



Kepuasan Pelanggan Di Bumi Sunda Resto Bandung

[Idham Sakti Wibawa](#)^{1*}, [Eka Nursyashinta Ade](#)²

¹Perhotelan, AKPAR NHI Bandung, Indonesia

²Perhotelan, AKPAR NHI Bandung, Indonesia

*idham@akparnhi.ac.id

Diterbitkan oleh Akademi Pariwisata NHI Bandung

Info Artikel

Diterima :

Diperbaiki :

Disetujui :

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan salah satu aspek penting khususnya dalam dunia restoran, karena dengan memastikan pelanggan merasa puas bisa membuat bisnis terus berjalan dan peningkatan dalam pendapatan, namun dalam prakteknya kepuasan pelanggan merupakan salah satu point yang jarang diukur karena satu dan lain hal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu di Bumi Sunda Resto. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode yang menggambarkan secara menyeluruh mengenai apa yang terjadi di lokus penelitian, sebanyak 43 sampel diambil dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil dari penelitian ini didapati hasil bahwa kondisi kepuasan tamu di Bumi Sunda Resto dinyatakan tidak puas.

Kata Kunci: Kepuasan, Pelanggan, Restoran

ABSTRACT

Customer satisfaction is an important aspect, especially in the restaurant world, because ensuring customers are satisfied can keep the business running and increase revenue, but in practice customer satisfaction is a point that is rarely measured for one reason or another. The purpose of this research is to determine the level of guest satisfaction at Bumi Sunda Resto. The method used in this research is a descriptive method, namely a method that thoroughly describes what happens at the research locus. A total of 43 samples were taken using the Slovin formula. The results of this research showed that the condition of guest satisfaction at Bumi Sunda Resto was stated to be dissatisfied.

Keywords: Satisfaction, Customer, Restaurant

Alamat Korespondensi : Jl. Raya Lembang No. 112, Jawa Barat, Indonesia 40359

Pendahuluan

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Juni (2017) bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan bahagia serta kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang diharapkan dan yang didapatkan. Menurut Tjiptono (2014:353) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang ikut andil dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Dalam industri pariwisata, kepuasan pelanggan telah menjadi perhatian para pengusaha, peneliti, dan praktisi spesialis pemasaran. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keinginan untuk kembali. Studi lain menunjukkan bahwa pengalaman perjalanan yang menyenangkan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam dunia kuliner, kepuasan pelanggan menjadi hal penting bagi pengusaha kuliner. Banyak pengusaha kuliner yang sedang mengembangkan strategi untuk membuat pelanggan mereka senang. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas makanan. Maraknya *cafe* dan restoran juga merupakan cerminan gaya hidup modern saat ini. Perkembangan industri kuliner Indonesia merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji. (Edvardsson dkk., 2005)

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Bumi Sunda Resto Bandung. Bumi Sunda resto Bandung terkenal dengan banyaknya pilihan makanan dengan harga yang terjangkau atau relatif murah dan suasananya yang nyaman. Bisnis tempat makan sunda merupakan bisnis yang banyak dilirik oleh pengusaha karena prospek bisnis ini sangat menguntungkan sebab banyaknya tamu yang datang ke Bandung dari luar kota dan kebanyakan memilih tempat makan sunda. Pengertian restoran menurut (Nifati & Purwidiani, 2017) ***“Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman.”***

Restoran yang tidak dapat mempertahankan kepuasan pelanggan, akan menghadapi berbagai hal negatif seperti pelanggan yang sedikit, sistem keuangan yang lemah, kebangkrutan dan juga merusak reputasinya. Layanan ke pelanggan yang tidak baik juga dapat menyebabkan tidak dapatnya tip dan kehilangan staff. Selain itu pemilik yang tidak berpengalaman maka akan menyebabkan kegagalan pada bidang restoran. Sehingga harus memiliki Standar Operasional Prosedur yang kuat dan juga staff yang kompeten untuk menghindari dampak negatif pada merek dan anggaran mereka. Penting bagi restoran untuk mengutamakan kepuasan pelanggan dan memberikan pelayanan serta makanan yang berkualitas.

