalam kuadran III sebaiknya tidak menjadi fokus utama dalam peningkatan layanan, karena tidak memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Namun, tetap perlu dilakukan pemantauan agar tidak terjadi penurunan layanan yang lebih drastis, terutama jika ada perubahan preferensi pelanggan di masa mendatang (Kotler & Keller, 2016).

#### *Kuadran IV*

Atribut - atribut pada kuadran IV mempunyai tingkat kepentingan yang rendah, tetapi memiliki tingkat pelaksanaan kinerja tinggi. pada kuadran IV harapan yang diberikan oleh para responden terhadap kinerja pelayanan gerai Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban rendah, namun kinerja yang diberikan oleh pihak rumah makan menurut responden tinggi sehingga terkesan berlebihan. Adapun atribut yang dianggap berlebihan yaitu P8, P9, dan P10. Dalam konteks Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban, responden memberikan harapan yang rendah terhadap atribut layanan tertentu, tetapi rumah makan tetap memberikan kinerja yang tinggi pada aspek tersebut, sehingga terlihat berlebihan dan kurang efisien dalam pengalokasian sumber daya (Tjiptono & Chandra, 2016).

### **Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)**

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa konsumen yang didapat dengan membandingkan antara kesannya terhadap kinerja produk/jasa dengan harapan akan kinerja produk/jasa tersebut. Apabila kenyataannya sama dengan atau lebih dari hasil yang diharapkan, maka konsumen akan puas. Sebaliknya, apabila konsumen merasa kurang maka timbul ketidakpuasan. Kepuasan pengunjung Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban secara



menyeluruh ditentukan dengan mengukur *Customer Satisfaction Index* (CSI) melalui pertimbangan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut pemasaran yang diukur. Berikut hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebagai berikut :

**Tabel 7.** Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No	Atribut	Mean Importance Score	Weight Factors (%)	Mean Satisfaction Score	Weight Score (%)
1	P1	4,20	3,80	4,18	15,90
2	P2	4,28	3,88	4,28	16,59
3	P3	4,24	3,84	4,20	16,13
4	P4	4,14	3,75	4,08	15,30
5	P5	4,12	3,73	4,14	15,45
6	P6	4,14	3,75	4,14	15,52
7	P7	4,14	3,75	4,08	15,30
8	P8	4,04	3,66	3,90	14,27
9	P9	4,10	3,71	3,94	14,63
10	P10	3,96	3,59	3,84	13,77
11	P11	4,20	3,80	4,14	15,75
12	P12	4,12	3,73	4,04	15,07
13	P13	4,08	3,69	3,04	11,23
14	P14	4,12	3,73	2,58	9,63
15	P15	3,88	3,51	3,06	10,75
16	P16	3,74	3,39	2,98	10,09
17	P17	3,94	3,57	3,46	12,35
18	P18	3,88	3,51	3,52	12,37
19	P19	3,98	3,60	3,62	13,05
20	P20	4,10	3,71	3,88	14,41
21	P21	4,12	3,73	3,94	14,70
22	P22	4,14	3,75	3,90	14,62
23	P23	3,96	3,59	3,68	13,20
24	P24	4,12	3,73	3,92	14,63
25	P25	4,06	3,68	3,86	14,19
26	P26	4,30	3,89	4,18	16,28
27	P27	4,32	3,91	4,26	16,67
<b>Total Weight Score</b>					<b>381,83</b>
<b>Customer Satisfaction Index (CSI)</b>					<b>76,37</b>

