BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Restoran Sambara merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa yang mana porsinya sama besar dengan barang atau masakan yang ditawarkan, dalam teorinya restoran ini termasuk kategori jasa *hybrid* atau campuran.

Restoran Sambara didirikan pada tanggal 6 April 2006 dan ditandai dengan peresmian yang dihadiri oleh pimpinan serta karyawan dan karyawati Restoran Sambara. Kini Restoran Sambara telah bersinar dan telah memberi berkah bukan hanya kepada pemilik dan keluarga, tetapi kepada karyawan dan karyawati beserta keluarga dan sanak saudaranya. Untuk menyempurnakan untuk menyempurnakan keaneka ragaman masakan, kami membentuk satu tim kecil untuk melakukan penelusuran masakan-masakan yang berasal dari berbagai daerah di Jawa Barat.

Hasil penelusuran tim kami tersebut adalah masakan-masakan yang bisa Anda nikmati di meja saji Restoran Sambara. Kami, berharap mudah-mudahan karya bakti kami terhadap dunia kuliner Sunda tetap diterima dan diapresiasi oleh semua pencinta masakan Sunda.

Berawal dari sebuah kecintaan keluarga besar kami terhadap masakan tradisional tanah Pasundan, serta begitu banyaknya koleksi masakan yang keluarga kami miliki, maka kami berkeinginan untuk membagi pengalaman untuk dinikmati oleh mereka yang menyukai masakan tradisional tanah Sunda, akhirnya

kami memberanikan diri untuk mewujudkan sebuah tempat makan yang bias diterima oleh para pencinta masakan Sunda, maka lahirlah Restoran Sambara.

Restaurant yang bernuansa tradisional modern ini menawarkan aneka masakan Sunda dusun (pedalaman) yang jarang ditemui di restoran Sunda lainnya. Keunikan masakan dan pelayanan Restoran Sambara telah membuat Restoran Sambara mendapat penghargaan dari para tamu-tamunya.

Restoran Sambara memiliki filosofi bahwa Restoran Sambara didirikan sebagai wujud dedikasi dan apresiasi kepada para jagoan-jagoan masak jaman dahulu, ibu-ibu rumah tangga dan pembantu-pembantu rumah tangga, yang telah berjasa dalam memperkaya khasana dan cita rasa masakan Sunda, sehingga menjadi kekayaan keanekaragaman cita rasa nusantara seperti saat ini.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuannya jika ditunjang dengan struktur organisasi yang tersusun dengan baik. Dengan adanya struktur organisasi pula, maka setiap pegawai dapat mengetahui kepada siapa harus mempertanggung jawabkan pekerjaanya, dan menerima perintah. Struktur organisasi haruslah dilengkapi dengan uraian pekerjaan dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh setiap pemegang jabatan, sehingga dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Restoran Sambara cabang Trunojoyo Bandung mempunyai struktur organisasi sebagaimana yang dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini:

4.1.3 *Job Description*

Untuk lebih jelas dalam melihat hubungan yang tergambar dalam struktur organisasi, berikut ini dijabarkan mengenai struktur organisasi, tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :

1. **Operational Manager**

   Tugas dan tanggungjawabnya antara lain mengawasi segala kegiatan operasional restoran agar berjalan sesuai dengan baik, memberikan laporan pertanggungjawaban kepada manajemen perusahaan atas seluruh aktivitas dari seluruh bagian yang ada di restoran.

2. **Asst. Operational Manager**

   Tugas dan tanggungjawabnya antara lain Membantu Operational Manager dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari dengan pembagian tugas yang sudah diatur.

3. **HRD Manager**

   Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

   a. Merencanakan, mengarahkan dan mengendalikan bidang tugas pengadaan, seleksi, pemeliharaan dan pengembangan tenaga kerja.
   b. Memimpin dan mengawasi kegiatan masing-masing seksi bawahan.
   c. Mengawasi dan mengatur terselenggaranya pengembangan tenaga kerja dan menganalisa hasil penilaian prestasi kerja.
   d. Mengambil langkah-langkah yang dianggap perlu dan menyampaikan saran atau usul ke tingkat manajemen.

e. Menganalisa laporan hasil kerja yang disampaiakan oleh masing-masing bawahan.
f. Memastikan proses penggajian dijalankan dengan baik, termasuk melakukan peninjauan gaji pegawai sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen.

4. Accounting Manager

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Melaksanakan kegiatan *accounting*.
b. Bertanggungjawab atas kegiatan pencatatan dan pelaporan kegiatan accounting.

5. Marketing Manager

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain

a. Memahami produk Sambara secara keseluruhan.
b. Menjual produk yang dimiliki oleh Sambara, mulai dari fasilitas yang dimiliki sampai kepada paket-paket Sambara.
c. Merealisasikan target penjualan yang diberikan setiap bulannya.
d. Melakukan sales call tiap hari dengan target kunjungan lima perusahaan di *weekday*.
e. Melakukan sales blitz sejumlah dua kali saat weekend untuk mendapatkan *new market*.
f. Melakukan tele marketing kepada customer-customer yang belum produktif dan yang sudah produktif.
g. Fax compaign dan email compaign secara rutin ke seluruh batabase.

h. Menerangkan dengan detail kepada para tamu yang ingin mengadakan acara di Sambara.
i. *In charge* pada saat ada reservasi atau group-group perusahaan atau travel agent.
j. Mampu membuat BEO dan mengkomunikasikan kepada setiap departemen.
k. Membuat laporan harian yang terdiri dari: *guest comment recapitulasi* harian, *business lead* dan *sales activities*.
l. Membuat laporan penjualan bulanan.

6. Training Manager

Bertanggungjawab untuk melatih karyawan baru agar mereka menguasai operasional restoran.

7. General Affair

Bertanggungjawab terhadap segala urusan internal dan external perusahaan sehingga diharapkan operasional perusahaan sehari-hari dapat berjalan dengan baik.

Tugasnya antara lain:

a. melakukan purchasing asset perusahaan (misalnya pembelian alat-alat dapur, dan sebagainya).
b. Mengurus atau pemeliharaan aset perusahaan (misalnya jadwal perbaikan atau service mobil operasional perusahaan, gedung, dan sebagainya).
c. Berhubungan dengan pihak ketiga dalam perjanjian sewa menyewa (misalnya mengurus perjanjian sewa ruangan).
d. Mengatur jadwal atau agenda kedatangan tamu perusahaan.

e. Mengatur akomodasi untuk perjalanan dinas

8. Restaurant Manager

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Memahami semua aturan bekerja, prosedur, standar, spesifikasi, acuan dan program pelatihan.
b. Memastikan bahwa semua pelanggan merasa disambut dan dilayani dengan responsive, ramah dan sopan santun.
c. Pastikan semua product makanan secara berkesinambungan disiapkan dan disajikan sesuai resep standar restaurant, porsi dan ukuran sajiannya.
d. Mencapai tujuan perusahaan dalam pendapatan laba, pelayanan, qualitas, penampilan fasilitas dan sanitasi kebersihan hingga pelatihan karyawan dan menciptakan positive image dan menciptakan lingkungan kerja yang productive.
e. Control uang tunai dan penerimaan lain dan *reconciliation procedures* dalam keselarasan aturan tata tertib perusahaan.
f. Menerima karyawan dan keputusan pemutusan kerja.
g. Siap bersedia dimana diperlukan untuk memastikan pelayanan yang efisien dan standard yang tinggi.
h. Berkesinambungan mengembangkan sumber daya manusia disemua section secara professional.
i. Menyiapkan semua jenis pekerjaan kantor, berikut bentuk laporan dan penempatan tenaga kerja dengan tertib dan tepat waktu.

j. Pastikan semua perabotan kerja terjaga bersih dan dalam kondisi siap pakai berikut melakukan inspeksi secara pribadi dan melaksanankan program perawatan restaurant.

k. Pastikan semua product diterima dalam jumlah unit yang benar.

l. Bertanggung jawab dan memastikan tata tertib perusahaan dalam hal penilaian kinerja karyawan ditindak lanjuti dan terselesaikan tepat waktu.

m. Jadwal kerja karyawan sesuai dengan pengantisipasian aktifitas bisnis sambil meyakinkan setiap section terpenuhi ketika dibutuhkan dan bertanggung jawab dengan biaya upah tenaga kerja objektif dengan kebutuhan.

n. Berpengetahuan tata tertib restaurant berkenaan dengan kepersonaliaan dan administrasi selaras dengan tindakan lanjut untuk setiap pelaksanaan aturan.

o. Memahami semua aturan pemerintah berkenaan dengan kesehatan, keselamatan dan ketenaga kerjaan rumah makan.

p. Pengembangan, perencanaan dan melakukan pemasaran, iklan dan aktifitas promosi.