Menurut Kotler dan Keller (2014:151) ada 3 tipe tata cara yang bisa digunakan dalam mengukur besar rendahnya kepuasan pelanggan terhadap sesuatu industri, ialah terdiri dari:

a. Survey Berkala (*Periodic Survey*)

Survei berkala sanggup melacak kepuasan pelanggan secara langsung serta pula mengajukan persoalan bonus buat mengukur hasrat pembelian kembali serta mungkin ataupun kesediaan responden buat merekomendasikan sesuatu industri serta merek kepada orang lain.

b. Kehabisan Pelanggan (*Customer Loss Rate*)

Pengukuran tingkatan kehabisan pelanggan bisa dicoba dengan mengamati secara langsung kepada pelanggan yang ialah pelanggan senantiasa.

c. Pelanggan Misterius (*Mystery Shoppers*)

Pelanggan misterius ialah seseorang pelanggan yang berfungsi selaku pembeli potensial serta memberi tahu titik kokoh serta titik lemah yang dialaminya dalam berbelanja produk di industri tersebut maupun dikala berbelanja di industri kompetitor.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Menurut beberapa sumber, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain:

1. Pelayanan

Pelayanan merupakan faktor utama yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Jasa yang diberikan perusahaan harus mampu memelihara hubungan baik dan meningkatkan hubungan antara produsen dan pelanggan. Selain itu, mendengarkan keluhan atau masukan pelanggan juga merupakan hal yang tak kalah penting untuk memberikan jalan keluar yang tepat dan membuat produk semakin baik dan diminati oleh para pelanggan.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kualitas produk harus sesuai dengan ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, rentang waktu daya tahan produk, kelebihan produk yang telah dibuat, dan keandalan produk yang dibuat. Dari sinilah kepercayaan atau loyalitas pelanggan datang untuk tetap membeli produk dari produsen yang telah dipercayai.

3. Harga

Patokan harga menjadi sangat penting di setiap bisnis, karena setiap harga yang ditawarkan perusahaan pada konsumen merupakan tolak ukur produk itu sendiri. Harga akan berpengaruh terhadap permintaan produk pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus memilih harga yang sesuai dengan tingkat bahan baku, alat yang digunakan, dan *skill* yang dibutuhkan dalam pembuatan produk agar menjadi nilai harga produk yang tepat.

4. Promosi dan Strategi Pemasaran yang Tepat

Promosi merupakan bagaimana informasi ditawarkan untuk meningkatkan penjualan dan menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dan merasa puas dengan produk tersebut. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan semua faktor di atas dengan baik dan secara terus-menerus melakukan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini penting untuk mempertahankan pelanggan dan mengembangkan bisnis perusahaan.

Kepuasan pelanggan penting untuk dipantau perusahaan, karena dapat membantu meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan dan membangun loyalitas pelanggan. Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, analisis mantan pelanggan, dan survei kepuasan pelanggan. Dengan berfokus pada metrik kepuasan pelanggan, perusahaan dapat memahami apakah strategi pemasaran yang diterapkan berhasil atau tidak dan dapat mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Atribut-atribut dari kepuasan pelanggan bagi Dutka dalam Melinda yang dilansir oleh Saidani serta Arifin (2012: 6) secara umum terdiri dari:

1) *Attributes Related to The Product*

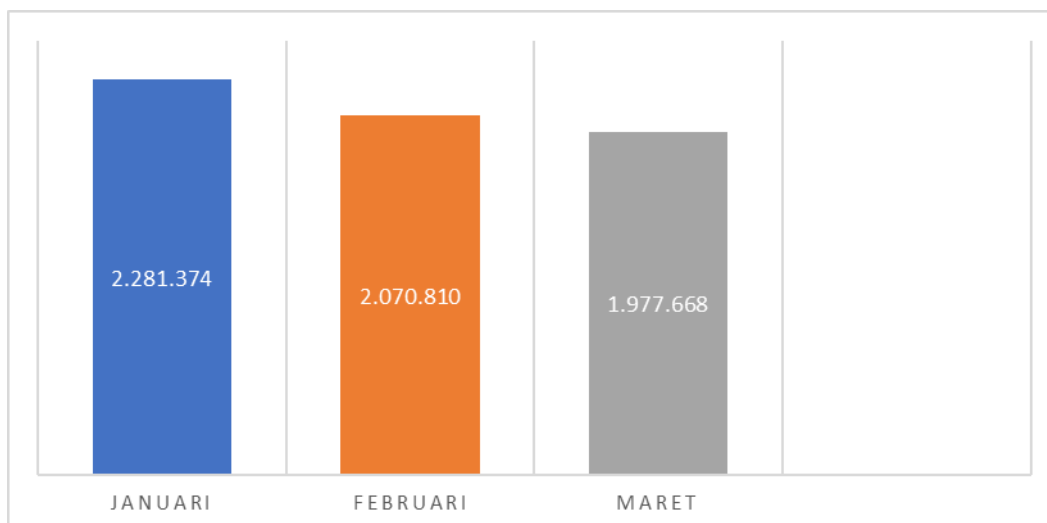
- a) *Value- price relationship*, ialah aspek sentral dalam memastikan kepuasan pelanggan, apabila nilai yang diperoleh pelanggan melebihi apa yang dibayar, hingga sesuatu bawah berarti dari kepuasan pelanggan sudah terbentuk.
- b) *Product quality*, ialah evaluasi dari kualitas sesuatu produk.
- c) *Product benefit*, ialah khasiat yang bisa diperoleh pelanggan dalam memakai sesuatu produk yang dihasilkan oleh sesuatu industri serta setelah itu bisa dijadikan bawah positioning yang membedakan industri tersebut dengan industri yang lain.

- d) *Product features*, ialah identitas tertentu yang dipunyai oleh sesuatu produk sehingga berbeda dengan produk yang ditawarkan pesaing.
 - e) *Product design*, ialah proses buat merancang *style* serta guna produk yang menarik serta berguna.
 - f) *Product realibility and consistency*, ialah keakuratan serta keterandalan produk yang dihasilkan oleh suatu industri dalam jangka waktu tertentu serta menampilkan pengiriman produk pada sesuatu tingkatan kinerja spesial.
 - g) *Range of product or service*, ialah berbagai dari produk/jasa layanan yang ditawarkan oleh industri.
- 2) *Attributes related to service*
- a) *Guarantee or warranty*, ialah jaminan yang diberikan oleh sesuatu industri terhadap produk yang bisa dikembalikan apabila kinerja produk tersebut tidak memuaskan.
 - b) *Delivery*, ialah kecepatan serta ketepatan dari proses pengiriman produk ataupun jasa yang diberikan industri kepada pelanggannya.
 - c) *Complaint handling*, ialah penindakan terhadap keluhan yang dialami oleh pelanggan terhadap industri tersebut.
 - d) *Resolution of problem*, ialah keahlian industri dengan sungguh- sungguh serta membongkar permasalahan yang dialami oleh pelanggan.
- 3) *Attributes Related to Purchase*
- a) *Courtesy*, ialah kesopanan, atensi, pertimbangan, keramahan yang dicoba dalam melayani pelanggannya.
 - b) *Communication*, ialah proses penyampaian data yang dicoba oleh karyawan industri kepada pelanggannya.
 - c) *Ease of convenience acquistion*, ialah kemudahan buat memperoleh pengetahuan tentang produk dari industri.
 - d) *Company reputation*, merupakan reputasi yang dipunyai industri bisa mempengaruhi pemikiran pelanggan terhadap industri tersebut yang hendak kurangi ketidakpastian serta efek dalam keputusan pembelian.
 - e) *Company competence*, merupakan keahlian suatu industri buat mewujudkan permintaan yang diajukan oleh pelanggan dalam membagikan pelayanan.

Masalah Utama Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa hal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Satu sumber menyoroti masalah keuangan sebagai tantangan utama dalam mencapai kepuasan pelanggan. Sumber lain menyoroti bahwa kepuasan pelanggan terkait dengan pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan. Sumber lain menekankan bahwa kepuasan pelanggan membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang dapat menimbulkan loyalitas pelanggan. Akhirnya, ditunjukkan bahwa kualitas layanan adalah penentu kepuasan pelanggan yang paling penting dan dipengaruhi oleh lima dimensi kualitas layanan. Oleh karena itu, masalah utama yang terkait dengan kepuasan pelanggan dapat diringkas sebagai: masalah keuangan, memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, menangani dengan Penelitian sebelumnya tentang kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan memberikan layanan berkualitas.