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 7 menjelaskan bahwa nilai MIS diperoleh dari jumlah skor tingkat kepentingan masing-masing atribut dibagi jumlah responden. Sedangkan nilai WF diperoleh dari skor masing-masing MIS dibagi total skor MIS dikali 100%. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kepuasan pengunjung (*Customer Satisfaction Index*) Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban sebesar 76,37% yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap layanan dan kinerja yang diberikan. Namun, angka ini juga menunjukkan adanya ruang untuk peningkatan dalam aspek-aspek tertentu yang masih memiliki tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerja yang belum optimal. Pelanggan merasa puas terhadap layanan Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban, tetapi masih terdapat beberapa aspek

yang belum optimal. Hal ini dapat dianalisis lebih dalam melalui hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang membagi atribut layanan ke dalam empat kuadran, dengan fokus utama pada kuadran I (prioritas utama untuk perbaikan) dan atribut lain yang memiliki gap signifikan antara harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap kepuasan pengunjung Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban, maka didapatkan kesimpulan bahwa hasil *Importance Performance Analysis* (IPA), menjelaskan bahwa atribut yang dinilai penting tetapi mempunyai kinerja yang rendah yaitu P14. Atribut yang dinilai penting dan memiliki kinerja yang baik yaitu atribut P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P11, P12, P20, P21, P22, P24, P25, P26, dan P27. Atribut yang dinilai tidak terlalu penting dan kinerjanya biasa saja yaitu P13, P15, P16, P17, P18, P19, dan P23. Sedangkan atribut yang dinilai kurang penting akan tetapi kinerjanya berlebihan atau tinggi yaitu P10, P9, dan P8. Tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan nilai Indeks Kepuasan Konsumen atau *Customer Satisfaction Index* (CSI), diketahui bahwa nilai CSI yaitu 76,36 menunjukkan dalam melakukan pembelian di Rumah Makan Nasi Krawu Bu Tiban dikatakan puas karena nilai indeks kepuasan pengunjung berada pada rentang 66% – 80%. Sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa atribut – atribut tersebut masuk dalam kategori puas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani. (2023). *The influence of product quality and service quality on consumer satisfaction*. *Journal of Economics and Business letters*, 3, 11–17.
- Cheah, A. K. W., Kangkorn, T., Tan, E. H., Loo, M. L., & Chong, S. J. (2018). *The validation study on a three-dimensional burn estimation smart-phone application: accurate, free and fast?* *Burns & Trauma*, 6, 1–6. <https://doi.org/10.1186/s41038-018-0109-0>
- Firmansyah, D., & Dede, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lubis, S. N., Fauzia, L., & Utami, D. (2020). CSI (*Customer Satisfaction Index*) and IPA (*Importance Performance Analysis*) of Mandheling Coffee in Medan. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 454(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/454/1/012007>
- Pertiwi, I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Konsumen dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index* Studi Kasus pada Restoran A&W Maspion Square Surabaya. *Soetomo Management Review*, 1(3), 263–280.
- Pratama, R. N. Y. F., & Fuadi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 01(3), 636–652.
- Sandra Oktaviana Pinaraswati, Saibat, Agustiawan Djoko Baruno, S. (2023). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Nasi Krawu Khas Gresik Jawa Timur. *Balance: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 20(1), 28. <https://doi.org/10.30651/blc.v20i1.15605>

- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18651>
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286–295. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i4.62>
- Suryani, R., & Wahyudi, B. (2021). Daya Saing UMKM Kuliner Tradisional: Studi Kasus di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 102-118.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Vega Veniranda and Reggie Surya. (2022). *Consumer Analysis of Commercial Plant-Based Jerky*. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/998/1/012059>
- Wahyudi, M. R., Baihaqi, I., & Prihananto, P. (2020). Implementasi Six Sigma untuk Perbaikan Proses Bisnis dan Perancangan Prosedur Operasional Standar: Studi Kasus pada Nasi Krawu Bu Tiban Gresik. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.54031>
- Wahyuningsih, N., & Ernawati, S. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rocket Chicken Kota Bima. *Journal Scientific Of Mandalika (JSM)*, 2(5), 175–185. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss5pp175-185>
- Wardhani, E. K. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang - Jakarta). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 3(1), 40–63.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudi. *Agora Vol. 5, No. 1, (2017)*, 5(1), 1–8.
- Yudha, E. P., Rifai, A. A., & Adela, A. S. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji McDONALD'S. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 2(August), 1003–1013. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7558>