9. Acc. Manager Outlet

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Mengumpulkan laporan harian, mingguan dan bulanan yang rutin dari masing-masing outlet.

b. Memerikasa seluruh laporan dari masing-masing outlet.

c. Membuat laporan recap atas laporan dari masing-masing outlet.

d. Melakukan analisa atas laporan tersebut dengan berkoordinasi dengan atasan.
e. Melaporkan atas temuan dan hal-hal yang menyimpang atas laporan tersebut ke atasan.
f. Melakukan koordinasi dengan seluruh outlet dalam hal pelaporan.
g. Melakukan filling atas semua laporan dan data-data dengan baik dan benar.
h. Membuat laporan bulanan atas seluruh kegiatan outlet.
i. Membantu mengingatkan kembali seluruh jadwal pelaporan kepada seluruh outlet.
j. Melaksanakan segala perintah atasan.

10. General Cash

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Memberikan kontribusi moral yang positif dan menjaga spirit atau semangat dengan cara menjaga efektifitas kerja.
b. Melaksanakan kerja tambahan yang diberikan oleh atasan.
c. Memberikan saran atau masukan yang berguna kepada atasan untuk perbaikan perusahaan secara menyeluruh
d. Memahami dan menjalankan prosedur kerja yang benar.
e. Menjalankan standar mutu yang tinggi di bidang kebersihan, berpakaian, berseragam dan bahasa isyarat.
f. Sopan dan profesional dalam situasi apapun, di mana imej perusahaan akan di bawa.
g. Menghadiri meeting dan training yang di minta oleh atasan.

h. Dalam pelaksanaan tugas harus jujur,beretika dan dalam koridor hukum yang berlaku.

11. Cost Control

Tugas dan tanggungjawabnya antara lain:

a. Menyusun jenis-jenis dan harga bahan baku makanan, minuman dan material.
b. Menyusun jenis-jenis dan biaya menu makanan dan minuman.
c. Menghitung dan memperbaharui standar resep dari setiap menu makanan dan minuman secara berkala.
d. Mencatat dan melakukan pemeriksaan *spoiled, lost* & *breakage report*.
e. Memeriksa kembali kebenaran mutu dan jumlah penerimaan pemesanan barang berdasarkan *Purchases Order*.
f. Memeriksa setiap *Receiving Record* setelah dilakukannya proses pembelian dan penerimaan barang berdasarkan pada PR.
g. Mempersiapkan perhitungan Par Stock untuk setiap jenis barang di store.
h. Menerima dan memeriksa *Purchases Order* (PO) dari bagia purchasing.
i. Melakukan perhitungan inventarisasi barang-barang *food* & *beverage*, *material supplies*.
j. Melakukan perhitungan dan menganalisa biaya pengeluaran makanan, minuman, dan *material supplies*.
k. Melakukan perhitungan penjualan makanan dan minuman berdasarkan pada potensial dan actual sales secara periodik.

l. Melakukan evaluasi terhadap penghitungan pengeluaran biaya *food & beverage, material*.

m. Menyusun laporan *cost controller* secara periodik dan dilaporkan kepada bagian *accounting*.

12. Purchasing

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Mencari vendor atau supplier untuk memasok seluruh bahan baku keperluan restoran.

b. Melakukan negosiasi harga dengan vendor atau supplier untuk mencari harga dan bahan baku yang terbaik.

c. Memastikan ketersediaan sekuruh bahan baku atau material yang dibutuhkan akan selalu ada dan dapat dikirimkan oleh suoolier atau vendor.

d. Mengetahui dan memahami kondisi harga dipasaran secara periodik.

e. Membuat Purchasing Order (PO) kepada supplier atau vendor berdasarkan harga yang telah disepakati dan disetujui atasan.

f. Memesan material atau bahan baku keperluan restoran kepada supplier atau vendor.

g. Mengecek dan memastikan bahan baku atau material yang dipasang dari supplier atau vendor telah sesuai dengan spesifikasi.

h. Melakukan serah terima barang yang telah sesuai dengan spesifikisi tersebut kepada store keeper untuk disimpan.

i. Melakukan penyimpanan seluruh dokumen dengan baik.

j. Melakukan input data untuk bahan laporan dan sebagai dasar bagian akunting untuk melakukan pembayaran.

13. Store keeper

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Mengatur penyimpanan semua barang-barang gudang.
b. Menerima dan mengeluarkan barang-barang gudang.
c. Memeriksa dan mencatat persediaan (inventor) barang digudang melalui bincard.
d. Mencatat semua penerimaan dan pengeluaran barang.
e. Mencatat semua bukti invoice pembelian barang.
f. Melaporkan dan membuat spoiled dan loss breakage report untuk barang-barang gudang.
g. Membuat laporan hasil inventarisasi barang-barang gudang secara berkala kepada cost controller.
h. Mengenal jenis bahan baku keperluan restoran sesuai dengan masing-masing katergori
i. Menyimpan dan mengeluarkan stok bahan makanan dan minuman maupun material lain sesuai dengan system FIFO.
j. Memeriksa dan mencatat persediaan barang yang ada di gudanga.
k. Mengeluarkan dan mencatat semua permintaan barang sesuai dengan yang telah disetujui oleh atasan yang bersangkutan.
l. Mengatur dan mengkoordinasi teknis pembelian atau pemesanan kepada bagian purchasing.

m. Mengatur dan membuat schedule permintaan barang ke gudang.

n. Melaksanakan penyimpanan arsip yang benar dan baik untuk bagian store keeper.

14. Cashier

Bertanggungajawab dalam hal penjualan produk dan proses transaksi dengan pelanggan, mengatur penerimaan uang outlet, menyetorkan/melaporkan penghasilan harian maupun bulanan kepada financial staff.

15. Outlet Marketing Manager

Bertanggungjawab dalam Memahami produk Sambara secara keseluruhan, melakukan tele marketing kepada customer-customer yang belum produktif dan yang sudah produktif, Merealisasikan target penjualan yang diberikan setiap bulannya

16. Pantry

Tugas dan tanggungjawabnya adalah dalam hal segala urusan yang berkaitan dengan minuman.

17. Greeter

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Sambut dengan hangat dan sapaan ramah setiap tamu saat datang.

b. Bukakan pintu depan buat tamu saat masuk atau meninggalkan restaurant.

c. Ketika tempat duduk terbatas, catat nama tamu dan jumlahnya.

d. Panggil namanya dan jumlah tamunya ketika meja sudah ada.

e. Beritahukan tamu untuk berapa lama menunggu hingga mejanya siap.

f. Berikan pelayanan permohonan khusus tempat duduk untuk tamu jika memungkinkan.
g. Dudukan tamu berdasarkan keinginan dan seimbangkan perputaran tamu di section pelayanan.
h. Saat duduk, berikan tamu menu dan kenalkan nama pelayan, periksa meja kelengkapannya dan kesiapannya.
i. Sampaikan pesan pada pelayan atau causal seperti yang diperlukan.
j. Ucapkan terimakasih pada pelanggan pada saat meninggalkan restaurant dan undang lagi untuk datang kembali.

18. Pramusaji

Bertanggungjawab terhadap segala urusan yang berkaitan dengan penyajian makanan dan minuman, melayani dan memberikan perhatian kepada tamu restoran.

19. Supervisor

Bertanggungjawab atas seluruh operasional, manajemen dan prestasi kerja secara menyeluruh dari restoran secara langsung, pengaturan staff, pelayanan dan pengontrolan biaya untuk mencapai keuntungan yang maksimal dan kepuasan tamu yang optimal.

20. Captain

Bertanggungjawab dalam hal pengawasan operasional yang berhubungan dengan service (menyambut dan mengantar tamu, menjaga kelancaran dalam hal penyajian hidangan/menu,dsb), dan menjaga keutuhan fisik dari semua fasilitas.