Berikut rata-rata pendapatan pada bulan Januari – Maret di Bumi Sunda Resto Bandung.



Gambar 1. Pendapatan Bumi Sunda Resto Periode Januari Sampai Dengan Maret 2023

Dari gambar diatas bisa dilihat bahwa rata-rata pendapatan di Bumi Sunda Resto Bandung mengalami penurunan dari bulan Januari sampai dengan bulan Maret. Hal ini bisa terjadi jika adanya ketidakpuasan pelanggan akibat dari beberapa faktor yang tidak sesuai saat operasional.

Berikut keluhan pelanggan pada Bumi Sunda Resto Bandung karena kurangnya pelayanan yang diberikan

Tabel 1. Keluhan Pelanggan

No	Tanggal	Keluhan Pelanggan
1.	10-01-2023	Pelayanan sangat lama banget
2.	14-01-2023	Hanya 4 menu tapi menunggu 1 jam lebih, merugikan waktu
3.	20-01-2023	Makanan nya tidak sesuai ekspektasi
4.	2-02-2023	Salah orderan, mesen ayam minta bagian apa dikasih nya bagian apa
5.	9-02-2023	Rasanya enak, tapi penyajiannya cukup memakan waktu
6.	21-02-2023	Orderan sedikit tapi sangat lambat
7.	23-02-2023	Kaget ngeliat waiter nya hanya ada 1
8.	27-02-2023	Tolong perbaiki fasilitas parkir nya
9.	05-03-2023	Lumayan murah tapi pelayanan kurang responsif
10.	11-03-2023	Pelayanan rada lama karena ramai pas mampir kesini
11.	16-03-2023	Tahu yang datang gasesuai sama yang diharapkan
12.	17-03-2023	Pesen minuman tapi lama datangnya
13.	20-03-2023	Untuk makanan kurang dibanding tempat lain
14.	22-03-2023	Tempatnya cukup luas tapi sepi pembeli
15.	28-03-2023	Agak lama penyajiannya, gimana kalau datang ramean

Sumber : Manajemen Bumi Sunda Resto Bandung Tahun 2023

Dari tabel diatas terlihat *Guest Comment* yang lebih banyak mengarah pada pelayanan yang diberikan yaitu lama dan juga ekspektasi pada makanan yang diharapkan tidak sesuai saat didapatkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller dan juga Tjiptono. Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Juni (2017) bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan bahagia serta kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang diharapkan dan yang didapatkan. Menurut Tjiptono (2014:353)

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang ikut andil dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Dampak dari salahnya orderan dan lamanya pelayanan yang diberikan inilah membuat *Guest Comment* yang tidak cukup baik atau tidak memuaskan. Bisnis tempat makan sunda harus memiliki pelayanan yang baik agar dapat terus bertahan. Apabila pelayanan yang diperoleh berada di bawah pelayanan yang diharapkan, maka konsumen menjadi kecewa. Apabila pelayanan yang diinginkan sama atau bahkan melebihi dari pelayanan yang mereka harapkan konsumen cenderung menjadi puas dan kemungkinan mereka akan menggunakan jasa yang sama di waktu yang akan datang. Oleh karena itu, restoran berusaha untuk menambahkan manfaat dari tawaran mereka sehingga tidak saja mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, tapi juga akan berusaha memberikan kejutan sehingga pelanggan menjadi sangat puas.

Metode Penelitian

Penulis mengambil deskriptif sebagai metode penelitian. Menurut Nazir dalam Andi Prastowo (2011: 186), metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi: Pengamatan terhadap sesuatu proses dengan tujuan memahami berdasarkan pengetahuan serta gagasan yang sudah diketahui sebelumnya.

Kuesioner: Merupakan daftar-daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden secara tidak langsung ataupun langsung. Dimana teknik ini merupakan aspek penting dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan informasi.

