

Bab 5

Analisis

5.1 Analisis

5.1.1 Analisis Uji Validitas

Data yang diperoleh dari responden Teras Cemara kemudian dilakukannya pengujian validitas dengan metode perhitungan *Bivariate Correlation Spearman* dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0 untuk *operating system windows*. Pengujian data yang diperoleh menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (5%) dan data yang diperoleh sebanyak $n = 40$ responden maka $r_{table} = 0,3044$. Setelah dilakukan perhitungan hasil yang didapat dari nilai r hitung dari nilai kepentingan sebanyak 0,7077 untuk korelasi tertinggi sedangkan nilai kinerja sebanyak 0,3280 untuk korelasi terendah dan nilai r hitung dari kinerja nilai sebanyak 0,5542 untuk korelasi tertinggi sedangkan nilai sebanyak 0,3264 untuk korelasi terendah, maka semua Indikator yang diuji dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,3044.

5.1.2 Analisis Uji Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh lolos uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode perhitungan *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0 untuk *operating system windows*. Setelah dilakukan perhitungan hasil yang diperoleh dari nilai kepentingan sebanyak 0,812 dan nilai kinerja sebanyak 0,798 sehingga nilai *Cronbach' Alpha* $> 0,60$ dapat dinyatakan data yang didapat dari responden dinyatakan reliabel sehingga data tersebut layak untuk diolah lebih lanjut.

5.1.3 Analisis Indikator

Indikator yang digunakan ada tujuh jenis indikator berdasarkan bauran pemasaran 7P yaitu produk, harga, tempat, promosi, proses bukti fisik dan orang dapat dilihat pada tabel 4.1. Berikut tabel berisi indikator yang harus dilakukan perbaikan dan tidak perlu dilakukan perbaikan:

Tabel 5.1- Tabel Perbandingan nilai WS Indikator dengan rata-rata WS

No	Indikator	WS	Keterangan
1	<i>Product 1</i>	0,18	Tidak Perlu Perbaikan
2	<i>Product 2</i>	0,18	Tidak Perlu Perbaikan
3	<i>Product 3</i>	0,16	Tidak Perlu Perbaikan
4	<i>Product 4</i>	0,15	Tidak Perlu Perbaikan
5	<i>Product 5</i>	0,15	Tidak Perlu Perbaikan
6	<i>Price 1</i>	0,15	Tidak Perlu Perbaikan
7	<i>Price 2</i>	0,13	Perbaikan
8	<i>Price 3</i>	0,14	Tidak Perlu Perbaikan
9	<i>Place 1</i>	0,15	Tidak Perlu Perbaikan
10	<i>Place 2</i>	0,12	Perbaikan
11	<i>Place 3</i>	0,12	Perbaikan
12	<i>Place 4</i>	0,15	Tidak Perlu Perbaikan
13	<i>Promotion 1</i>	0,12	Perbaikan
14	<i>Promotion 2</i>	0,15	Tidak Perlu Perbaikan
15	<i>Process 1</i>	0,15	Tidak Perlu Perbaikan
16	<i>Process 2</i>	0,13	Perbaikan
17	<i>Physical Evidance 1</i>	0,11	Perbaikan
18	<i>Physical Evidance 2</i>	0,12	Perbaikan
19	<i>Physical Evidance 3</i>	0,11	Perbaikan
20	<i>People 1</i>	0,16	Tidak Perlu Perbaikan
21	<i>People 2</i>	0,16	Tidak Perlu Perbaikan
22	<i>People 3</i>	0,16	Tidak Perlu Perbaikan
Rata-rata		0,14	

1. Produk

Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan nilai WS (*Weight Score*) sebagai acuan, nilai WS untuk semua indikator dibagian produk berada diatas rata-rata dan tidak perlu dilakukan perbaikan, untuk indikator produk teras cemara memiliki kekuatan pada:

- a. Menu produk yang bervariasi
- b. Produk memiliki cita rasa yang enak
- c. Produk menggunakan bahan-bahan yang segar
- d. Kemasan menarik dan higienis
- e. Tidak mengalami kerusakan saat pengiriman

2. Harga

Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan nilai WS (*Weight Score*) sebagai acuan, nilai WS untuk indikator *price 1* dan *price 3* berada diatas rata-rata dan tidak perlu dilakukan perbaikan sedangkan untuk indikator *price 2* berada dibawah rata-rata dan perlu dilakukan perbaikan, untuk indikator harga teras cemara memiliki kekuatan pada:

- a. Produk memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk
- b. Memudahkan pembayaran secara tunai maupun non-tunai

Indikator harga memiliki kelemahan pada:

- a. Jenis diskon yang ditawarkan masih sedikit

3. Tempat

Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan nilai WS (*Weight Score*) sebagai acuan, nilai WS untuk indikator *place 1* dan *place 4* berada diatas rata-rata dan tidak perlu dilakukan perbaikan sedangkan untuk indikator *place 2* dan *place 3* berada dibawah rata-rata dan perlu dilakukan perbaikan, untuk indikator tempat teras cemara memiliki kekuatan pada:

- a. Lokasi penjualan mudah ditemukan dikota bandung
- b. Produk Teras Cemara selalu tersedia di *market place* (GoFood, Shopee, Grabfood, Toko jln. Cisitua Lama)

Indikator tempat memiliki kelemahan pada:

- a. Lokasi memiliki lingkungan yang kurang nyaman
- b. Lokasi penjualan tidak menyediakan area parkir untuk kendaraan

4. Promosi

Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan nilai WS (*Weight Score*) sebagai acuan, nilai WS untuk indikator *promotion 2* berada diatas rata-rata dan tidak perlu dilakukan perbaikan sedangkan untuk indikator *promotion 1* berada dibawah rata-rata dan perlu dilakukan perbaikan, untuk indikator promosi teras cemara memiliki kekuatan pada:

- a. Menyediakan spanduk berisi informasi varian produk di Toko jln. Cisitua Lama

Indikator promosi memiliki kelemahan pada:

- a. Pengiklanan produk untuk platform sosial media masih terbatas pada media instagram.

5. Proses

Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan nilai WS (*Weight Score*) sebagai acuan, nilai WS untuk indikator *process 1* berada diatas rata-rata dan tidak perlu dilakukan perbaikan sedangkan untuk indikator *process 2* berada dibawah rata-rata dan perlu dilakukan perbaikan, untuk indikator proses teras cemara memiliki kekuatan pada:

- a. Pelayanan yang cepat untuk pembelian secara offline dan online

Indikator process memiliki kelemahan pada:

- a. solusi yang diberikan untuk semua kritik dan saran dari konsumen masih belum maksimal

6. Bukti Fisik

Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan nilai WS (*Weight Score*) sebagai acuan, nilai WS untuk semua indikator bukti fisik berada dibawah rata-rata dan perlu dilakukan perbaikan, untuk indikator proses teras cemara memiliki kekurangan pada:

- a. Lokasi penjualan memiliki ruangan makan yang sempit dan kurang bersih
- b. Fasilitas tambahan yang ditawarkan hanya wastafel

- c. Dekorasi untuk ruangan makan hanya dekorasi biasa

7. Orang

Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan nilai WS (*Weight Score*) sebagai acuan, nilai WS untuk semua indikator dibagian orang berada diatas rata-rata dan tidak perlu dilakukan perbaikan, untuk indikator orang teras cemara memiliki kekuatan pada:

- a. Karyawan memiliki kemampuan untuk menangani keluhan konsumen
- b. Karyawan memberikan pelayanan secara ramah
- c. Karyawan berpenampilan rapi dan sopan

5.2 Analisis Penyelesaian Masalah

5.2.1. Indikator Penting

Indikator penting dapat dilihat dari hasil pengolahan nilai MIS, apabila nilai MIS indikator berada diatas nilai rata-rata MIS maka indikator tersebut dapat dikatakan sebagai indikator penting. Tabel berikut merupakan tabel berisi perbandingan nilai MIS indikator dengan nilai rata-rata MIS:

Tabel 5.2- Tabel Perbandingan nilai MIS Indikator dengan rata-rata MIS

No	Indikator	WS	Keterangan
1	<i>Product 1</i>	3,90	Tidak Penting
2	<i>Product 2</i>	4,10	Penting
3	<i>Product 3</i>	4,03	Penting
4	<i>Product 4</i>	4,03	Penting
5	<i>Product 5</i>	4,10	Penting
6	<i>Price 1</i>	3,97	Penting
7	<i>Price 2</i>	4,03	Penting
8	<i>Price 3</i>	3,70	Tidak Penting
9	<i>Place 1</i>	3,97	Penting
10	<i>Place 2</i>	3,97	Penting
11	<i>Place 3</i>	3,80	Tidak Penting
12	<i>Place 4</i>	3,87	Tidak Penting
13	<i>Promotion 1</i>	3,90	Tidak Penting
14	<i>Promotion 2</i>	3,83	Tidak Penting
15	<i>Process 1</i>	3,83	Tidak Penting

**Tabel 5.2- Tabel Perbandingan nilai MIS Indikator dengan rata-rata MIS
(lanjutan)**

No	Indikator	WS	Keterangan
16	<i>Process 2</i>	3,87	Tidak Penting
17	<i>Physical Evidance 1</i>	3,97	Penting
18	<i>Physical Evidance 2</i>	3,83	Tidak Penting
19	<i>Physical Evidance 3</i>	4,07	Penting
20	<i>People 1</i>	3,90	Tidak Penting
21	<i>People 2</i>	4,13	Penting
22	<i>People 3</i>	4,00	Penting
Rata-rata		3,95	

Indikator penting yang dapat memepengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah:

1. Varian produk Teras Cemara memiliki cita rasa yang enak
2. Varian produk Teras Cemara menggunakan bahan-bahan yang segar
3. Varian produk Teras Cemara memiliki kemasan yang menarik dan higienis
4. Varian produk Teras Cemara tidak mengalami kerusakan saat pengiriman
5. Varian produk Teras Cemara memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk
6. Varian produk Teras cemara menawarkan berbagai jenis diskon untuk event tertentu
7. Lokasi penjualan varian produk Teras Cemara mudah ditemukan dikota bandung
8. Lokasi penjualan varian produk Teras Cemara memiliki lingkungan yang nyaman
9. Lokasi penjualan varian produk Teras Cemara memilki ruangan yang luas dan bersih
10. Lokasi penjualan produk Teras Cemara memiliki dekorasi yang unik dan nyaman untuk dilihat
11. Karyawan Teras Cemara memberikan pelayanan secara ramah
12. Karyawan Teras Cemara berpenampilan rapi dan sopan saat melayani konsumen

5.2.2 Indeks Kepuasan konsumen

Hasil perhitungan terhadap tingkat kepuasan konsumen yang diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan dari yang dihasilkan oleh Indikator dari Bauran Pemasaran 7P dan untuk mengetahui dalam menentukan perbaikan dan pengembangan di masa yang akan datang Penggunaan metode Indeks Kepuasan konsumen diperlukan data berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari responden yang dianggap sesuai kemudian memerlukan skor *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) berdasarkan dari Indikator Bauran Pemasaran 7P. Berikut adalah tabel atribut di Teras Cemara berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja.

Berdasarkan dari tabel 4.9, menunjukkan nilai rata-rata berdasarkan dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja di Teras Cemara dari 22 indikator dan memperoleh hasil nilai rata-rata dari setiap jumlah masing-masing Indikator yang selanjutnya akan digunakan untuk menghitung Indeks Kepuasan Konsumen.

Indikator dengan nilai rata-rata kepentingan dan kinerja tertinggi terdapat pada indikator *Product 2* dengan pernyataan Teras Cemara mempunyai varian produk yang memiliki cita rasa yang enak memiliki nilai rata-rata pada tingkat kepentingan sebesar 4,20 dan tingkat kinerja sebesar 3,65 maka dapat diartikan bahwa indikator ini dianggap penting bagi konsumen. Indikator dengan nilai rata-rata kepentingan dan kinerja terendah terdapat pada indikator *Physical Evidence 1* (Lokasi penjualan varian produk Teras Cemara memiliki ruangan yang luas dan bersih) maka dapat diartikan bahwa Indikator ini dianggap penting bagi konsumen, tetapi berdasarkan nilai kinerja yang diperoleh menunjukkan konsumen tidak puas.

Berdasarkan Tabel 4.9, nilai yang diperoleh dari pengolahan Indeks Kepuasan konsumen sebesar 62,96% berada pada kisaran 51% - 65% yang berarti, secara umum indeks kepuasan konsumen Teras Cemara pada kriteria "Cukup Puas". Maka hasil nilai analisis kepuasan konsumen pada kriteria cukup puas, pihak

Teras Cemara harus meningkatkan kinerja, karena dengan hasil Indeks Kepuasan konsumen sebesar 62,96 %.

5.2.3 Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan diberikan kepada indikator-inidkator yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Indikator yang harus dilakukan dapat dilihat ditabel 5.1. Adapun usulan perbaikan untuk masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

1. *Price 2* : Memberikan berbagai jenis diskon yang bisa menarik pelanggan, contohnya diskon untuk perayaan hari-hari tertentu seperti Idul Fitri, Natal atau perayaan kemerdekaan Indonesia.
2. *Place 2* : Mempunyai lingkungan tempat makan contohnya dengan cara menambahkan televisi atau menambahkan pengharum ruangan untuk menambah kenyamanan pelanggan.
3. *Place 3* : Menyediakan pembayaran khususnya secara nono-tunai, dikarenakan orang-orang sekarang lebih memilih melakukan emayaran secara non-tunai karena lebih mudah dan tidak perlu membawa uang kemana-mana.
4. *Promotion 1* : Pengiklanan harus dilakukan diberbagai platform sosial media, dikarenakan penggunaan sosial media yang sangat tinggi, sehingga pelanggan lebih mudah untuk menemukan informasi tentang usaha kita.
5. *Process 2* : Solusi yang diberikan untuk semua keluhan pelanggan harus maksimal dan pelanggan puas dengan solusi yang kita berikan
6. *Physical Evidance 1*: yaitu memperluas ruangan dan lebih memperhatikan kebersihan agar konsumen nyaman mengkonsumsi makanan ditempat.
7. *Physical Evidance 2* : melengkapi fasililitas tambahan yang dapat mendukung kenyamanan pelanggan.
8. *Physical Evidance 3* : Menyediakan dekorasi yang unik diruangan makan agar pelanggan merasa nyaman dan tertarik untuk makan ditempat.