21. Head Waiter

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain memimpin dan mengawasi para waiter/waitress untuk memastikan mereka bekerja dengan baik

22. Waiter

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Sambut tamu dengan sapaan hangat.
b. Beritahukan pelanggan special dan perubahan menu.
c. Berikan rekomendasi yang sungguh sehingga tamu akan merasa senang.
d. Jawab setiap pertanyaan tentang makanan, minuman dan lainnya tentang restaurant juga pelayanannya.
e. Ambil orderan minuman tamu, serahkan copian captain order ke pramusaji (kalau tambahan makanan) pantry dan juga cashier untuk di posting di POS.
f. Antar makanan dan minuman dari checker dan pantry kepada pelanggan dengan waktu yang tepat.
g. Lakukan tugas sampingan pada awal shift dan akhir shift seperti yang diperlukan oleh tugas service station.
h. Jaga kebersihan area pelayanan.
i. Perhatikan dan amati pengalaman tamu makan, pastikan tamu merasa puas dengan makanan dan pelayanan. Respon dengan sigap dan santun setiap permintaan tamu.
j. Siapkan bon, berikan bon pada tamu, terima pembayarannya, proses transaksi credit card atau uang kembaliannya (jika ada).

k. Bersiap dan mau membantu rekan kerja jika situasi dibutuhkan.

l. Bersiap dan bersedia membantu busperson dengan merapihkan meja dan mengeset ulang meja.

m. Ucapkan terimakasih pada tamu atas kunjungan dan undang lagi mereka untuk datang kembali.

23. House Man

Menjaga kebersihan seluruh area restoran, dan juga memelihara dan menjaga seluruh perlengkapan kebersihan.

24. Chief Security

Tanggungjawabnya adalah menjaga keamanan di seluruh area restoran, mengatur jadwal untuk staff dari security ataupun driver, menyiapkan absensi karyawan.

25. Security Guard

Tanggungjawabnya adalah mengawal tamu restoran ataupun staff untuk keperluan biasa ataupun *urgent*, mencatat identitas tamu-tamu yang datang ataupun yang ingin bertemu dengan tamu yang ada di restoran.

26. Head Cook

Tugas dan Tanggung jawabnya antara lain:

a. Pastikan semua produk makanan konsisten dipersiapkan dan disajikan sesuai standar resep restaurant, porsinya, cara memasaknya dan penyajian standarnya.

b. Melakukan penyaringan karyawan, penghentian berikut wawancara, penerimaan, evaluasi dan penerapan disiplin crew dapur sesuai yang diharapkan.
c. Memberikan orientasi perusahaan dan aturan kerja departemen, aturan perusahaan dan menangani pelatihan karyawan dapur yang baru.
d. Siap bersedia saat diperlukan untuk memastikan standar pelayanan pelanggan dengan efisiensi operational.
e. Menyiapkan segala bentuk kerja keras, berikut format laporan dan penjadwalan kerja dengan tertib dan tepat waktu.
f. Pastikan semua perabotan kerja kerja terjaga bersih dan siap pakai berikut melakukan inspeksi dan melaksanakan program perawatan.
g. Bekerja sama dengan restaurant manager untuk merencanakan harga jual menu, bakukan ukuran porsi dan standar persiapan buku resep untuk semua jenis menu baru.
h. Pastikan semua produk dipesan sesuai spesifikasi yang diperlukan dan sesuai ukuran dan kondisi baik saat pengiriman sesuai dengan standar prosedur penerimaan barang.
i. Control biaya makanan dan penggunaannya dengan menindak lanjuti permohonan pengadaan barang dari bagian gudang, aturan penyimpanan barang, standar penerimaan barang, standar resep dan control pemborosan.
j. Bertanggung jawab dan pastikan aturan perusahaan untuk kinerja karyawan dilakukan dan ditindak lanjuti tepat waktu.

k. Penempatan jadwal kerja dengan mengantisipasi aktifitas bisnis sambil memastikan semua section ada yang bertugas ketika diperlukan dan jumlah tenaga kerja sesuai yang dianggarkan.
l. Mengetahui aturan ketenaga kerjaan dan administrasinya, adil dan tindak lanjut berkesinambungan untuk setiap tindakan yang melanggar aturan dan prosedur perusahaan.
m. Bertanggung jawab untuk pelatihan karyawan dapur untuk keselamatan kerja dalam penggunaan peralatan dapur.
n. Bertanggung jawab memberikan pelatihan karyawan dalam kebersihan dan melakukan sanitasi.
o. Bertanggung jawab untuk menjaga jadwal kebersihan lantai dapur, keset, dinding, kayu dan perabotan lain juga areal gudang.
p. Periksa dan rawat tempat menaruh makanan dan lemari pendingin dalam hal suhunya.
q. Menyiapkan keselamatan kerja dalam tindakan pertolongan pertama, napas buatan, mengangkat beban, membawa dan menangani keracunan.

27. Cook

Bertugas menyiapkan bahan-bahan mentah dan bumbu-bumbu yang diperlukan untuk operasional hari itu berdasarkan resep standar restoran, memastikan semua produk siap.

28. Cook Helper

Membantu Cooker dalam menjalankan tugas sehari-hari.

29. Steward

Merupakan bagian dari Cook Helper untuk urusan mencuci/kebersihan alat-alat dapur.

30. Driver

Bertugas menjemput atau mengantar pegawai restoran, tamu, ataupun orang penting lainya, menjemput atau mengantarkan pesanan restoran atau konsumen atau yang berkepentingan lainnya, membantu parkir pegawai ataupun tamu restoran dan memeriksa keadaan kendaraan dan bahan bakarnya

4.1.4 Aspek Perusahaan

Restoran adalah usaha komersial yang menyediakan pelayanan makan dan minuman bagi umum dan dikelola secara professional. Restoran Sambara merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa yang menawarkan berbagai macam menu, kreatifitas dituntut untuk dapat menyajikan menu yang berbeda dari yang sudah ada.

Restoran Sambara merupakan salah satu jenis restoran Sunda yang menampilkan suasana yang berbeda dengan kuliner Sunda di tempat lain. Hal ini karena Restoran Sambara tidak hanya menampilkan cita rasa kulinernya saja tetapi juga identitas *'Urang Sunda'* dalam kesehariannya sebagai wujud pelayanan dan penampilan Sambara.

Dikenal dengan keramah tamahan budi pekerti, bersahabat serta halusnya tutur bahasa masyarakat Sunda, menginspirasikan Restoran Sambara untuk menonjolkan keseharian mereka dalam konsep pelayanan Restoran Sambara.

Restoran Sambara yang berlokasi di Jalan Trunojoyo No. 64 Bandung, merupakan restoran Sunda yang pertama berdiri dengan memiliki konsep desain

modern dengan sentuhan etnis Sunda yang kental. Restoran Sambara menyajikan masakan khas Sunda, baik yang secara umum dapat ditemui di tempat lain maupun masakan Sunda yang telah langka sebagai hasil penggalian menu-menu tradisional tempo dulu.

Sejalan dengan visi Restoran Sambara yaitu untuk memperkaya khasanah masakan tradisional khususnya masakan Sunda yang telah dikenal secara luas dengan menggali kembali masakan-masakan yang pernah hidup dalam keseharian masyarakat tradisional Sunda, mempertahankan dan memperkenalkan khasanah kekayaan masakan dan budaya Sunda warisan nenek moyang, mengangkat masakan tradisional Sunda agar dapat lebih dikenal dan disejajarkan dengan masakan lainnya dengan menyelaraskan tradisi, seni dan budaya dalam mengiringi penyajian masakan. Maka berbagai upaya yang telah dilakukan Restoran Sambara untuk tetap unggul pada seluruh produk dan pelayanannya.

4.2 Pembahasan Penelitian

Bagian ini merupakan hasil pengolahan data yang diperoleh dari perusahaan langsung ataupun melalui hasil pengolahan kuesioner yang disebar kepada 100 responden sebagai sampel adapun hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden yang diteliti adalah Konsumen Restoran Sambara sebanyak 100 orang. Sedangkan untuk profil responden itu sendiri terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan responden, pendidikan responden dan pengeluaran perbulan responden.

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang penulis sebarkan tersebut dapat diperoleh hasil yang disajikan dalam tabel-tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	48	48 %
Wanita	52	52 %
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.1 di atas, dapat diketahui mengenai profil responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa sebesar 48 % terdiri atas responden pria dan 52 % responden wanita. Lebih dominannya wanita sebagai responden dalam penelitian ini karena mayoritas pengunjung Restoran Sambara adalah wanita.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18 – 25	20	20
26 – 35	21	21
36 – 45	34	34
>46	25	25
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.2 di atas, diperoleh keterangan bahwa responden yang penulis teliti terdiri radi usia 18 – 25 tahun sebanyak 20%, usia 26 -35 tahun sebanyak 21%, usia 36 – 45 tahun sebanyak 34%, dan usia > 46 tahun sebanyak 25%. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang berumur antara 36 tahun sampai 45 tahun.