Wawancara: Pewawancara bertanya pada narasumber untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, dan bentuk informasi yang diperoleh dapat dinyatakan dalam tulisan atau laporan.

Daftar Pustaka: Daftar pustaka biasanya ditempatkan di akhir karya ilmiah dan berisi informasi detail tentang sumber-sumber yang digunakan, seperti nama penulis, judul tulisan, penerbit, identitas penerbit, dan lain-lain.

Skala Pengukuran

Sugiyono (2011) menyebutkan bahwa skala Likert dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Selain itu, Sugiyono (2017) juga menyebutkan bahwa skala Likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert adalah skala pengukuran yang terdiri dari pernyataan yang diikuti oleh lima atau lebih pilihan jawaban yang menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan tersebut. Responden

diminta untuk memilih salah satu dari beberapa pilihan jawaban yang tersedia, seperti "sangat setuju", "setuju", "netral", "tidak setuju", atau "sangat tidak setuju"

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk memproses data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti survei, wawancara, atau observasi, sehingga dapat dijadikan dasar untuk membuat keputusan atau kesimpulan. Terdapat berbagai jenis teknik analisis data, salah satu contoh seperti analisis data kuantitatif dan kualitatif.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Mengenai Sistem Keluhan dan Saran

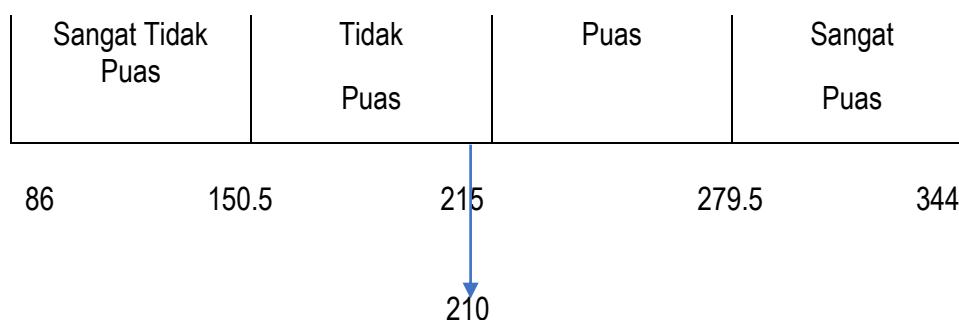
Dalam judul Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung, penulis menguraikan hasil analisis dari kuisioner yang telah disebarkan kepada pengunjung sebanyak 43 kuisioner untuk dapat menilai aspek-aspek dalam Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung. Berdasarkan table-table berikut, berikut adalah hasil analisis penulis tentang Sistem Keluhan dan Saran :

Tabel 2. Analisis Masalah Aspek Sistem Keluhan Dan Saran Di Bumi Sunda Resto

No	Pernyataan	STP		TP		P		SP		Total	
		x=1		x=2		x=3		x=4			
		f	fx	f	fx	f	Fx	f	fx	f	fx
1	Seberapa puas Anda dengan sistem keluhan dan saran yang Bumi Sunda Resto Bandung miliki	3	3	19	38	19	57	2	8	43	106
2	Seberapa puas Anda dengan tim Bumi Sunda Resto Bandung yang melakukan <i>follow up</i> terkait keluhan Anda	4	4	19	38	18	54	2	8	43	104
	Total	7	7	38	76	37	111	4	16	86	210

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas yang memaparkan hasil analisis mengenai aspek sistem keluhan dan saran di Bumi Sunda Resto Bandung dihasilkan data sebagai berikut.



Gambar 2. Rentang Skala Sistem Keluhan Dan Saran
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023

Diketahui bahwa hasil interval skala aspek survei kepuasan pelanggan berada di angka 210. Maka dari hasil interval skala tersebut aspek survei kepuasan pelanggan dapat dikategorikan ke dalam TIDAK PUAS yang berarti bahwa pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung masih tidak puas dengan apa yang ada di Bumi Sunda Resto.

Analisis Mengenai Mystery Shopping

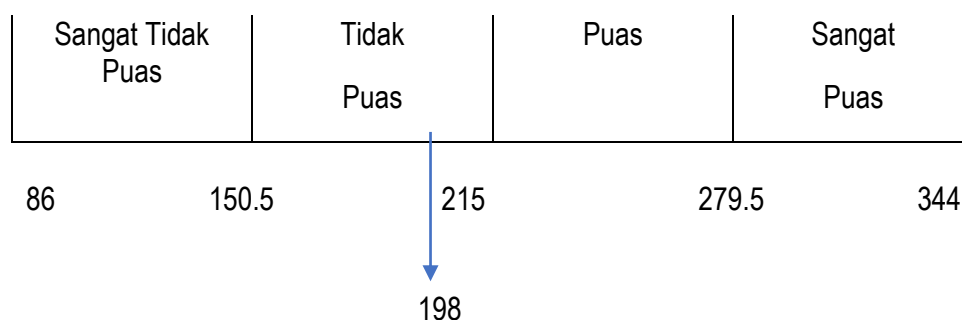
Dalam judul Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung, penulis menguraikan hasil analisis dari kuisioner yang telah disebarakan kepada pengunjung sebanyak 43 kuisioner untuk dapat menilai aspek-aspek dalam Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung. Berdasarkan table-tabel berikut, berikut adalah hasil analisis penulis dari *Mystery Shopping* :

Tabel 3. Analisis Masalah Aspek Mystery Shopping Di Bumi Sunda Resto Bandung

No	Pernyataan	STP		TP		P		SP		Total	
		x=1		x=2		x=3		x=4			
		f	fx	f	fx	f	fx	f	fx	f	fx
1	Apakah anda puas dengan pelayanan tim Bumi Sunda Resto dalam menghadapi pertanyaan, keluhan, dan saran anda	3	3	27	54	11	33	2	8	43	98
2	Secara keseluruhan (pelayanan, harga, tempat, dan produk), seberapa puas anda terhadap Bumi Sunda Resto Bandung	4	4	23	46	14	42	2	8	43	100
Total		7	7	50	100	25	75	4	16	86	198

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas yang memaparkan hasil analisis mengenai aspek *mystery shopping* di Bumi Sunda Resto Bandung dihasilkan data sebagai berikut.



Gambar 3. Rentang Skala Mystery Shopping
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023

Diketahui bahwa hasil interval skala aspek *mystery shopping* berada di angka 198. Maka dari hasil interval skala tersebut aspek *mystery shopping* dapat dikategorikan ke dalam TIDAK PUAS yang berarti bahwa pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung tidak puas dengan apa yang ada di Bumi Sunda Resto Bandung.

Analisis Mengenai Lost Customer Analysis

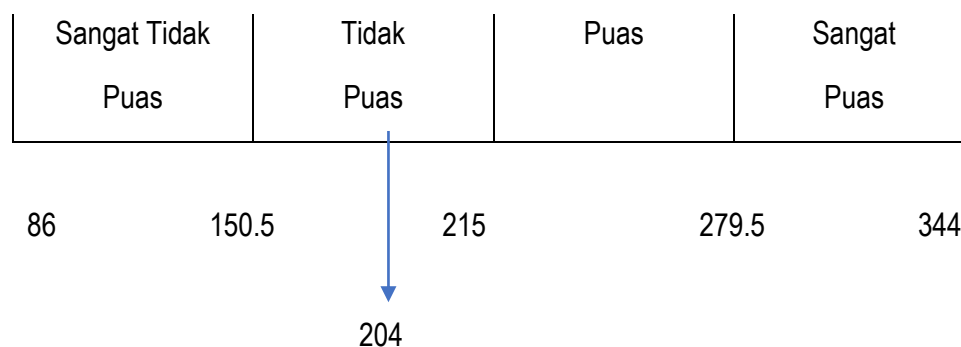
Hasil analisis dari kuisisioner yang telah disebarakan kepada pengunjung sebanyak 43 kuisisioner untuk dapat menilai aspek-aspek dalam Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung. Berdasarkan table-tabel berikut, berikut adalah hasil analisis penulis tentang *Lost Customer Analysis* :

Tabel 4. Analisis Masalah Aspek Lost Customer Analysis Di Bumi Sunda Resto Bandung