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase
Pegawai Negeri / BUMN	39	39 %
Pegawai Swasta	30	30 %
Pelajar / Mahasiswa	5	5 %
Wiraswasta	23	23 %
Lain-lain	3	3 %
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.3 di atas, dapat diketahui mengenai responden berdasarkan pekerjaan, menunjukkan bahwa sebesar 39 % adalah bekerja sebagai Pegawai Negeri / BUMN, 30 % bekerja sebagai Pegawai Swasta, sebesar 5 % bekerja sebagai Pelajar / Mahasiswa, 23 % bekerja sebagai Wiraswasta, dan sebesar 3 % adalah lain-lain. Dengan demikian mayoritas pekerjaan responden dalam penelitian ini adalah sebagai pegawai negeri / BUMN.

Tabel 4.4
Pendidikan Responden

Pendidikan Responden	Frekuensi	Persentase
SMP	3	3 %
SMU	5	5 %
Diploma III	10	10 %
Sarjana	81	81 %
Lain-lain	1	1 %
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.4 diatas, dapat diketahui mengenai pendidikan terakhir responden, menunjukkan bahwa sebesar 3 % pendidikan terakhirnya SMP, 5 % pendidikan terakhirnya SMU, 10 % pendidikan terakhirnya Diploma III, 81 % pendidikan terakhir Sarjana, dan sebesar 1 % adalah lain-lain. Dengan demikian

mayoritas yang menjadi responden dalam penelitian ini, pendidikan terakhirnya adalah Sarjana.

Tabel 4.5
Pengeluaran Perbulan Responden

Pengeluaran Perbulan	Frekuensi	Persentase
<2 Juta	6	6 %
>2 – 4 Juta	12	12 %
>4 – 6 Juta	24	24 %
> 6 Juta	52	52 %
Lain-lain	6	6 %
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.5 di atas, dapat diketahui berdasarkan pengeluaran perbulan, responden menunjukkan bahwa sebesar 6 % pengeluaran perbulan <2 Juta, 12 % pengeluaran perbulan >2 - 4 juta, 24 % pengeluaran perbulan >4 – 6 juta, 52 % pengeluaran perbulan >6 juta dan sebesar 6 % adalah lain-lain. Dengan demikian mayoritas yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah yang memiliki pengeluaran dalam sebulan sebesar >6 Juta, hal ini dikarenakan sebagian besar responden adalah Pegawai Negeri / BUMN.

4.2.2 Hasil Analisis (Kualitatif)

4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap *Sense* Pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung

Penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang datang dan makan di Restoran Sambara. Kuesioner tersebut terbagi atas dua bagian pertanyaan. Pada bagian pertama yang terdiri dari sebelas pertanyaan mengenai *sense* dan pada bagian dua yang terdiri dari sepuluh pertanyaan mengenai keputusan pembelian konsumen. Untuk dapat menganalisa jawaban mengenai

tanggapan responden terhadap *sense*, maka penulis akan menganalisa data berdasarkan dari daftar pertanyaan yang telah diajukan dalam kuesioner. Tanggapan responden mengenai *Sense* meliputi Indera Penglihatan, Indera Peraba, Indera Penciuman, Indera Perasa, Indera Pendengaran dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

1. Indera Penglihatan

Aspek penglihatan disini dimaksudkan apa yang bisa dilihat oleh konsumen untuk dapat memberikan penilaian dan memberikan sebuah kesan serta pengalaman yang dapat memberikan memori yang kuat dibenak konsumen. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai indera penglihatan yang terdiri dari: desain interior ruangan Restoran Sambara terlihat menarik dipandang mata, desain eksterior ruangan Restoran Sambara terlihat menarik dipandang mata, dan Seragam para pegawai Restoran Sambara terlihat menarik dipandang mata, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Desain Interior
Ruangan Restoran Sambara Terlihat Menarik Dipandang Mata

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	17%
Setuju	23	23%
Cukup Setuju	57	57%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.6 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 57% menyatakan cukup setuju bahwa desain interior ruangan Restoran Sambara

terlihat menarik dipandang mata. Hal ini dikarenakan desain interiornya menampilkan konsep gaya arsitektur modern tradisional Sunda yang sederhana namun elegan. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 3%, hal ini disebabkan desian interior Restoran Sambara membuat tidak nyaman pengunjung dalam menyantap hidangan.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Desain Eksterior
Ruangan Restoran Sambara Terlihat Menarik Dipandang Mata

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	28	28%
Setuju	58	58%
Cukup Setuju	14	14%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.7 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 58% menyatakan setuju bahwa desain eksterior ruangan Restoran sambara terlihat menarik dipandang mata, hal ini dikarenakan desain eksteriornya masih mempertahankan ciri khas tradisional atau ciri khas Sunda dan Restoran Sambara menampilkan desain eksterior yang berbeda dengan rumah makan Sunda lain yang biasa menampilkan suasana alam atau perkampungan. Namun ada sebagian responden yang menyatakan cukup setuju sebesar 14%, hal ini disebabkan desain eksterior Restoran Sambara terlihat sama saja dengan restoran-restoran Sunda lainnya.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Seragam Para Pegawai Restoran Sambara Terlihat Menarik Dipandang Mata

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	25%
Setuju	56	56%
Cukup Setuju	18	18%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.8 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 56% menyatakan setuju bahwa seragam para pegawai Restoran Sambara terlihat menarik dipandang mata, hal ini dikarenakan seragam yang digunakan oleh pegawai Restoran Sambara sudah baik dan mencerminkan rumah makan yang berasal dari tanah Sunda. Penggunaan seragam yang menarik dapat memberikan kesan yang mendalam dibenak konsumen dan juga dapat menjadi ciri khas rumah makan yang membedakan dengan pesaingnya. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 1%, hal ini disebabkan warna corak seragam yang kurang menarik karena warnanya kurang cerah serta desain yang sudah tertinggal jaman.

Tabel 4.9
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Penglihatan

Keterangan	Skor					Skor Total
	5	4	3	2	1	
Desain interior ruangan	17x5=85	23x4=92	57x3=171	3x2=6	0	**354**
Desain eksterior ruangan	28x5=140	58x4=232	14x3=42	0	0	**414**
Seragam para pegawai	25x5=125	56x4=224	18x3=54	1x2=2	0	**405**
	Jumlah					**1173**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Penglihatan

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Penglihatan}}{5 \times 3 \times 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{1173}{1500} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 78{,}2\ \%$$

Tabel 4.10
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai Indera Penglihatan pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung didapat total skor sebesar 78,2 %. Dilihat dari kategori skor hal ini menujukkan bahwa tanggapan responden mengenai Indera Penglihatan pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden bahwa cukup setuju dan setuju mengenai desain interior dan eksterior menarik dipandang mata, serta setuju menyatakan seragam pegawai terlihat menarik.

2. Indera Peraba

Kulit manusia terdiri atas epidermis dan dermis. Kulit berfungsi sebagai alat ekskresi karena adanya kelenjar keringat (kelenjar sudorifera) yang terletak di lapisan dermis. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang indera peraba

yang terdiri dari: udara di ruangan Restoran Sambara terasa sejuk dikulit, dan menu makanan dan minuman tidak membuat alergi dikulit, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Udara Di Ruangan Restoran Sambara Terasa Sejuk Dikulit Responden

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sejuk	12	12%
Sejuk	35	35%
Cukup Sejuk	46	46%
Tidak Sejuk	7	7%
Sangat Tidak Sejuk	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.11 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 46% menyatakan cukup sejuk bahwa udara di ruangan Restoran Sambara terasa sejuk dikulit. Hal ini dikarenakan sirkulasi udaranya yang baik melalui fentilasi-fentilasi udara yang ada dan dilengkapi dengan *AC (Air Conditioner)*. Namun ada sebagian responden yang menyatakan tidak sejuk sebesar 7%, hal ini disebabkan karena *AC (Air Conditioner)* yang ada tidak begitu terasa bagi mereka.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Menu makanan dan minuman tidak membuat alergi pada kulit Responden

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	9%
Setuju	69	69%
Cukup Setuju	21	21%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.12 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 69% menyatakan setuju bahwa menu makanan dan minuman tidak membuat alergi pada kulit. Hal ini dikarenakan Restoran Sambara benar-benar menjaga kualitas bahan makanan serta disajikan dalam keadaan segar dan tidak menggunakan bahan-bahan pengawet. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 1%, hal ini disebabkan karena salah satu bahan atau bumbu dari makanan tersebut merupakan pantangan atau alergi bagi konsumen tersebut.

Tabel 4.13
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Peraba

Keterangan	**Skor**					**Skor Total**
	5	4	3	2	1	
Udara di ruangan	12x5=60	35x4=140	46x3=138	7x2=14	0	**352**
Menu makanan dan minuman	9x5=45	69x4=276	21x3=63	1x2=2	0	**386**
	Jumlah					**738**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Peraba

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Peraba}}{5 \text{ x } 2 \text{ x } 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{738}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 73{,}8\ \%$$

Tabel 4.14
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai Indera Peraba pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung didapat total skor sebesar 73,8 %. Dilihat dari kategori skor hal ini menujukkan bahwa tanggapan responden mengenai Indera Peraba pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden bahwa udara diruangan cukup sejuk dikulit, menu makanan dan minuman setuju tidak membuat alergi dikulit.

3. Indera Penciuman

Hidung adalah penonjolan pada vertebrata yang mengandung nostril, yang menyaring udara untuk pernapasan. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang indera penciuman yang terdiri dari: aroma pewangi ruangan di Restoran Sambara tercium begitu Anda memasuki restoran, dan Aroma Masakan di Restoran Sambara tercium begitu Anda memasuki rstoran, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Aroma Pewangi Ruangan di Restoran Sambara Tercium Begitu Responden Memasuki Restoran

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	12	12%
Setuju	49	49%
Cukup Setuju	35	35%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.15 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 49% menyatakan setuju bahwa aroma pewangi ruangan di Restoran Sambara tercium begitu Anda memasuki restoran. Hal ini dikarenakan aroma pewangi cukup berpengaruh terhadap *sense* konsumen dalam pembentukan pengalaman dan kesan saat mengunjungi restoran sehingga tercipta kesan positif atau negatif di benak konsumen. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 4%, hal ini disebabkan karena menurut responden, begitu masuk ke ruangan lebih terciumlah aroma masakan dari pada aroma pewangi.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Aroma Masakan Di Restoran Sambara Tercium Begitu Anda Memasuki Restoran

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	18%
Setuju	55	55%
Cukup Setuju	24	24%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.16 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 55% menyatakan setuju bahwa aroma masakan di Restoran Sambara tercium begitu Anda memasuki restoran. Hal ini dikarenakan bumbu-bumbu yang digunakan benar-benar alami tanpa adanya tambahan bahan kimia. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 3%, hal ini disebabkan konsumen tersebut begitu masuk ke ruangan tidak begitu menghiraukan aroma masakan tersebut.

Tabel 4.17
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Penciuman

Keterangan	Skor					Skor Total
	5	4	3	2	1	
Aroma pewangi ruangan	12x5=60	49x4=196	35x3=105	4x2=8	0	**369**
Aroma masakan	18x5=90	55x4=220	24x3=72	3x2=6	0	**388**
	Jumlah					**757**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Penciuman

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Penciuman}}{5 \times 2 \times 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{757}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 75{,}7\ \%$$

Tabel 4.18
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai Indera Peraba pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung didapat total skor sebesar 75,7 %. Dilihat dari kategori skor, hal ini menujukkan bahwa tanggapan responden mengenai Indera Penciuman pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden mengenai aroma pewangi ruangan di Restoran Sambara tercium begitu Anda memasuki restoran menyatakan setuju, dan aroma masakan tercium begitu Anda memasuki restoran menyatakan juga setuju.

4. Indera Perasa

Lidah adalah kumpulan otot rangka pada bagian lantai mulut yang dapat membantu pencernaan makanan dengan mengunyah dan menelan. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang indera perasa yang terdiri dari: menu makanan dan minuman yang ditawarkan Restoran Sambara memiliki cita rasa yang lezat dan sesuai dengan selera Anda, dan menu makanan dan minuman di Restoran Sambara memiliki rasa yang khas dan berbeda dengan restoran lainnya, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Terhadap Menu Makanan Dan Minuman Yang ditawarkan Restoran Sambara Memiliki Cita Rasa Yang Lezat Dan Sesuai Dengan Selera Responden

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	17%
Setuju	8	8%
Cukup Setuju	75	75%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.19 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 75% menyatakan cukup setuju bahwa menu makanan dan minuman yang ditawarkan Restoran Sambara memiliki cita rasa yang lezat dan sesuai dengan selera Anda. Hal ini dikarenakan menu makanan dan minuman bisa menjadi daya tarik sebuah restoran agar pelanggan dan konsumennya mau berkunjung.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Terhadap Menu Makanan Dan Minuman Di Restoran Sambara Memiliki Rasa Yang Khas Dan Berbeda Dengan Restoran Lainnya

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	24 **%**
Setuju	20	20 **%**
Cukup Setuju	55	55 **%**
Tidak Setuju	1	1 **%**
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.20 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 50% menyatakan cukup setuju bahwa menu makanan dan minuman di Restoran Sambara memiliki rasa yang khas dan berbeda dengan restoran lainnya. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 1%, alasan mereka karena menu-menu di Restoran Sambara dianggap biasa atau sama saja dengan menu-menu di restoran lainnya.

Tabel 4.21
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Perasa

Keterangan	Skor					Skor Total
	5	4	3	2	1	
Menu makanan dan minuman memiliki cita rasa yang lezat dan sesuai dengan selera	17x5=85	8x4=32	75x3=225	0	0	**342**
Menu makanan dan minuman memiliki rasa yang khas dan berbeda	24x5=120	20x4=80	55x3=165	1x2=2	0	**367**
	Jumlah					**709**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Perasa

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Perasa}}{5 \times 2 \times 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{709}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 70{,}9\ \%$$

Tabel 4.22
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai Indera Perasa pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung didapat total skor sebesar 70,9 %. Dilihat dari kategori skor, hal ini menujukkan

bahwa tanggapan responden mengenai Indera Perasa pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden mengenai menu makanan dan minuman memiliki cita rasa yang lezat dan sesuai dengan selera Anda menyatakan cukup setuju, menu makanan dan minuman memiliki rasa yang khas dan berbeda dengan restoran lainnya menyatakan juga **c**ukup setuju.

5. Indera Pendengaran

Telinga merupakan sebuah organ yang mampu mendeteksi/mengenal suara dan juga banyak berperan dalam keseimbangan dan posisi tubuh. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang Indera Pendengaran yang terdiri dari: music di Restoran Sambara terdengar begitu nyaman ditelinga, dan bahasa yang digunakan para pegawai Restoran Sambara terdengar begitu sopan, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Terhadap Musik Di Restoran Sambara Terdengar Begitu Nyaman Ditelinga

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	8%
Setuju	41	41%
Cukup Setuju	51	51%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.23 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 51% menyatakan cukup setuju bahwa musik di Restoran Sambara terdengar begitu nyaman ditelinga. Hal ini dikarenakan lagu yang diperdengarkan adalah

lagu-lagu lama dan juga sebagian responden mengatakan tidak terlalu mengerti dengan lagu tersebut.

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Terhadap Bahasa Yang Digunakan Para Pegawai Restoran Sambara Terdengar Begitu Sopan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	9 %
Setuju	64	64 %
Cukup Setuju	22	22 %
Tidak Setuju	5	5 %
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.24 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 64% menyatakan setuju bahwa bahasa yang digunakan para pegawai Restoran Sambara terdengar begitu sopan. Hal ini dikarenakan Restoran Sambara menampilkan identitas urang Sunda dalam kesehariannya sebagai wujud pelayanan dan penampilan Restoran Sambara, yang dikenal dengan keramahtamahan budi pekerti, bersahabat serta halusnya tutur bahasa masyarakat Sunda. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 5%. hal ini disebabkan konsumen tersebut kurang begitu mengerti dengan Bahasa Sunda tetapi tetap dilayani dengan Bahasa Sunda.

Tabel 4.25
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Pendengaran

Keterangan	Skor					Skor total
	5	4	3	2	1	
Musik terdengar begitu nyaman ditelinga	8x5=40	41x4=164	51x3=153	0	0	**357**
Bahasa para pegawai terdengar begitu sopan	9x5=45	64x4=256	22x3=66	5x2=10	0	**377**
	Jumlah					**734**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Pendengaran

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Indera Pendengaran}}{5 \times 2 \times 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{734}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 73{,}4\ \%$$

Tabel 4.26
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai Indera Pendengaran pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung didapat total skor sebesar 73,4 %. Dilihat dari kategori skor, hal ini menujukkan bahwa tanggapan responden mengenai Indera Pendengaran pada

Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden mengenai musik terdengar begitu nyaman ditelinga menyatakan cukup setuju, dan bahasa yang digunakan para pegawai terdengar begitu sopan menyatakan setuju.

Tabel 4.27
Skor Total tanggapan Responden Terhadap *Sense*
Pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung

Keterangan	Skor Total	Persentase (%)
Indera Penglihatan	1173	78,2%
Indera Peraba	738	73,8%
Indera Penciuman	757	75,7%
Indera Perasa	709	70,9%
Indera Pendengaran	734	73,4%
Jumlah	**4111**	

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Jadi Skor Total keseluruhan adalah :

$$= \frac{4111}{5 \text{ x } 11 \text{ x}100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{4111}{5500} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 74{,}74545455\ \%$$

Tabel 4.28
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat tanggapan responden mengenai *sense* dan didapatkan skor sebesar 74,74545455% kemudian dibulatkan menjadi 75%. Dimana pada posisi tersebut bila dilihat dari tabel kategori skor diatas, maka 75% termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa *sense* pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, dan dapat dilihat dari tanggapan responden bahwa Indera penglihatan yang baik, Indera Peraba yang baik, Indera Penciuman yang baik, Indera Perasa yang baik, dan Indera Pendengaran yang baik.

4.2.2.2 Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung

Dibawah ini adalah tanggapan mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung, yang terdiri dari: Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Pasca Pembelian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian di mulai dengan pengenalan masalah kebutuhan seorang konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang pengenalan masalah yang terdiri dari: Anda terdorong ingin memenuhi kebutuhan makan di Restoran Sambara dan Anda membutuhkan produk Restoran sambara yang sesuai dengan harapan Anda, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.29
Tanggapan Responden Mengenai Anda Terdorong Ingin Memenuhi Kebutuhan Makan Di Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	7%
Setuju	73	73%
Cukup Setuju	18	18%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.29 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 73% menyatakan setuju bahwa Anda terdorong ingin memenuhi kebutuhan makan di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan menu yang disediakan belum terdapat di restoran lain sehingga membuat rasa penasaran konsumen untuk mencobanya. Namun ada sebagian kecil responden yang tidak setuju sebesar 2%, hal ini disebabkan harga yang ditawarkan Restoran Sambara relatif mahal sehingga tidak terjangkau.

Tabel 4.30
Tanggapan Responden Mengenai Anda Membutuhkan Produk Restoran Sambara Yang Sesuai Dengan Harapan Anda

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	4%
Setuju	72	72%
Cukup Setuju	23	23%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.30 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 72% menyatakan setuju bahwa Anda membutuhkan produk Restoran Sambara yang sesuai dengan harapan Anda. Hal ini dikarenakan menu-menu yang

disediakan oleh Restoran Sambara cocok dilidah. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 1%, hal ini disebabkan konsumen tersebut pernah mengalami ketidaksesuaian dengan menu makanan yang dipesan atau apa yang diharapkannya dari menu tersebut ternyata tidak sesuai dengan kenyataannya.

Tabel 4.31
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Pengenalan Masalah

Keterangan	Skor					Skor total
	5	4	3	2	1	
Terdorong ingin memenuhi kebutuhan	7x5=35	73x4=292	18x3=54	2x2=4	0	**385**
Membutuhkan produk sesuai dengan harapan	4x5=20	72x4=288	23x3=69	1x2=2	0	**379**
	Jumlah					**764**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Pengenalan Masalah

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Pengenalan Masalah}}{5 \text{ x } 2 \text{ x } 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{764}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 76{,}4\ \%$$

Tabel 4.32
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai Pengenalan Masalah pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung didapat total skor sebesar 76,4 %. Dilihat dari kategori skor, hal ini menunjukkan bahawa tanggapan responden mengenai Pengenalan Masalah pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden mengenai Anda terdorong ingin memenuhi kebutuhan makan di Restoran Sambara menyatakan setuju, dan Anda membutuhkan produk Restoran Sambara yang sesuai dengan harapan Anda menyatakan juga setuju.

2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang tergerak oleh stimulasi akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi mengenai barang atau jasa yang nereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang pencarian informasi yang terdiri dari: Anda terdorong ubtuk mencari informasi lebih lanjut tentang Restoran Sambara dan kemudahan dalam mencari informasi tambahan mengenai produk Restoran Sambara, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.33
Tanggapan Responden Mengenai Anda Terdorong Untuk Mencari Informasi Lebih Lanjut Tentang Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	7%
Setuju	66	66%
Cukup Setuju	24	24%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.33 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 66% menyatakan setuju bahwa Anda terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut tentang Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan Restoran Sambara memiliki ciri khas tersendiri, baik dari segi menu makanannya maupun dari segi tempatnya serta eksteriornya sehingga konsumen tertarik untuk mencari informasi mengenai Restoran Sambara. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 3% karena mereka menganggap menu di Restoran Sambara biasa-biasa saja

Tabel 4.34
Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Dalam Mencari Informasi Tambahan Mengenai Produk Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Mudah	6	6%
Mudah	71	71%
Cukup Mudah	19	19%
Tidak Mudah	4	4%
Sangat Tidak Mudah	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.34 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 71% menyatakan mudah dalam mencari informasi tambahan mengenai produk Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi melalui website Restoran Sambara. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak mudah sebesar 4%, hal ini disebabkan ketidaktahuan konsumen mengenai lebih jauh tentang Restoran Sambara.

Tabel 4.35
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi

Keterangan	Skor					Skor total
	5	4	3	2	1	
Terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut	7x5=35	66x4=264	24x3=72	3x2=6	0	**377**
Kemudahan dalam mencari informasi tambahan	6x5=30	71x4=284	19x3=57	4x2=8	0	**379**
	Jumlah					**756**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi}}{5 \times 2 \times 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{756}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 75{,}6\ \%$$

Tabel 4.36
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai Pencarian Informasi pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung didapat total skor sebesar 75,6 %. Dilihat dari kategori skor, hal ini menujukkan bahwa tanggapan responden mengenai Pencarian Informasi pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh

tanggapan responden mengenai Anda terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut tentang Restoran Sambara menyatakan setuju, dan kemudahan dalam mencari informasi tambahan mengenai produk Restoran Sambara menyatakan setuju.

3. Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi mengenai merek yang bersaing dan membuat pertimbangan nilai yang terkait. Dalam hal ini konsumen membandingkan antara satu merek dengan merek lainnya sebelum konsumen tersebut memutuskan untuk memakai suatu barang atau jasa. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang evaluasi alternatif yang terdiri dari: Restoran Sambara merupakan alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan makan Anda dan Restoran Sambara merupakan tempat alternatif dalam memenuhi kebutuhan Anda , dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.37
Tanggapan Responden Mengenai Restoran Sambara Merupakan Alternatif Utama Dalam Memenuhi Kebutuhan Makan Anda

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	9%
Setuju	64	64%
Kurang Setuju	22	22%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.37 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 64% menyatakan setuju bahwa Restoran Sambara merupakan alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan makan Anda. Hal ini dikarenakan Restoran Sambara selalu memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen

sehingga konsumen merasa diperhatikan. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 5%, hal ini disebabkan karena mereka merasa untuk memenuhi kebutuhan makan tidak harus ke Restoran Sambara, masih ada alternatif lainnya.

Tabel 4.38
Tanggapan Responden Mengenai Restoran Sambara Merupakan Tempat Alternatif Dalam Memenuhi Kebutuhan Anda

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	4%
Setuju	56	56%
Kurang Setuju	33	33%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.38 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 56% menyatakan setuju bahwa Restoran Sambara merupakan tempat alternatif dalam memenuhi kebutuhan Anda. Hal ini dikarenakan menu yang disediakan sangat bervariatif sehingga banyak pilihannya serta lokasi yang strategis dekat dengan perkantoran. Meskipun begitu ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 7%, hal ini disebabkan karena faktor lokasi dimana lokasi Restoran Sambara jauh dari tempat tinggal atau tempat kerja mereka.

Tabel 4.39
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Evaluasi Alternatif

Keterangan	Skor					Skor total
	5	4	3	2	1	
Alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan makan	9x5=45	64x4=256	22x3=66	5x2=10	0	**377**
Tempat alternatif dalam memenuhi kebutuhan makan	4x5=20	56x4=224	33x3=99	7x2=14	0	**357**
	Jumlah					**734**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Evaluasi Alternatif

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Evaluasi Alternatif}}{5 \times 2 \times 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{734}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 73{,}4\ \%$$

Tabel 4.40
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai evaluasi alternatif pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung sebesar 73,4%. Dilihat dari kategori skor, hal ini menujukkan bahwa tanggapan responden mengenai evaluasi alternatif pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden

mengenai Restoran Sambara merupakan alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan makan Anda menyatakan setuju, dan Restoran Sambara merupakan tempat alternatif dalam memenuhi kebutuhan Anda menyatakan juga setuju.

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi membentuk preferensi diantara merek-merek serta atmosfer toko di dalam kelompok pilihan konsumen yang membentuk suatu maksud pembelian untuk membeli merek yang paling disukai dan memilih toko yang disenanginya dalam berbelanja. Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang keputusan pembelian yang terdiri dari: Anda yakin dengan keputusan makan di Restoran Sambara dan frekuensi Anda berkunjung ke Restoran Sambara, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.41
Tanggapan Responden Mengenai Anda Yakin Dengan Keputusan Makan Di Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Yakin	16	16%
Yakin	74	74%
Cukup Yakin	8	8%
Tidak Yakin	2	2%
Sangat Tidak Yakin	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.41 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 74% menyatakan bahwa Anda yakin dengan keputusan makan di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan menu yang disajikan sesuai dengan selera konsumen. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak yakin

sebesar 2%, hal ini disebabkan karena konsumen tersebut hanya ingin memuaskan rasa penasarannya saja.

Tabel 4.42
Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Anda Berkunjung Ke Restoran Sambara Dalam Satu Bulan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	3	3%
Sering	55	55%
CukupSering	37	37%
Tidak Sering	5	5%
Sangat Tidak Sering	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.42 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 55% menyatakan sering bahwa frekuensi Anda berkunjung ke Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan letak Restoran Sambara yang strategis sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk datang ke restoran tersebut. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak sering sebesar 5%, hal ini disebabkan karena konsumen tersebut datang ke restoran hanya pada saat acara-acara tertentu saja dan bukan menjadi agenda utamanya.

Tabel 4.43
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Keterangan	Skor					Skor total
	5	4	3	2	1	
Yakin dengan keputusan makan di Restoran Sambara	16x5=80	74x4=296	8x3=24	2x2=4	0	**404**
Frekuensi Anda berkunjung ke restoran Sambara	3x5=15	55x4=220	37x3=111	5x2=10	0	**356**
	Jumlah					**760**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian}}{5 \text{ x } 2 \text{ x } 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{760}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 76\ \%$$

Tabel 4.44
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung sebesar 76%. Dilihat dari kategori skor, hal ini menujukkan bahwa tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden mengenai Anda yakin dengan keputusan makan di Restoran Sambara menyatakan yakin, dan frekuensi Anda berkunjung ke Restoran Sambara dalam satu bulan menyatakan sering.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian selanjutnya, jika konsumen puas maka kemungkinan besar akan melakukan pembelian ulang dan begitu juga sebaliknya.

Dibawah ini mengenai tanggapan responden tentang perilaku pasca pembelian yang terdiri dari: perasaan Anda setelah makan di Restoran Sambara dan Anda berencana akan datang kembali ke Restoran Sambara, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.45
Tanggapan Responden Mengenai Perasaan Anda Setelah Makan Di Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	10	10%
Puas	78	78%
Cukup Puas	9	9%
Tidak Puas	3	3%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.45 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 78% menyatakan puas bahwa perasaan Anda setelah makan di Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan menu-menu yang disajikan oleh Restoran Sambara mempunyai rasa yang khas dan relatif terjangkau bagi mereka. Namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak puas sebesar 3%, hal ini disebabkan karena mereka pernah merasa tidak dilayani dengan sepantasnya.

Tabel 4.46
Tanggapan Responden Mengenai Anda Berencana Akan Datang Kembali Ke Restoran Sambara

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	16%
Setuju	60	60%
Cukup Setuju	18	18%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	**100**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dilihat dari tabel 4.46 di atas, dapat diketahui sebagian besar responden yaitu 60% menyatakan setuju bahwa Anda berencana akan datang kembali ke Restoran Sambara. Hal ini dikarenakan selain menu yang disajikan oleh Restoran Sambara terbukti mempunyai rasa yang khas sehingga menimbulkan kesan tersendiri dibenak konsumen dan juga karena keramahan para staf, sehingga membuat mereka ingin kembali berkunjung, namun ada sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 6%, hal ini disebabkan karena mereka pernah mengalami ketidaknyamanan ketika menikmati makanan di Restoran Sambara.

Tabel 4.47
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pasca Pembelian

Keterangan	Skor					Skor total
	5	4	3	2	1	
perasaan Anda setelah makan di restoran sambara	10x5=50	78x4=312	9x3=27	3x2=6	0	**395**
Anda berencana akan datang kembali ke Restoran Sambara	16x5=80	60x4=240	18x3=54	6x2=12	0	**386**
	Jumlah					**781**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pasca Pembelian

$$= \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pasca Pembelian}}{5 \times 2 \times 100} \text{ X } 100\ \%$$

$$= \frac{781}{1000} \text{ X } 100\ \%$$

$$= 78{,}1\ \%$$

Tabel 4.48
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat bahwa skor total tanggapan responden mengenai perilaku pasca pembelian pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung sebesar 78,1%. Dilihat dari kategori skor, hal ini menujukkan bahwa tanggapan responden mengenai perilaku pasca pembelian pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, ini disebabkan oleh tanggapan responden mengenai perasaan Anda setelah makan di Restoran Sambara menyatakan puas, dan Anda berencana akan datang kembali ke Restoran sambara menyatakan setuju.

Tabel 4.49
Skor Total tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian KonsumenPada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung

Keterangan	Skor Total	Persentase (%)
Pengenalan Masalah	764	76,4%
Pencarian Informasi	756	75,6%
Evaluasi alternatuf	734	73,4%
Keputusan pembelian	760	76%
Laku Pasca Pembelian	781	78,1
Jumlah	**3795**	

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Jadi Skor Total keseluruhan adalah :

$$= \frac{3795}{5 \text{ x } 10 \text{ x} 100} \text{ X } 100 \%$$

$$= \frac{3795}{5000} \text{ X } 100 \%$$

$$= 75{,}9 \%$$

Tabel 4.50
Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dari perhitungan diatas, terlihat tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen dan didapatkan skor sebesar 75,9 % kemudian dibulatkan menjadi 76%. Dimana pada posisi tersebut bila dilihat dari tabel kategori skor diatas, maka 76% termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung adalah baik, dan dapat dilihat dari tanggapan responden bahwa Pengenalan Masalah yang baik, Pencarian Informasi yang baik, Evaluasi Alternatif yang baik, Keputusan Pembelian yang baik, dan Perilaku Pasca Pembelian yang baik.

4.2.3 Hasil Uji Hipotesis (Kuantitatif)

4.2.3.1 *Sense* Dalam Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung

Dalam menganalisa sejauh mana pengaruh *Sense* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung, maka penulis melakukan pengujian kualitas data (validitas dan reliabilitas) yang dilanjutkan dengan mentransformasi data ordinal menjadi interval melalui *MSI (Method of Succesive Intervals),* regresi linier sederhana, korelasi Pearson *Product Moment*, koefisien determinasi (Kd) dan uji signifikan *t*.

Adapun cara dalam memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang diambil dari populasi yang ada pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung. Setelah itu data yang diperoleh dikumpulkan, dicatat, dan diolah untuk proses yang lebih lanjut. Hasil kuesioner dianalisis dengan menggunakan *SPSS* 13.0 *for Windows*, dengan hasil sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui **"***Sense* Sebagai *Experiential Marketing* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**"**, maka kita menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

Y = a + bX

$$a = \frac{\left(\sum Y\right)\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)\left(\sum XY\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

dan

$$b = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

Tabel 4.51

Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

Responden	X	Y	X2	Y2	XY
1	24.948	27.859	622.403	776.124	695.026
2	36.312	39.296	1318.561	1544.176	1426.916
3	36.331	38.070	1319.942	1449.325	1383.121
4	38.735	35.265	1500.400	1243.620	1365.990
5	22.483	15.149	505.485	229.492	340.595
6	44.916	34.734	2017.447	1206.451	1560.112
7	32.663	34.734	1066.872	1206.451	1134.517
8	39.811	30.772	1584.916	946.916	1225.064
9	28.855	29.393	832.611	863.948	848.135
10	44.838	31.886	2010.446	1016.717	1429.704
...	...	...	...	...	...
100	32.700	33.434	1069.290	1117.832	1093.292
Total	**3246,251**	**3222,641**	**108852,477**	**106658,751**	**106505,580**

Dari hasil perhitungan diperoleh:

N	=	100	Σ XY	=	106505,580
Σ X	=	3246,251	Σ X^2	=	108852,477
Σ Y	=	3222,641	Σ Y^2	=	106658,751

Sehingga didapatkan nilai a dan b sebagai berikut :

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

$$a = \frac{(3222.641)(108852,477) - (3246,251)(106505,580)}{(100)(108852,477) - 3246,251^2}$$

$$a = \frac{350792455{,}941 - 345743845{,}172}{10885247{,}719 - 10538145{,}555}$$

$$a = \frac{5048610{,}769}{347102{,}164}$$

$$a = 14.545$$

$$b = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

$$b = \frac{(100)(106505{,}580) - (3246{,}251)(3222{,}461)}{(100)(108852{,}477) - 3246{,}251^2}$$

$$b = \frac{10650557{,}987 - 10461501{,}569}{10885247{,}719 - 10538145{,}555}$$

$$b = \frac{189056{,}419}{347102{,}164}$$

$$b = 0.545$$

Diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 14.545 + 0,545 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel *Sense* sebagai *Experiential Marketing* (X) bernilai nol atau Keputusan Pembelian Konsumen (Y) tidak dipengaruhi oleh *Sense*, maka rata-rata Keputusan Pembelian Konsumen bernilai 14,545. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel *Sense* (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,545.

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunakan *SPSS 13.0 for Windows* maka output yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 4.52

Hasil Uji Koefisien regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.545	2.383		6.103	.000
	Sense	.545	.072	.606	7.540	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

2. Analisis Korelasi *Pearson Product Moment*

Untuk mengetahui hubungan *Sense* sebagai *Experiential Marketing* (variabel X) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (variabel Y), digunakan analisis korelasi *Pearson* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left\{n\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\right\}\left\{n\left(\sum Y^2\right) - \left(\sum Y\right)^2\right\}}}$$

Dari perhitungan diperoleh:

N	=	100	Σ XY	=	106505,580
Σ X	=	3246,251	Σ X^2	=	108852,477
Σ Y	=	3222.641	Σ Y^2	=	106658,751

Maka:

$$r = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left\{n\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\right\}\left\{n\left(\sum Y^2\right) - \left(\sum Y\right)^2\right\}}}$$

$$r = \frac{(100)(106505,580) - (3246,251)(3222,641)}{\sqrt{\left\{(100)(108852,477) - (3246,251)^2\right\}\left\{(100)(108852,477) - (3222,641)^2\right\}}}$$

$$r = \frac{10650557{,}987 - 10461501{,}569}{\sqrt{\{10885247{,}719 - 10538145{,}555\}\{10665875{,}056 - 10385415{,}015\}}}$$

$$r = \frac{189056{,}419}{\sqrt{(347102{,}164)(280460{,}041)}}$$

$$r = \frac{189056{,}419}{\sqrt{97348287263{,}737}}$$

$$r = \frac{189056{,}419}{312006{,}871}$$

$$r = 0.606$$

Tabel 4.53
Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*

Correlations

		Sense	Keputusan Pembelian Konsumen
Sense	Pearson Correlation	1	.606**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian Konsumen	Pearson Correlation	.606**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Angka pada output antara *Sense* dan Keputusan Pembelian Konsumen yang menghasilkan angka + 0.606. angka tersebut menunjukkan korelasi kuat antara *Sense* dan Keputusan Pembelian Konsumen, sedangkan tanda + (positif) menunjukan bahwa semakin baik *Sense* yang diterapkan oleh Restoran Sambara, maka semakin baik pula Keputusan Pembelian Konsumen. Demikian sebaliknya semakin buruk *Sense* yang diterapkan oleh Restoran Sambara, maka semakin buruk pula Keputusan Pembelian Konsumen.

Untuk dapat mengetahui besarnya keeratan korelasi, maka dapat dijelaskan sesuai dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.54
Interprestasi Tingkat Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	**Kuat**
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2004:214)

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *sense* terhadap keputusan pembelian konsumen, maka perhitungannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$Kd = r^2$ x 100 %

= 0.606² x 100 %

= 0.367236 x 100 %

= 36,72 %

Dari hasil perhitungan di atas menunjukan bahwa positif negatifnya keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh *sense* sebesar 36.72 % yang sisanya sebesar 63.28% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis, seperti pelayanan, kinerja, dan sebagainya. Angka koefisien determinasi sebesar 36.72 % diperoleh karena Restoran Sambara sebagai restoran besar yang telah memiliki cabang di beberapa tempat selalu

memperhatikan aspek *sense* (indera penglihatan, indera pendengaran, indera peraba, indera perasa, indera penciuman) sehingga konsumen yang datangpun merasa dimanjakan karena menu yang disajikan sesuai dengan selera atau lidah mereka.

4.2.3.2 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji apakah variabel X (*Sense*) mempengaruhi variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen), hal selanjutnya adalah mengujinya dengan analisis statistik uji t. uji hipotesis yang dikemukakan, dijabarkan kedalam hipotesis statistik sebagai berikut:

Ho : p = 0, artinya *sense* sebagai *experiential marketing* tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung.

H_1 : p ≠ 0, artinya *sense* sebagai *experiential marketing* terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung.

Hal selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

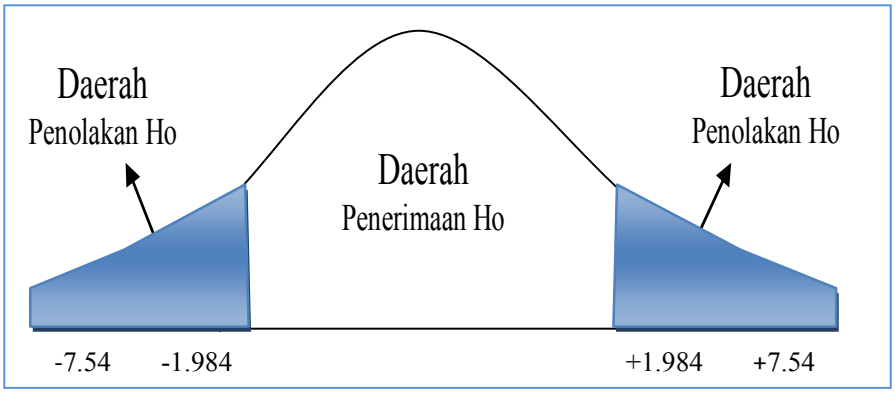
$$t = \frac{0.606 \sqrt{100 - 2}}{\sqrt{1 - 0.606^2}}$$

$$t = \frac{(0.606)\ (9.899494937)}{\sqrt{0.632764}}$$

$$t = \frac{5{,}999093932}{0.795464644}$$

$$t = 7.54$$

Selanjutnya untuk mengetahui ditolak atau diterimanya hipotesis maka harga t_{hitung} ini perlu dikonsultasikan dengan tabel distribusi t, dengan dk = 98 (n-2) dan taraf signifikan 5 %. Karena dalam penelitian ini (dk = 98) maka untuk pengujian dua sisi, diperoleh nilai t pada tabel distribusi t=1,984. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7,54 > 1,984), sehingga Ho ditolak dan H1 diterima.



Gambar 4.2
Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis Ho

Pada gambar 4.2 diatas t_{hitung} jatuh pada daerah penolakan Ho, sehingga dapat dinyatakan bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *sense* sebagai *experiential marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Sambara Cabang Trunojoyo Bandung.