No	Pernyataan	STP		TP		P		SP		Total	
		x=1		x=2		x=3		x=4			
		f	fx	f	fx	f	fx	f	fx	f	fx
1	Seberapa puas anda berbelanja di Bumi Sunda Resto Bandung	5	5	20	40	16	48	2	8	43	101
2	Seberapa puas Anda dengan produk yang Bumi Sunda Resto Bandung jual	4	4	21	42	15	45	3	12	43	103
	Total	9	9	41	82	31	93	5	20	86	204

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas yang memaparkan hasil analisis mengenai aspek tempat di Bumi Sunda Resto Bandung dihasilkan data sebagai berikut.



Gambar 4. Rentang Skala Lost Customer Analysis
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023

Diketahui bahwa hasil interval skala aspek *lost customer analysis* berada di angka 204. Maka dari hasil interval skala tersebut aspek lost customer analysis dapat dikategorikan ke dalam TIDAK PUAS yang berarti bahwa pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung tidak puas dengan apa yang ada di Bumi Sunda Resto Bandung.

Analisis Mengenai Survei Kepuasan Pelanggan

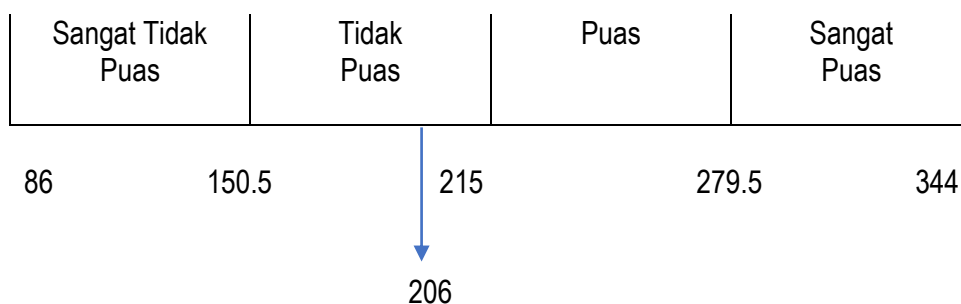
Hasil analisis dari kuisisioner yang telah disebarakan kepada pengunjung sebanyak 43 kuisisioner untuk dapat menilai aspek-aspek dalam Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung. Berdasarkan table-tabel berikut, berikut adalah hasil analisis penulis tentang Survei Kepuasan Pelanggan:

Tabel 4. Analisis Masalah Aspek Kepuasan Pelanggan Di Bumi Sunda Resto Bandung

No	Pernyataan	STP		TP		P		SP		Total	
		x=1		x=2		x=3		x=4			
		F	fx	f	fx	f	fx	f	fx	f	fx
1	Seberapa puas Anda menggunakan produk Bumi Sunda Resto Bandung	4	4	17	34	21	63	1	4	43	105
2	Seberapa puas Anda dengan pelayanan di Bumi Sunda Resto Bandung	5	5	19	38	18	54	1	4	43	101
	Total	9	9	36	72	39	117	2	8	86	206

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas yang memaparkan hasil analisis mengenai aspek tempat di Bumi Sunda Resto Bandung dihasilkan data sebagai berikut.



Gambar 5. Rentang Skala Survei Kepuasan Pelanggan
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023

Hasil interval skala aspek kepuasan pelanggan berada di angka 206. Maka dari hasil interval skala tersebut aspek harga dapat dikategorikan ke dalam TIDAK PUAS yang berarti bahwa pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung tidak puas dengan aspek kepuasan pelanggan yang ada di Bumi Sunda Resto Bandung

Kesimpulan

Berdasarkan empat aspek Kepuasan Pelanggan yang peneliti gunakan untuk melihat bagaimana kondisi Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung, dan semua aspek dinyatakan “ TIDAK PUAS “ yaitu aspek sistem keluhan dan saran, *mystery shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan. Peneliti membuat kesimpulan bahwa Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung

Saran

Berdasarkan penellitian yang dilakukan peneliti mengenai Kepuasan Pelanggan di Bumi Sunda Resto Bandung, peneliti mendapati adanya beberapa sisi yang masih dapat dilakukan pengoptimalan oleh Bumi Sunda Resto Bandung agar dapat memberikan kepuasan pada pelanggan yang lebih baik dalam makanan dan minuman serta pelayanan, dan juga pengoptimalan oleh manajemen Bumi Sunda Resto Bandung agar dapat memberikan yang lebih baik serta mendatangkan lebih banyak pengunjung dan pendapatan

yang lebih besar. Oleh sebab itu peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan, antara lain :

1. Sistem Keluhan dan Saran
Mengoptimalkan pelayanan yang lebih sesuai dengan keinginan pengunjung dengan cara membuat kuisisioner tentang Bumi Sunda Resto Bandung pada pengunjung dan segera di tidak lanjut jika mendapatkan keluhan.
2. Mystery Shopping
Mempertahankan produk makanan dan minuman di Bumi Sunda Resto Bandung. Dan memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan tentang pertanyaan, keluhan maupun saran.
3. Lost Customer Analysis
Memperhatikan seluruh aspek agar lebih sesuai dengan keinginan pengunjung. Selain itu bisa mendekati diri kepada pelanggan dengan menanyakan kelebihan dan kekurangan yang telah diberikan Bumi Sunda Resto Bandung.
4. Survei Kepuasan Pelanggan
Memberikan *gift* kepada pelanggan yang mau mengisi kuesioner sehingga akan mempermudah management mendapatkan respon dengan cepat.

Pihak *management* harus memberikan pelatihan kepada para karyawannya berkaitan dengan operasional, contohnya seperti cara menangani keluhan pelanggan (*Customer Complaint*). Memberikan *service excellent*. Tingkat kecepatan respon terhadap pelanggan. Dan tingkat ketepatan pesanan.

Ucapan Terima Kasih

Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Illahi robi atas segala nikmat yang telah di berikan khususnya dalam penulisan jurnal, karena atas berkat nikmat itu lah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Tak lupa juga penulis berterimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian jurnal ini , penulis kedua Eka dan team dari AKPAR NHI bandung yang senantiasa memberikan masukan dan arahan.

Referensi

- Bundawi, Dharma, Ronny Firdiansyah Arief, dan Hepy Hefri Ariyanto. (2022). “Pengaruh Revisit Intention yang dimediasi oleh Satisfaction Terhadap Fastfood di Sanctuary Batam”. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol. 5, No. 2, 1-13.
- Danial, Jihan Nabilah. & Ratih Hendayani. (2022). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Jepang Yang Beroperasi di Kota Bandung”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* Vol. 5, No. 3, 1-16.
- Daffa, Katon Van. & Ina Ratnasari. (2022). “Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* Vol. 8, No, 1, 1-11.
- Edvardsson, B., Gustafsson, A., & Roos, I. (2005). *Service Portraits in Service Research: a Critical Review*. *International Journal of Service Industry Management*, 16(1), 107–121
- Hardyasar, Arthur, Jualiana R. Mandei, dan Joachim N.K. Dumais. (2017). “Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Pondok Hijau Kota Manado”. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, ISSN 1907- 4298, Volume 13 Nomor 3 A, (hlm.157-172).
- Hermawan, H. (2020). “Meningkatkan Kompetensi Pengelola Wisata Desa melalui Penyuluhan Pelayanan Prima”. *Abdimas Pariwisata*, Vol. 1 No. 1, 1-10.

Ningsih, Dwiki Setia. & Andy. (2022). “Pengaruh Harga , Suasana Kafe, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal Cabang Modernland”. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef> Vol. 4, No. 2, 1-9.

Novrianto, J. (2016). “Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sop Tnjang Pertama (M1) Di Pekanbaru”. Jurnal Valuta Vol. 2, No.2, 1-19.

Putro dkk. (2014). “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya”. Jurnal Managemen Pemasaran Vol. 2, No. 1, 1-9.

Suhartapa. (2022). “Pengaruh Kualitas Pelayanan TerhadapKepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang”. Jurnal Pariwisata Dan Budaya Vol. 13, No. 2, 1-9.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2019). Kepuasan Pelanggan. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI)