

BAB 5

PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Kuesioner Pendahuluan

5.1.1 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan

Variabel-variabel yang dipilih atau yang dianggap penting dalam memilih Angkringan akan diolah menggunakan metode persentase sehingga atribut yang memiliki nilai persentase penting >50% akan tetap digunakan sedangkan yang kurang dari batas tersebut akan dihilangkan. Berikut adalah variabel dari kuesioner:

Tabel 5.1
Atribut Yang Dianggap Penting

No	Variabel	Penting	Tidak Penting
	Product		
1	Variasi menu makanan yang disajikan	90%	10%
2	Variasi minuman yang disajikan	94%	6%
3	Kelezatan rasa makanan yang disajikan	100%	0%
4	Kelezatan rasa minuman yang disajikan	100%	0%
5	Kelengkapan makanan yang disajikan	86%	14%
6	Kelengkapan minuman yang disajikan	80%	20%
7	Kebersihan makanan yang disajikan	100%	0%
8	Kebersihan minuman yang disajikan	100%	0%
9	Kemenaarikan penyajian makanan	74%	26%
10	Kemenaarikan penyajian minuman	70%	30%
11	Kesegaran bahan baku yang digunakan	100%	0%
	Price		
12	Perbandingan harga makanan dengan pesaing	88%	12%
13	Perbandingan harga minuman dengan pesaing	84%	16%
14	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan	78%	22%
15	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman	74%	26%
16	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan	84%	16%
17	Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman	90%	10%
	Promotion		
18	Kemenaarikan promosi yang ditampilkan melalui media cetak	28%	72%
19	Kemenaarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial	74%	26%
20	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media cetak	18%	82%
21	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial	68%	32%
	Place		
22	Kemudahan lokasi untuk dijangkau	100%	0%
23	Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan	82%	18%
24	Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang	76%	24%
	Physical Evidence		
25	Keamanan tempat parkir	88%	12%
26	Kecukupan area parkir	72%	28%
27	Kebersihan area lingkungan Angkringan	100%	0%
28	Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen	100%	0%
29	Kelengkapan peralatan makan yang ada	100%	0%
30	Kenyamanan meja dan kursi	76%	24%
31	Kebersihan peralatan makanan dan minuman	100%	0%
	People		
32	Keramahan pelayan terhadap konsumen	100%	0%
33	Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen	100%	0%
34	Kerapihan pelayan	24%	76%
35	Kecepatan pelayanan	100%	0%
36	Kesopanan pelayan	100%	0%
	Process		
37	Kecepatan proses pembayaran	84%	16%
38	Ketepatan perhitungan pembayaran	100%	0%
39	Ketepatan buka dan tutup tempat	100%	0%
40	Ketepatan penyajian makanan	100%	0%
41	Kecepatan penyajian makanan	100%	0%

Berikut adalah rumus dalam pengolahan persentase:

$$= \left(\frac{x}{n}\right) * 100$$

Ket:

x = Variabel yang dihitung.

n = Jumlah responden.

Contoh perhitungan variabel no 9 :

- Kemerarikan penyajian makanan

Jawaban responden :

Penting = 37 responden

Tidak penting = 13 responden

Total responden keseluruhan = 50 responden

- Contoh perhitungan :

$$\begin{aligned} \text{➤ Penting} &= \left(\frac{37}{50}\right) \times 100\% \\ &= 74\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{➤ Tidak Penting} &= \left(\frac{13}{50}\right) \times 100\% \\ &= 26\% \end{aligned}$$

Contoh perhitungan variabel no 18 :

- Kemerarikan promosi yang dilakukan melalui media cetak

Jawaban responden :

Penting = 14 responden

Tidak penting = 36 responden

Total responden keseluruhan = 50 responden

- Contoh perhitungan :

$$\begin{aligned} \text{➤ Penting} &= \left(\frac{14}{50}\right) \times 100\% \\ &= 28\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{➤ Tidak Penting} &= \left(\frac{36}{50}\right) \times 100\% \\ &= 72\%\end{aligned}$$

5.2 Validitas Konstruk

Dalam uji validitas konstruk ini ditunjukkan agar variabel-variabel yang ada dalam kuesioner sesuai dengan teori-teori yang akan digunakan dalam an sehingga variabel-variabel yang ada dapat digunakan sebagai instrumen an. Jenis Validitasnya yaitu *Validitas internal (Construct Validity)*. Penilaian dalam validitas konstruk dilakukan oleh dosen – dosen kelompok bidang manajemen Teknik Industri Maranatha yang telah berpengalaman lebih.

Dosen-dosen yang dimintai pendapat adalah :

1. Yulianti, ST., MT.
2. Arif Suryadi, ST., MT.
3. Jimmy Gozali, ST., MT.

Tabel 5.2
Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian

No	No. Var	Variabel
1	1	Variasi menu makanan yang disajikan
2	2	Variasi minuman yang disajikan
3	3	Kelezatan rasa makanan yang disajikan
4	4	Kelezatan rasa minuman yang disajikan
5	5	Kelengkapan makanan yang disajikan
6	6	Kelengkapan minuman yang disajikan
7	7	Kebersihan makanan yang disajikan
8	8	Kebersihan minuman yang disajikan
9	9	Kemenarikan penyajian makanan
10	10	Kemenarikan penyajian minuman
11	11	Kesegaran bahan baku yang digunakan
12	12	Perbandingan harga makanan dengan pesaing
13	13	Perbandingan harga minuman dengan pesaing
14	14	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan
15	15	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman
16	16	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan
17	17	Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman
18	19	Kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial
19	21	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial
20	22	Kemudahan lokasi untuk dijangkau
21	23	Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan
22	24	Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang
23	25	Keamanan tempat parkir
24	26	Kecukupan area parkir
25	27	Kebersihan area lingkungan Angkringan
26	28	Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen
27	29	Kelengkapan peralatan makan yang ada
28	30	Kenyamanan meja dan kursi
29	31	Kebersihan peralatan makanan dan minuman
30	32	Keramahan pelayan terhadap konsumen
31	33	Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen
32	35	Kecepatan pelayanan
33	36	Kesopanan pelayan
34	37	Kecepatan proses pembayaran
35	38	Ketepatan perhitungan pembayaran
36	39	Ketepatan buka dan tutup tempat
37	40	Ketepatan penyajian makanan
38	41	Kecepatan penyajian makanan

5.3 Pengujian Validitas & Reliabilitas

Uji validitas dan reabilitas pada an ini menggunakan program *SPSS (Statistical Program for Social Science)* dengan versi 16.0.

- **Penentuan Nilai r Tabel untuk Validitas**

Ketentuan valid apabila $r > r$ tabel. Dengan jumlah responden 120 orang maka didapatkan nilai r tabel yaitu 0,178.

5.3.1. Tingkat kepentingan

Berdasarkan pengolahan validitas dan realibilitas untuk tingkat kepentingan dari kuesioner an dengan menggunakan aplikasi SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kepentingan Dalam SPSS

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	143.5917	39.269	.264	.924
VAR00002	143.5417	38.200	.735	.919
VAR00003	143.5750	38.952	.397	.922
VAR00004	143.6083	39.148	.298	.923
VAR00005	143.6417	39.240	.230	.925
VAR00006	143.6250	39.362	.215	.925
VAR00007	143.6750	37.835	.514	.921
VAR00008	143.5917	39.034	.347	.923
VAR00009	143.6000	37.486	.723	.918
VAR00010	143.6250	38.976	.320	.923
VAR00011	143.5417	38.200	.735	.919
VAR00012	143.5417	38.200	.735	.919
VAR00013	143.5417	38.200	.735	.919
VAR00014	143.5417	38.200	.735	.919
VAR00015	143.5917	39.269	.264	.924
VAR00016	143.6750	37.835	.514	.921
VAR00017	143.6000	37.486	.723	.918
VAR00018	143.5917	39.269	.264	.924
VAR00019	143.5750	38.952	.397	.922
VAR00020	143.6000	39.250	.260	.924
VAR00021	143.6000	37.486	.723	.918
VAR00022	143.6000	39.334	.241	.924
VAR00023	143.5417	38.200	.735	.919
VAR00024	143.6000	37.486	.723	.918
VAR00025	143.5417	38.200	.735	.919

Tabel 5.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kepentingan Dalam SPSS (Lanjutan)

VAR00026	143.5417	38.200	.735	.919
VAR00027	143.6750	37.835	.514	.921
VAR00028	143.6167	39.348	.243	.924
VAR00029	143.5417	38.200	.735	.919
VAR00030	143.6000	37.486	.723	.918
VAR00031	143.6333	38.906	.327	.923
VAR00032	143.5750	38.952	.397	.922
VAR00033	143.5917	39.269	.264	.924
VAR00034	143.6000	37.486	.723	.918
VAR00035	143.6083	39.450	.226	.924
VAR00036	143.6333	38.184	.490	.921
VAR00037	143.6000	37.486	.723	.918
VAR00038	143.6000	39.570	.205	.924



Tabel 5.4
Hasil Perbandingan Variabel Kepentingan Nilai r dengan Nilai Tabel r

No	No. Var	Variabel	Nilai r	Nilai tabel r	Kesimpulan
1	1	Variasi menu makanan yang disajikan	0.264	0.178	Valid
2	2	Variasi minuman yang disajikan	0.735	0.178	Valid
3	3	Kelezatan rasa makanan yang disajikan	0.397	0.178	Valid
4	4	Kelezatan rasa minuman yang disajikan	0.298	0.178	Valid
5	5	Kelengkapan makanan yang disajikan	0.230	0.178	Valid
6	6	Kelengkapan minuman yang disajikan	0.215	0.178	Valid
7	7	Kebersihan makanan yang disajikan	0.514	0.178	Valid
8	8	Kebersihan minuman yang disajikan	0.347	0.178	Valid
9	9	Kemenarikan penyajian makanan	0.723	0.178	Valid
10	10	Kemenarikan penyajian minuman	0.320	0.178	Valid
11	11	Kesegaran bahan baku yang digunakan	0.735	0.178	Valid
12	12	Perbandingan harga makanan dengan pesaing	0.735	0.178	Valid
13	13	Perbandingan harga minuman dengan pesaing	0.735	0.178	Valid
14	14	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan	0.735	0.178	Valid
15	15	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman	0.264	0.178	Valid
16	16	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan	0.514	0.178	Valid
17	17	Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman	0.723	0.178	Valid
18	19	Kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial	0.264	0.178	Valid
19	21	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial	0.397	0.178	Valid
20	22	Kemudahan lokasi untuk dijangkau	0.260	0.178	Valid
21	23	Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan	0.723	0.178	Valid
22	24	Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang	0.241	0.178	Valid
23	25	Keamanan tempat parkir	0.735	0.178	Valid
24	26	Kecukupan area parkir	0.723	0.178	Valid
25	27	Kebersihan area lingkungan Angkringan	0.735	0.178	Valid
26	28	Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen	0.735	0.178	Valid
27	29	Kelengkapan peralatan makan yang ada	0.514	0.178	Valid
28	30	Kenyamanan meja dan kursi	0.243	0.178	Valid
29	31	Kebersihan peralatan makanan dan minuman	0.735	0.178	Valid
30	32	Keramahan pelayan terhadap konsumen	0.723	0.178	Valid
31	33	Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen	0.327	0.178	Valid
32	35	Kecepatan pelayanan	0.397	0.178	Valid
33	36	Kesopanan pelayan	0.264	0.178	Valid
34	37	Kecepatan proses pembayaran	0.723	0.178	Valid
35	38	Ketepatan perhitungan pembayaran	0.226	0.178	Valid
36	39	Ketepatan buka dan tutup tempat	0.490	0.178	Valid
37	40	Ketepatan penyajian makanan	0.723	0.178	Valid
38	41	Kecepatan penyajian makanan	0.205	0.178	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, setiap variabel nilai $r > r_{\text{kritik}}$, maka seluruh variabel dinyatakan valid.

Untuk pengujian reliabilitas tingkat kepentingan, dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.5
Uji Reabilitas Variabel Kepentingan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	38

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas, dapat dilihat bahwa hasil nilai α kuesioner yang terkumpul, memperoleh nilai α sebesar 0,923. Maka dari itu data untuk tingkat kepentingan dapat disimpulkan reliabel karena memiliki nilai $\alpha > 0,90$ (hubungan yang sangat erat/ sangat reliabel).



5.3.2 Tingkat Kinerja

Tabel 5.6
Uji Validitas Variabel Kinerja

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	139.9583	48.528	.266	.884
VAR00002	139.9167	48.917	.250	.884
VAR00003	139.9500	47.930	.404	.882
VAR00004	139.9500	48.653	.263	.884
VAR00005	139.9833	47.059	.465	.880
VAR00006	139.9167	47.741	.442	.881
VAR00007	139.9333	48.046	.396	.882
VAR00008	139.9000	46.948	.643	.878
VAR00009	139.9417	48.408	.308	.883
VAR00010	139.9250	47.146	.513	.880
VAR00011	139.9500	47.930	.404	.882
VAR00012	139.9333	47.038	.581	.879
VAR00013	140.0083	47.672	.377	.882
VAR00014	139.9333	47.038	.581	.879
VAR00015	139.9000	48.763	.290	.884
VAR00016	140.0500	48.821	.187	.886
VAR00017	139.9417	49.148	.184	.886
VAR00018	139.9917	48.176	.321	.883
VAR00019	139.9083	47.378	.516	.880
VAR00020	139.9250	47.146	.513	.880
VAR00021	139.9917	48.344	.310	.883
VAR00022	139.9417	47.854	.424	.881
VAR00023	139.9333	47.861	.430	.881
VAR00024	139.9750	46.899	.516	.879
VAR00025	139.9167	48.850	.262	.884

Tabel 5.6
Uji Validitas Variabel Kinerja (Lanjutan)

VAR00026	139.9167	48.380	.328	.883
VAR00027	139.9417	47.518	.485	.880
VAR00028	139.9083	47.681	.460	.881
VAR00029	139.9250	48.625	.298	.883
VAR00030	139.9583	47.234	.521	.880
VAR00031	139.9250	47.146	.513	.880
VAR00032	139.9583	48.813	.232	.885
VAR00033	139.9750	46.899	.516	.879
VAR00034	139.9167	49.069	.222	.885
VAR00035	139.9750	48.848	.221	.885
VAR00036	139.9333	47.861	.430	.881
VAR00037	139.8750	49.085	.247	.884
VAR00038	139.9417	47.854	.424	.881

Tabel 5.7
Perbandingan Variabel Kinerja Nilai r dengan Nilai Tabel r

No	No. Var	Variabel	Nilai r	Nilai tabel r	Kesimpulan
1	1	Variasi menu makanan yang disajikan	0.266	0.178	Valid
2	2	Variasi minuman yang disajikan	0.250	0.178	Valid
3	3	Kelezatan rasa makanan yang disajikan	0.404	0.178	Valid
4	4	Kelezatan rasa minuman yang disajikan	0.263	0.178	Valid
5	5	Kelengkapan makanan yang disajikan	0.465	0.178	Valid
6	6	Kelengkapan minuman yang disajikan	0.442	0.178	Valid
7	7	Kebersihan makanan yang disajikan	0.396	0.178	Valid
8	8	Kebersihan minuman yang disajikan	0.643	0.178	Valid
9	9	Kemenarikan penyajian makanan	0.308	0.178	Valid
10	10	Kemenarikan penyajian minuman	0.513	0.178	Valid
11	11	Kesegaran bahan baku yang digunakan	0.404	0.178	Valid
12	12	Perbandingan harga makanan dengan pesaing	0.581	0.178	Valid
13	13	Perbandingan harga minuman dengan pesaing	0.377	0.178	Valid
14	14	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan	0.581	0.178	Valid
15	15	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman	0.290	0.178	Valid
16	16	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan	0.187	0.178	Valid
17	17	Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman	0.184	0.178	Valid
18	19	Kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial	0.321	0.178	Valid
19	21	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial	0.516	0.178	Valid
20	22	Kemudahan lokasi untuk dijangkau	0.513	0.178	Valid
21	23	Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan	0.310	0.178	Valid
22	24	Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang	0.424	0.178	Valid
23	25	Keamanan tempat parkir	0.430	0.178	Valid
24	26	Kecukupan area parkir	0.516	0.178	Valid
25	27	Kebersihan area lingkungan Angkringan	0.262	0.178	Valid
26	28	Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen	0.328	0.178	Valid
27	29	Kelengkapan peralatan makan yang ada	0.485	0.178	Valid
28	30	Kenyamanan meja dan kursi	0.460	0.178	Valid
29	31	Kebersihan peralatan makanan dan minuman	0.298	0.178	Valid
30	32	Keramahan pelayan terhadap konsumen	0.521	0.178	Valid
31	33	Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen	0.513	0.178	Valid
32	35	Kecepatan pelayanan	0.232	0.178	Valid
33	36	Kesopanan pelayan	0.516	0.178	Valid
34	37	Kecepatan proses pembayaran	0.222	0.178	Valid
35	38	Ketepatan perhitungan pembayaran	0.221	0.178	Valid
36	39	Ketepatan buka dan tutup tempat	0.430	0.178	Valid
37	40	Ketepatan penyajian makanan	0.247	0.178	Valid
38	41	Kecepatan penyajian makanan	0.424	0.178	Valid

Berdasarkan hasil diatas, setiap variabel nilai $r > r_{\text{kritik}}$, maka seluruh variabel dinyatakan valid.

Untuk pengujian reliabilitas tingkat performansi, dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.8
Uji Reabilitas Variabel Kinerja

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	38

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, hasil kuesioner yang terkumpul, memperoleh nilai α sebesar 0,885. Maka oleh karena itu data untuk tingkat performansi dapat disimpulkan sangat reliabel karena memiliki nilai α mendekati 0.90 (hubungan yang erat/reliabel).

5.4 Rangkuman Kuesioner Bagian I

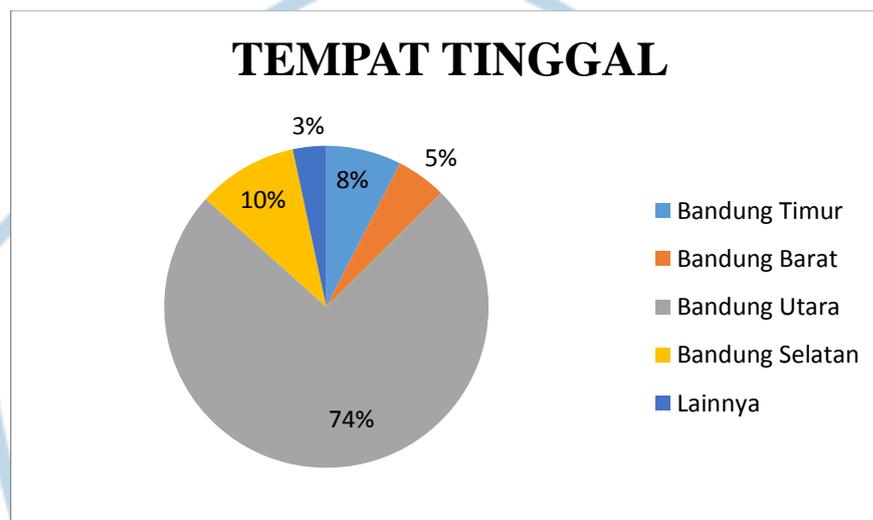
- **Pekerjaan**



Gambar 5.1
Persentase Jenis Pekerjaan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase jenis pekerjaan yang datang ke Angkringan adalah sebagai berikut : 77% pelajar/mahasiswa, 13% karyawan swasta, 4% pegawai negeri, 3% wiraswasta dan 3% Lainnya. Sehingga responden yang paling banyak yang datang ke Angkringan adalah pelajar/mahasiswa.

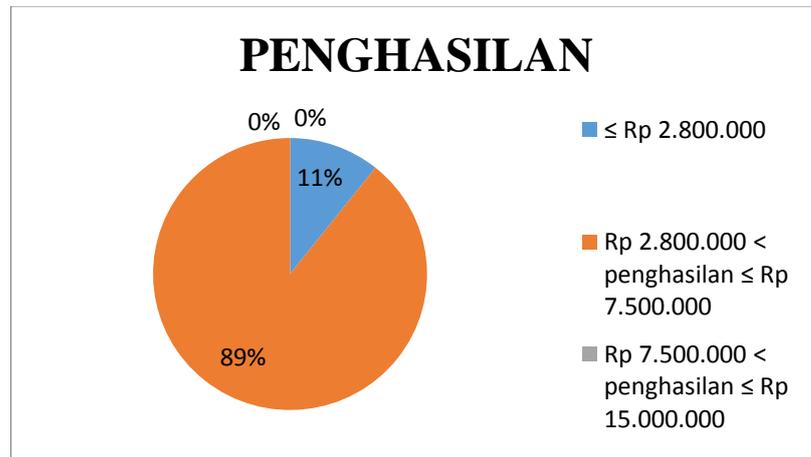
- **Tempat Tinggal**



Gambar 5.2
Persentase Tempat Tinggal

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dari grafik diatas dapat dilihat bahwa 74% responden bertempat tinggal di daerah Bandung Utara, 10% di Bandung Selatan, 8% di Bandung Timur, 5% di Bandung Barat dan 3% di wilayah selain Bandung.

- **Penghasilan**



Gambar 5.3
Persentase Penghasilan per Bulan

Dari penyebaran kuesioner kepada 120 responden maka dapat dilihat bahwa persentase penghasilan responden sebagai berikut : 11% berpenghasilan \leq Rp 2.800.000, 89% berpenghasilan Rp 2.500.000 - Rp 7.500.000. Dimana data tersebut didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner sebanyak 120 dan yang memiliki penghasilan sebanyak 28 responden. Sehingga responden yang paling banyak yang datang ke Angkringan adalah sebagian besar berpenghasilan dalam rentang Rp 2.800.000 - Rp 7.500.000.

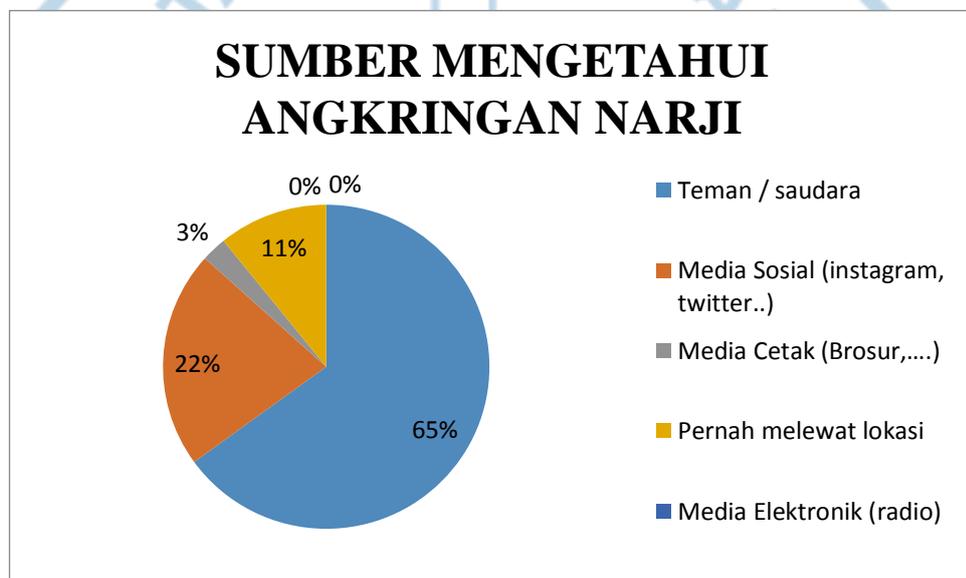
- **Uang Saku**



Gambar 5.4
Persentase Uang Saku per Bulan

Dari penyebaran kuesioner kepada 120 responden maka dapat dilihat bahwa persentase penghasilan responden sebagai berikut : 32% uang saku \leq Rp 1.500.000, 58% uang saku Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000, 8% uang saku Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000, 3% uang saku Rp 3.500.000 - Rp 4.000.000. Dimana data tersebut didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner sebanyak 120 dan yang memiliki uang saku sebanyak 92 responden. Sehingga responden yang paling banyak yang datang ke Angkringan adalah sebagian besar uang saku dalam rentang Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000.

- **Sumber mengetahui Angkringan NARJI**

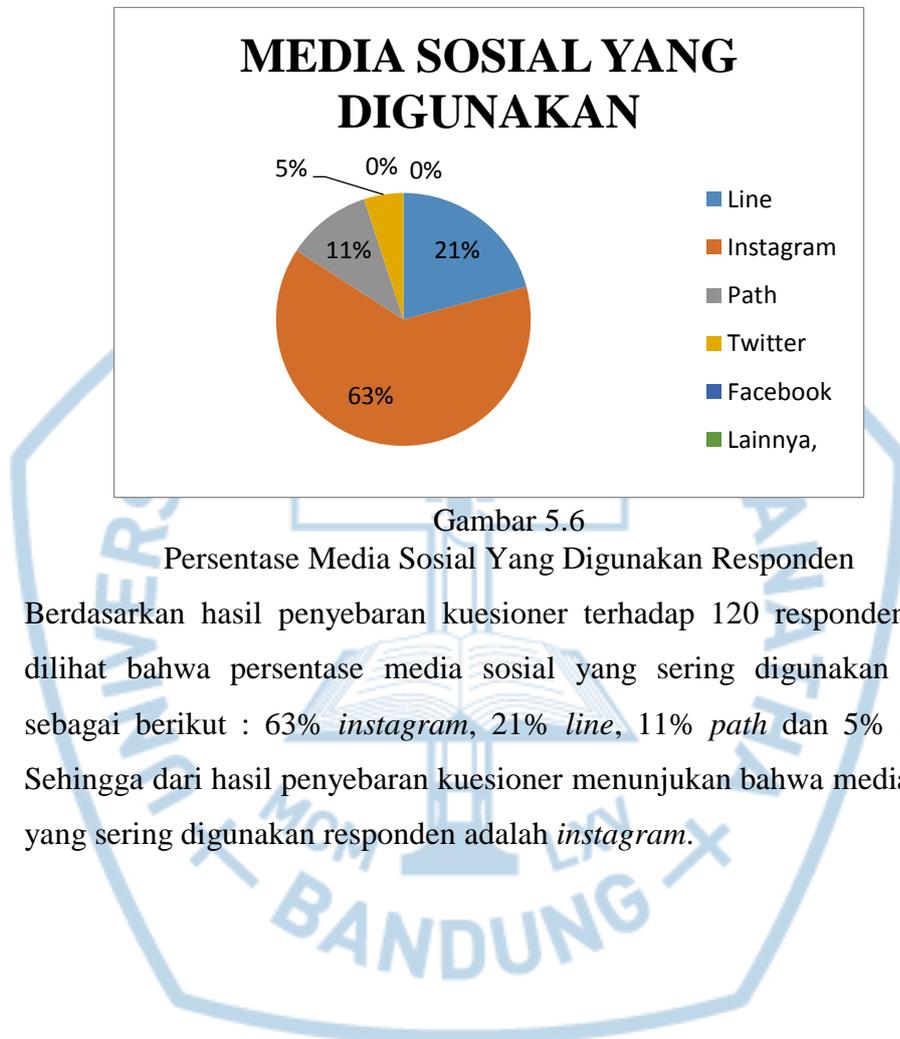


Gambar 5.5
Persentase Sumber Mengetahui Angkringan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase sumber mengetahui datang ke Angkringan adalah sebagai berikut : 65% teman/saudara, 22% media sosial (*instagram, twitter*), 11% pernah melewati lokasi dan 3% media cetak

(brosur). . Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa sumber mengetahui datang ke Angkringan adalah teman/saudara.

- **Media sosial yang digunakan responden**

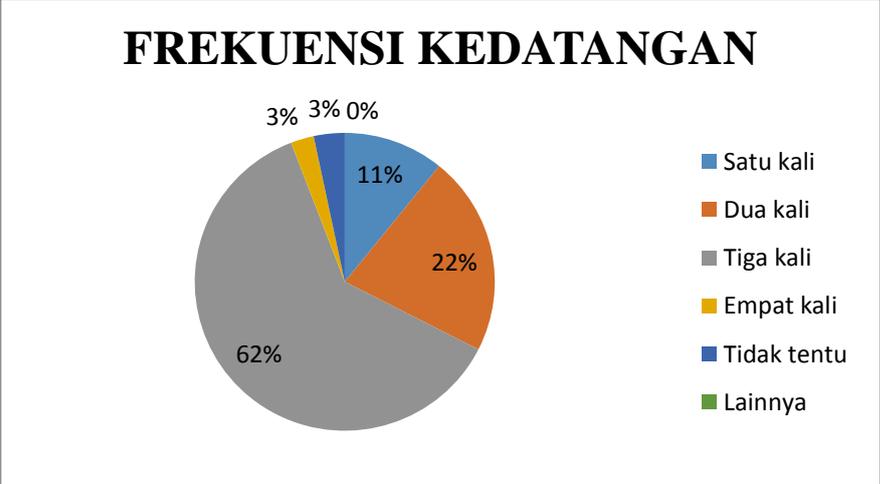


Gambar 5.6

Persentase Media Sosial Yang Digunakan Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase media sosial yang sering digunakan adalah sebagai berikut : 63% *instagram*, 21% *line*, 11% *path* dan 5% *twitter*. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa media sosial yang sering digunakan responden adalah *instagram*.

- **Frekuensi kedatangan**



Gambar 5.7
Persentase Frekuensi Kedatangan Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase frekuensi kedatangan responden ke Angkringan adalah sebagai berikut : 62% tiga kali, 22% dua kali, 11% satu kali, 3% empat kali dan 3% tidak tentu. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa frekuensi kedatangan responden sebanyak tiga kali dalam seminggu.

- **Kebiasaan mengunjungi angkringan**



Gambar 5.8
Persentase Orang Yang Diajak Mengunjungi Angkringan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase orang yang diajak untuk mengunjungi Angkringan adalah sebagai berikut : 66% bersama teman, 22% bersama pasangan, 8% sendiri, dan 5% bersama keluarga. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa orang yang diajak untuk datang ke Angkringan adalah teman.

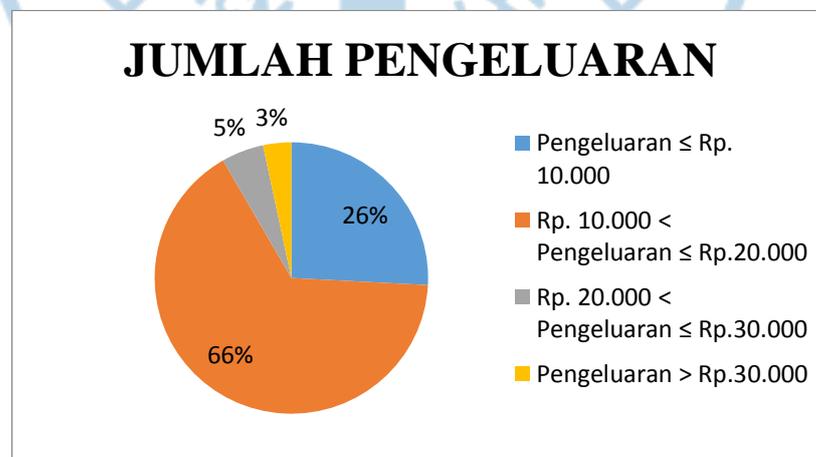
- **Tujuan mengunjungi Angkringan**



Gambar 5.9
Persentase Tujuan Mengunjungi Angkringan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase tujuan mengunjungi Angkringan adalah sebagai berikut : 64% nongkrong, 31% diajak teman, 5% untuk makan bersama keluarga. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa tujuan mengunjungi Angkringan adalah nongkrong.

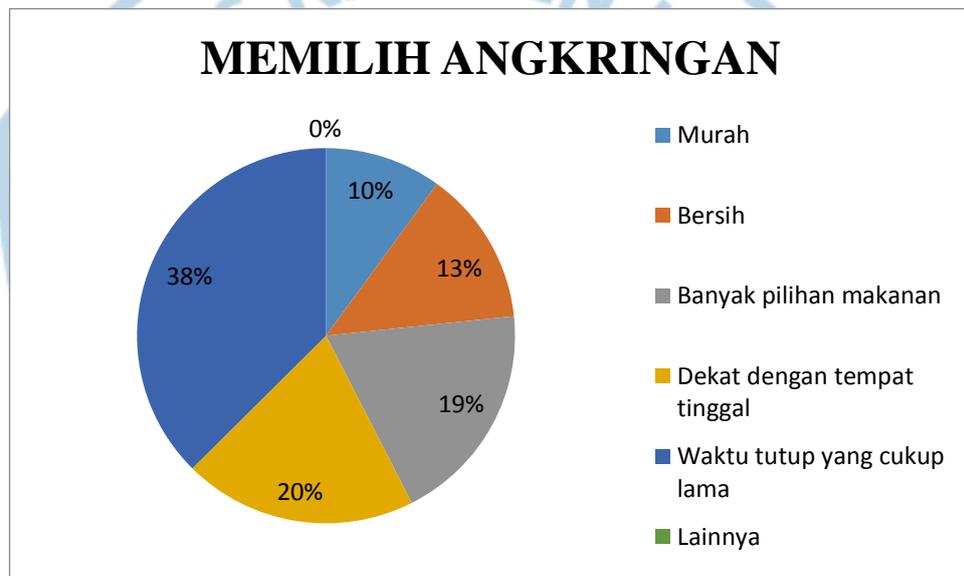
- **Jumlah pengeluaran untuk satu kali makan**



Gambar 5.10
Persentase Jumlah Pengeluaran Untuk Sekali Makan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase orang mengeluarkan biaya untuk satu kali makan di Angkringan tersebut adalah sebagai berikut : 66% Rp. 10.000 < pengeluaran \leq Rp.20.000, 26% pengeluaran \leq Rp. 10.000, 5% Rp. 20.000 < Pengeluaran \leq Rp.30.000, 3% Pengeluaran > Rp.30.000. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pengeluaran untuk satu kali makan di Angkringan tersebut sebesar Rp. 10.000 < pengeluaran \leq Rp.20.000.

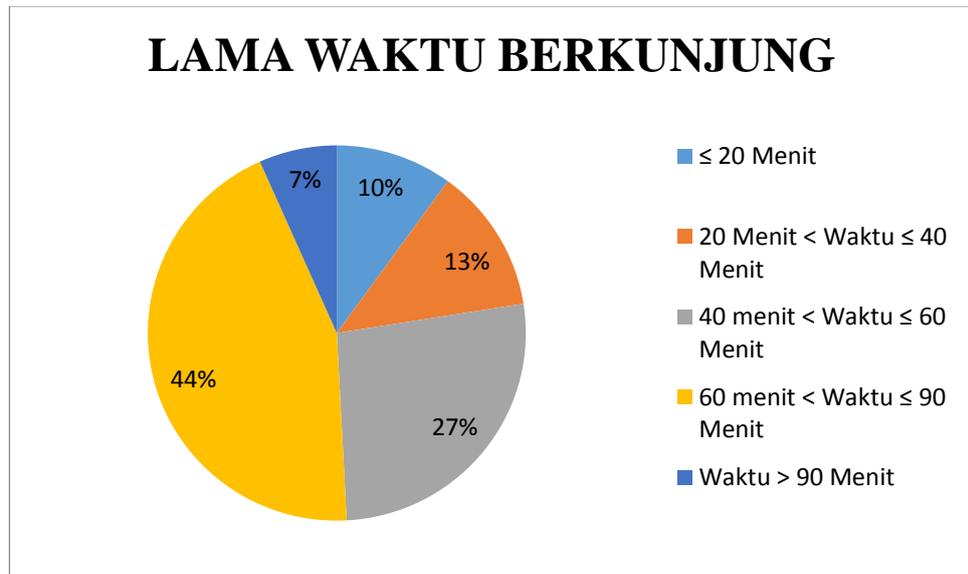
- **Memilih Angkringan NARJI**



Gambar 5.11
Persentase Alasan Memilih Angkringan NARJI

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase alasan memilih Angkringan NARJI adalah sebagai berikut : 38% waktu tutup yang cukup lama, 20% dekat dengan tempat tinggal, 19% banyak pilihan makanan, 13% bersih, 10% murah. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa alasan memilih Angkringan NARJI adalah waktu tutup yang cukup lama.

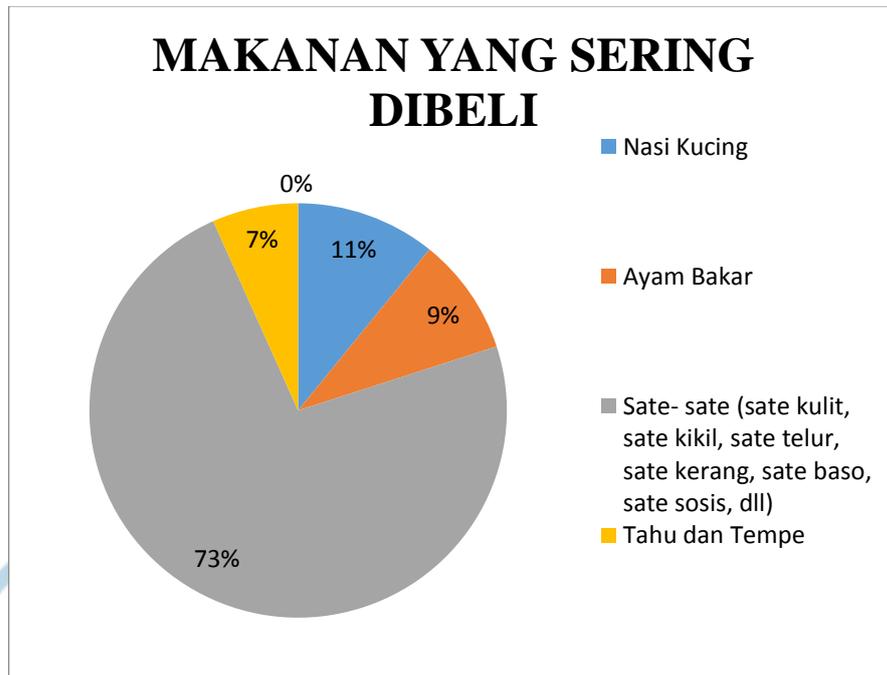
- **Lama waktu berkunjung**



Gambar 5.12
Persentase Lama Waktu Berkunjung

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase makanan lama waktu responden dalam berkunjung adalah sebagai berikut : 44% 60 menit < Waktu ≤ 90 Menit, 27% 40 menit < Waktu ≤ 60 Menit, 13% 20 Menit < Waktu ≤ 40 Menit, 10% ≤ 20 Menit, 7% Waktu > 90 Menit. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa lama waktu responden dalam berkunjung adalah selama 60 menit < Waktu ≤ 90 Menit.

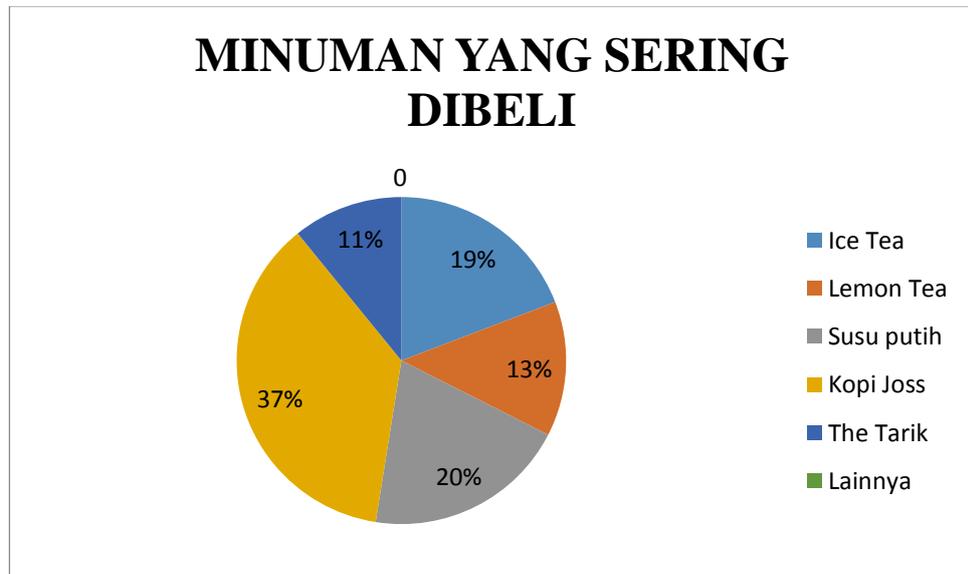
- Makanan yang sering dibeli



Gambar 5.13
Persentase Makanan Yang Sering Dibeli

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase makanan yang sering dibeli oleh responden adalah sebagai berikut : 73% Sate- sate (sate kulit, sate kikil, sate telur, sate kerang, sate baso, sate sosis, dll), 11% nasi kucing, 9% ayam bakar, 7% tahu tempe. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa makanan yang sering dibeli oleh responden adalah Sate- sate (sate kulit, sate kikil, sate telur, sate kerang, sate baso, sate sosis, dll).

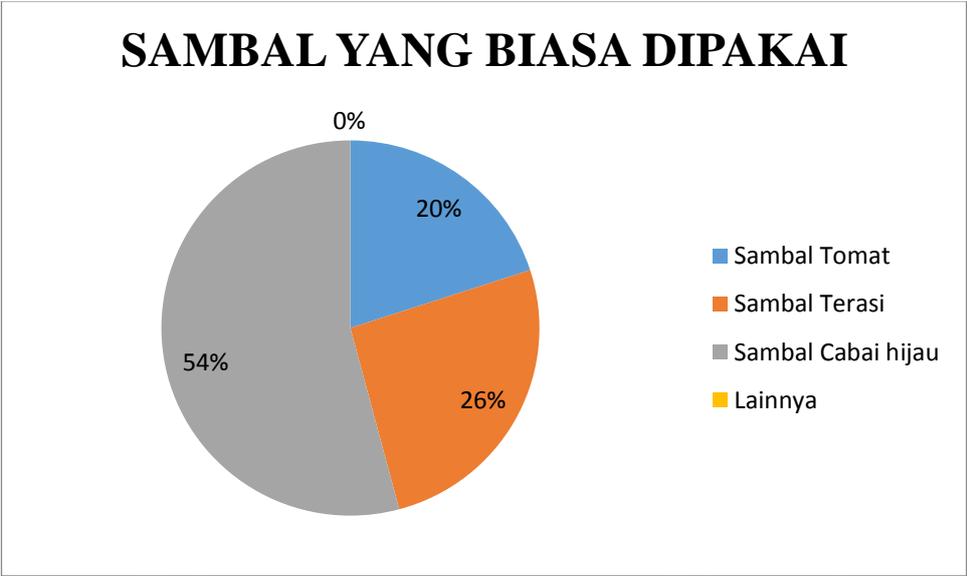
- **Minuman yang sering dibeli**



Gambar 5.14
Persentase Minuman Yang Sering Dibeli

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase minuman yang sering dibeli oleh responden adalah sebagai berikut : 37% kopi joss, 20% susu putih, 19% *ice tea*, 13% *lemon tea*, 11% teh tarik. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa minuman yang sering dibeli oleh responden adalah kopi joss.

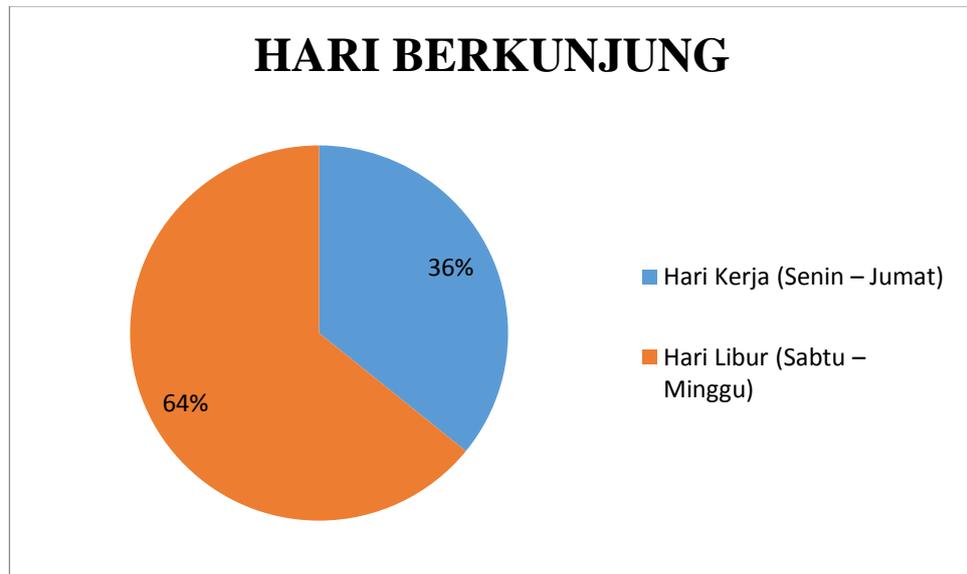
- **Sambal yang biasa dipakai**



Gambar 5.15
Sambal Yang Biasa Dipakai

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase sambal yang biasa dipakai oleh responden adalah sebagai berikut : 54% sambal cabai hijau, 26% sambal terasi, 20% sambal tomat. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa sambal yang biasa dipakai oleh responden adalah sambal cabai hijau.

- **Hari berkunjung**



Gambar 5.16
Persentase Hari berkunjung

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 120 responden dapat dilihat bahwa persentase kedatangan responden adalah sebagai berikut : 64% hari libur (sabtu-minggu), 36% hari kerja (senin-jumat). Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa kedatangan responden ke Angkringan adalah hari libur (sabtu-minggu).

5.5 Analisis berdasarkan Segmentation, Targeting dan Positioning

• Segmentation

Berdasarkan profil responden yang terdapat pada kuesioner penelitian bagian I, sebagai berikut :

Tabel 5.9 Segmentasi

Segmentasi	Pengelompokan	Keterangan
Demografis	Pekerjaan	Pelajar/ mahasiswa
		Wiraswasta
		Karyawan Swasta
		Pegawai Negeri
		Lainnya
	Penghasilan	≤ Rp 2.800.000
		Rp 2.800.000 < penghasilan ≤ Rp 7.500.000
		Rp 7.500.000 < penghasilan ≤ Rp 15.000.000
		≥Rp 15.000.000
		≤ Rp 1.500.000
Uang Saku	Rp 1.500.000 < uang saku ≤ Rp 2.500.000	
	Rp 2.500.000 < uang saku ≤ Rp 3.500.000	
	Rp 3.500.000 < uang saku ≤ Rp 4.500.000	
	> Rp 4.500.000	
Geografis	Tempat Tinggal	Bandung Timur
		Bandung Barat
		Bandung Utara
		Bandung Selatan
		Lainnya

Tabel 5.9
Segmentasi (lanjutan)

Psikografis	Sumber informasi	Teman / saudara
		Media Sosial (<i>instagram, twitter...</i>)
		Media Cetak (Brosur,...)
		Pernah melewati lokasi
		Media Elektronik (radio)
	Media sosial yang digunakan	Lainnya
		Line
		Instagram
		Path
		Twitter
	Frekuensi kedatangan	Facebook
		Lainnya
		Satu kali
		Dua kali
		Tiga kali
	Dengan siapa datang ke Angkringan NARJI	Empat kali
		Tidak tentu
		Lainnya
		Sendiri
		Keluarga
	Tujuan mengunjungi Angkringan NARJI	Teman
		Pasangan
		Lainnya
		Makan bersama keluarga
		Nongkrong
	Pengeluaran yang dikeluarkan untuk makan di Angkringan NARJI	Diajak teman
		Lainnya
Pengeluaran ≤ Rp. 10.000		
Rp. 10.000 < Pengeluaran ≤ Rp.20.000		
Rp. 20.000 < Pengeluaran ≤ Rp.30.000		
Alasan memilih Angkringan NARJI	Pengeluaran > Rp.30.000	
	Murah	
	Bersih	
	Banyak pilihan makanan	
	Dekat dengan tempat tinggal	
Lamanya berkumpul	Waktu tutup yang cukup lama	
	Lainnya	
	< 20 Menit	
	20 Menit < Waktu ≤ 40 Menit	
	40 menit < Waktu ≤ 60 Menit	
Makanan yang sering dipesan	60 menit < Waktu ≤ 90 Menit	
	Waktu > 90 Menit	
	Nasi Kucing	
	Ayam Bakar	
	Sate- sate (sate kulit, sate kikil, sate telur, sate kerang, sate baso, sate sosis, dll)	
Minuman yang sering dipesan	Tahu dan Tempe	
	Lainnya	
	Ice Tea	
	Lemon Tea	
	Susu putih	
Sambal apa yang biasa dipakai	Kopi Joss	
	The Tarik	
	Lainnya	
	Sambal Tomat	
	Sambal Terasi	
Hari apa saja datang ke Angkringan NARJI	Sambal Cabai hijau	
	Lainnya	
	Hari Kerja (Senin – Jumat)	
	Hari Libur (Sabtu – Minggu)	

- **Targeting**

Berdasarkan hasil kuesioner *segmentasi* yang telah disebarakan kepada 120 responden, hasilnya dikelompokkan menjadi beberapa segmen seperti yang telah dijelaskan diatas, maka target yang dituju adalah sebagai berikut:

- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa (77%)
- Memiliki uang saku perbulan : Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000 (58%) dan uang saku \leq Rp. 1.500.000
- Lokasi tempat tinggal di Bandung Utara (74%)
- Sumber mengetahui Angkringan NARJI dari teman dan saudara (65%) dan pernah melewati lokasi Angkringan (22%)
- Media sosial yang sering digunakan Instagram (63%) dan menggunakan line (21%)
- Tujuan mengunjungi Angkringan NARJI adalah untuk berkumpul/nongkrong (64%) dan juga diajak teman (22%)
- Pengeluaran yang dikeluarkan untuk satu kali makan Rp. $10.000 < \text{Pengeluaran} \leq \text{Rp.}20.000$ (64%) dan pengeluaran \leq Rp. 10.000 (26%)

5.6 Analisis Kuesioner

5.6.1 Importance Performance Analysis (IPA)

Pengolahan data dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan untuk mengetahui posisi dari setiap variabel an dengan persepsi responden mengenai tingkat kepentingan dan tingkat performansi. Data yang akan digunakan dalam metode ini adalah data tingkat kepentingan dan data tingkat performansi yang sebelumnya telah dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner an dengan jumlah responden 120 responden. Berikut adalah hasil

rangkuman rata – rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang diambil dari tabel dari bab IV yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5.10
Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja

No	No. Var	Variabel	Kinerja	Kepentingan
1	1	Variasi menu makanan yang disajikan	3.767	3.883
2	2	Variasi minuman yang disajikan	3.808	3.933
3	3	Kelezatan rasa makanan yang disajikan	3.775	3.900
4	4	Kelezatan rasa minuman yang disajikan	3.775	3.867
5	5	Kelengkapan makanan yang disajikan	3.742	3.833
6	6	Kelengkapan minuman yang disajikan	3.808	3.850
7	7	Kebersihan makanan yang disajikan	3.792	3.800
8	8	Kebersihan minuman yang disajikan	3.825	3.883
9	9	Kemenarikan penyajian makanan	3.783	3.875
10	10	Kemenarikan penyajian minuman	3.800	3.850
11	11	Kesegaran bahan baku yang digunakan	3.775	3.933
12	12	Perbandingan harga makanan dengan pesaing	3.792	3.933
13	13	Perbandingan harga minuman dengan pesaing	3.717	3.933
14	14	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan	3.792	3.933
15	15	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman	3.825	3.883
16	16	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan	3.675	3.800
17	17	Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman	3.783	3.875
18	19	Kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial	3.733	3.883
19	21	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial	3.817	3.900
20	22	Kemudahan lokasi untuk dijangkau	3.800	3.875
21	23	Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan	3.733	3.875
22	24	Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang	3.783	3.875
23	25	Keamanan tempat parkir	3.792	3.933
24	26	Kecukupan area parkir	3.750	3.875
25	27	Kebersihan area lingkungan Angkringan	3.808	3.933
26	28	Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen	3.808	3.933
27	29	Kelengkapan peralatan makan yang ada	3.783	3.800
28	30	Kenyamanan meja dan kursi	3.817	3.858
29	31	Kebersihan peralatan makanan dan minuman	3.800	3.933
30	32	Keramahan pelayan terhadap konsumen	3.767	3.875
31	33	Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen	3.800	3.842
32	35	Kecepatan pelayanan	3.767	3.900
33	36	Kesopanan pelayan	3.750	3.883
34	37	Kecepatan proses pembayaran	3.808	3.875
35	38	Ketepatan perhitungan pembayaran	3.750	3.867
36	39	Ketepatan buka dan tutup tempat	3.792	3.842
37	40	Ketepatan penyajian makanan	3.850	3.875
38	41	Kecepatan penyajian makanan	3.783	3.875
		Rata-rata	3.782	3.881

Contoh perhitungan variabel :

Tingkat Kinerja

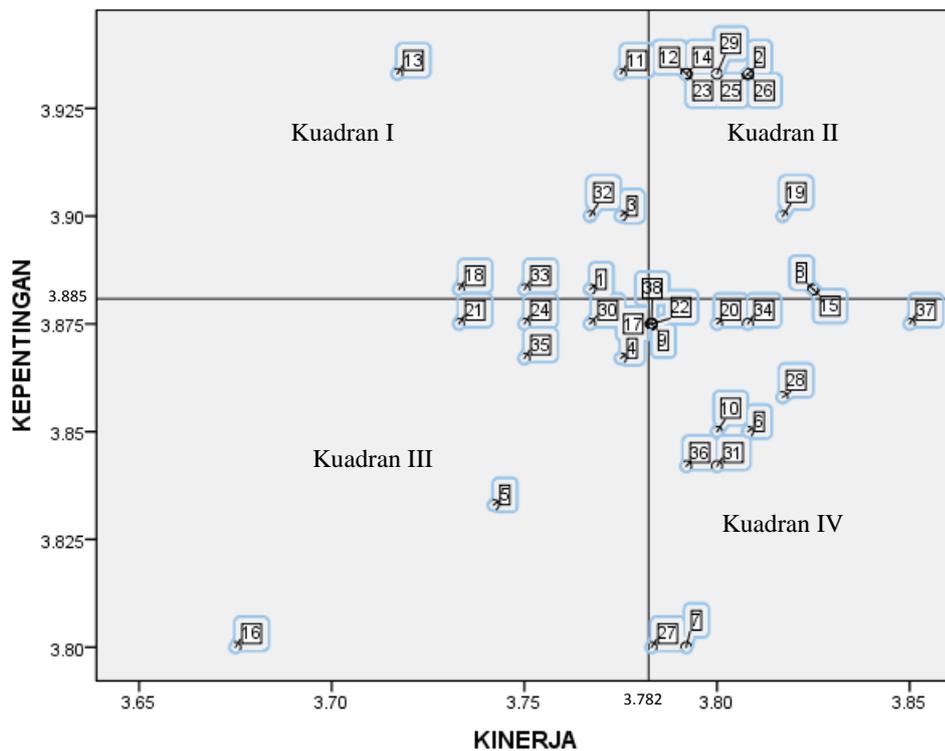
$$\bar{x} \text{ kinerja} = \frac{\sum \text{Tingkat kinerja}}{n} = \frac{(0x1)+(0x2)+(18x3)+(102x4)}{120} = 3,85$$

$$\bar{\bar{x}} \text{ kinerja} = \frac{\sum \bar{x}}{n} = \frac{3,85+3,84+3,82+\dots}{38} = 3,78$$

Tingkat Kepentingan

$$\bar{y} \text{ kepentingan} = \frac{\sum \text{Tingkat kepentingan}}{n} = \frac{(0x1)+(1x2)+(22x3)+(97x4)}{120} = 3,80$$

$$\bar{\bar{y}} \text{ kepentingan} = \frac{\sum \bar{y}}{n} = \frac{3,80+3,83+3,81+\dots}{38} = 3,88$$



Gambar 5.17
Grafik IPA

Pemparan dari hasil grafik *Importance Performance Analysis* adalah sebagai berikut :

Kuadran 1 :

Dimana tingkat kepentingan diatas rata-rata namun tingkat kinerja dibawah rata-rata. Pada kuadran ini, variabel an dianggap penting oleh responden namun kinerja dari Angkringan NARJI dinilai belum cukup oleh responden. Maka, Angkringan NARJI perlu memperbaiki dan meningkatkan kinerja pada variabel-variabel pada kuadran ini.

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

1. Variabel 1
Variasi menu makanan yang disajikan
2. Variabel 3
Kelezatan rasa makanan yang disajikan
3. Variabel 11
Kesegaran bahan baku yang digunakan
4. Variabel 13
Perbandingan harga minuman dengan pesaing
5. Variabel 18
Kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial
6. Variabel 32
Kecepatan pelayanan
7. Variabel 33
Kesopanan pelayanan

Kuadran 2 :

Dimana tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diatas rata-rata. Pada kuadran ini, variabel an dianggap penting oleh responden dan kinerja dari Angkringan NARJI dinilai tinggi oleh responden, maka Angkringan NARJI hanya perlu mempertahankan kinerja pada variabel-variabel ini.

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

1. Variabel 2
Variasi minuman yang disajikan
2. Variabel 8
Kebersihan minuman yang disajikan
3. Variabel 12
Perbandingan harga makanan dengan pesaing
4. Variabel 14
Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan
5. Variabel 15
Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman
6. Variabel 19
Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial
7. Variabel 23
Keamanan tempat parkir
8. Variabel 25
Kebersihan area lingkungan Angkringan
9. Variabel 26
Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen
10. Variabel 29
Kebersihan peralatan makanan dan minuman

Kuadran 3 :

Pada daerah ini kinerja perusahaan mengenai atribut yang terdapat pada daerah ini adalah dibawah rata-rata dan memiliki tingkat kepentingan yang dibawah rata-rata juga. Sehingga dapat dikatakan bahwa Angkringan NARJI masih perlu melakukan peningkatan/perbaikan terhadap atribut kepentingan didaerah ini.

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

1. Variabel 4
Kelezatan rasa minuman yang disajikan
2. Variabel 5
Kelengkapan makanan yang disajikan
3. Variabel 16
Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan
4. Variabel 21
Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan
5. Variabel 24
Kecukupan area parkir
6. Variabel 30
Keramahan pelayan terhadap konsumen
7. Variabel 35
Ketepatan perhitungan pembayaran

Kuadran 4 :

Pada kuadran ini, tingkat kepentingan dianggap dibawah rata-rata oleh responden, namun kinerja dari Angkringan NARJI dinilai diatas rata-rata oleh responden. Maka Angkringan NARJI dapat meningkatkan dan mempertahankan kinerja pada variabel di kuadran ini.

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

1. Variabel 6
Kelengkapan minuman yang disajikan
2. Variabel 7
Kebersihan makanan yang disajikan
3. Variabel 9

- Kemenarikan penyajian makanan
4. Variabel 10
Kemenarikan penyajian minuman
5. Variabel 17
Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman
6. Variabel 20
Kemudahan lokasi untuk dijangkau
7. Variabel 22
Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang
8. Variabel 27
Kelengkapan peralatan makan yang ada
9. Variabel 28
Kenyamanan meja dan kursi
10. Variabel 31
Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen
11. Variabel 34
Kecepatan proses pembayaran
12. Variabel 36
Ketepatan buka dan tutup tempat
13. Variabel 37
Ketepatan penyajian makanan
14. Variabel 38
Kecepatan penyajian makanan

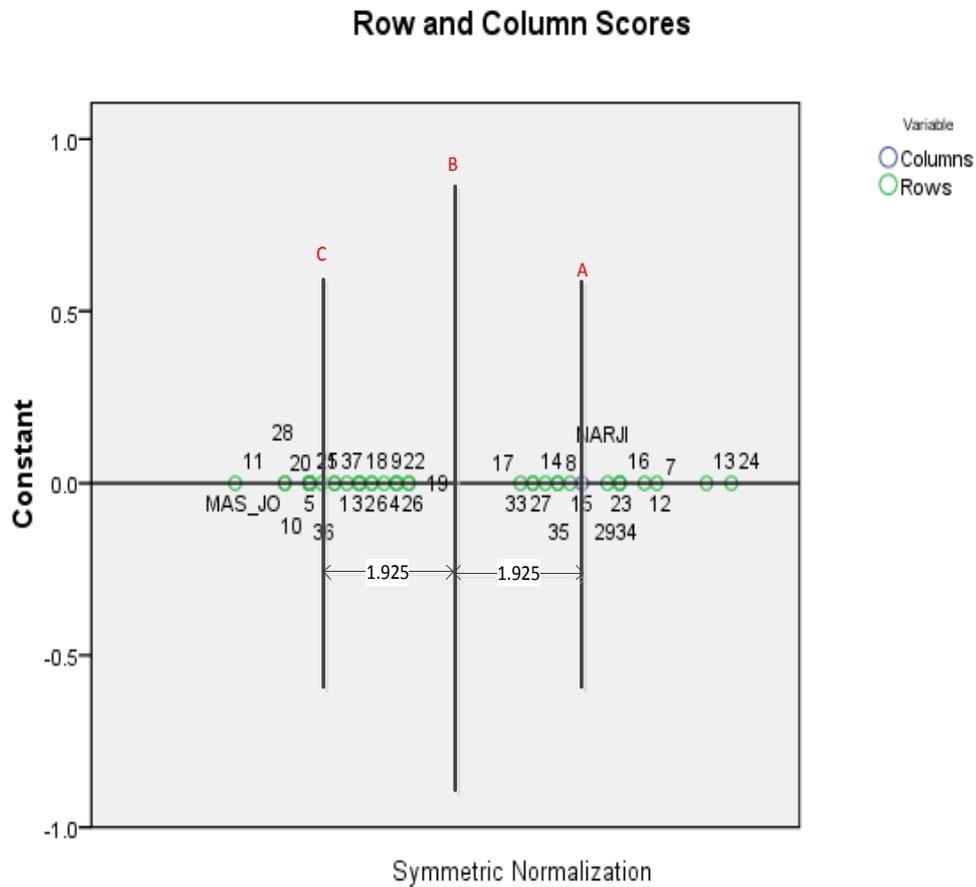
5.6.2 Correspondence Analysis (CA)

Dari penyebaran kuesioner pendahuluan dapat diketahui bahwa pesaing dari Angkringan NARJI adalah Angkringan MAS JO. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh pihak Angkringan NARJI yang menyatakan bahwa pesaingnya adalah

Angkringan MAS JO. Sehingga dalam metode *correspondence Analysis* ini akan membandingkan 2 Angkringan ini terhadap variabel-variabel yang telah ditentukan, dengan memberi tanda “√” untuk variabel yang unggul. Hasil dari penyebaran kuesioner kepada 120 responden adalah sebagai berikut dimana data yang digunakan diambil dari data pada pengumpulan data pada bab IV :

Tabel 5.11
Hasil Rangkuman Persaingan Angkringan

No	No. Var	Variabel	Peringkat Keunggulan	
			NARJI	MAS JO
1	1	Variasi menu makanan yang disajikan	51	69
2	2	Variasi minuman yang disajikan	53	67
3	3	Kelezatan rasa makanan yang disajikan	52	68
4	4	Kelezatan rasa minuman yang disajikan	55	65
5	5	Kelengkapan makanan yang disajikan	50	70
6	6	Kelengkapan minuman yang disajikan	54	66
7	7	Kebersihan makanan yang disajikan	77	43
8	8	Kebersihan minuman yang disajikan	69	51
9	9	Kemenaikan penyajian makanan	56	64
10	10	Kemenaikan penyajian minuman	49	71
11	11	Kesegaran bahan baku yang digunakan	43	77
12	12	Perbandingan harga makanan dengan pesaing	76	44
13	13	Perbandingan harga minuman dengan pesaing	81	39
14	14	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan	67	53
15	15	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman	70	50
16	16	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan	74	46
17	17	Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman	66	54
18	19	Kemenaikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial	53	67
19	21	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial	57	63
20	22	Kemudahan lokasi untuk dijangkau	47	73
21	23	Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan	49	71
22	24	Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang	56	64
23	25	Keamanan tempat parkir	74	46
24	26	Kecukupan area parkir	83	37
25	27	Kebersihan area lingkungan Angkringan	49	71
26	28	Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen	56	64
27	29	Kelengkapan peralatan makan yang ada	69	51
28	30	Kenyamanan meja dan kursi	47	73
29	31	Kebersihan peralatan makanan dan minuman	74	46
30	32	Keramahan pelayan terhadap konsumen	57	63
31	33	Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen	54	66
32	35	Kecepatan pelayanan	53	67
33	36	Kesopanan pelayan	67	53
34	37	Kecepatan proses pembayaran	73	47
35	38	Ketepatan perhitungan pembayaran	68	52
36	39	Ketepatan buka dan tutup tempat	49	71
37	40	Ketepatan penyajian makanan	51	69
38	41	Kecepatan penyajian makanan	49	71



Gambar 5.18
Grafik Row and Columns Scores CA

Titik A : Posisi Angkringan NARJI

Titik B adalah titik tengah antara titik A-C didapatkan dari total panjang A-

C dibagi 2, yaitu $\frac{3.85}{2} = 1.925$ dimana pengukuran menggunakan *software*

ms.Visio dimana dengan menarik garis dari titik A dan C.

Titik C : Posisi Angkringan MAS JO

Pada wilayah bagian B ke arah bagian A merupakan bagian keunggulan dari Angkringan NARJI dan pada bagian B ke arah bagian C merupakan bagian keunggulan dari Angkringan MAS JO.

Hasil rangkuman dari grafik *Correspondence Analysis* sebagai tersebut :

Berdasarkan tabel di atas variabel-variabel unggul dan tidak unggul untuk Angkringan NARJI akan dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 5.12
Rangkuman Variabel Unggul Angkringan NARJI

No. Var	Unggul
7	Kebersihan makanan yang disajikan
8	Kebersihan minuman yang disajikan
12	Perbandingan harga makanan dengan pesaing
13	Perbandingan harga minuman dengan pesaing
14	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan
15	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman
16	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan
17	Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman
23	Keamanan tempat parkir
24	Kecukupan area parkir
27	Kelengkapan peralatan makan yang ada
29	Kebersihan peralatan makanan dan minuman
33	Kesopanan pelayan
34	Kecepatan proses pembayaran
35	Ketepatan perhitungan pembayaran

Berdasarkan tabel di atas, variabel unggul di Angkringan NARJI adalah variabel nomor 7, 8, 12, , 13, 14, 15, 16, 17, 23, 24, 27, 29, 33, 34 dan 35 dibandingkan Angkringan MAS JO.

Tabel 5.13
Rangkuman Variabel Tidak Unggul Angkringan NARJI

No Var	Tidak Unggul
1	Variasi menu makanan yang disajikan
2	Variasi minuman yang disajikan
3	Kelezatan rasa makanan yang disajikan
4	Kelezatan rasa minuman yang disajikan
5	Kelengkapan makanan yang disajikan
6	Kelengkapan minuman yang disajikan
9	Kemenarikan penyajian makanan
10	Kemenarikan penyajian minuman
11	Kesegaran bahan baku yang digunakan
18	Kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial
19	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial
20	Kemudahan lokasi untuk dijangkau
21	Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan
22	Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang
25	Kebersihan area lingkungan Angkringan
26	Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen
28	Kenyamanan meja dan kursi
30	Keramahan pelayan terhadap konsumen
31	Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen
32	Kecepatan pelayanan
36	Ketepatan buka dan tutup tempat
37	Ketepatan penyajian makanan
38	Kecepatan penyajian minuman

Berdasarkan tabel di atas, variabel tidak unggul di Angkringan NARJI adalah variabel nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 26, 28, 30, 31, 32, 36, 37 dan 38 dibandingkan Angkringan MAS JO.

5.6.3 Uji Hipotesis

Berikut merupakan rangkuman data dari hasil untuk Uji Hipotesis yang diambil dari bab IV pengumpulan data :

Tabel 5.14
Hasil Uji Hipotesis

No	No. Var	Rata-rata Kinerja (X_1)	S_1^2	Rata-rata Kepentingan (X_2)	S_2^2	$\bar{x}_1 - \bar{x}_2$	Z hitung	Z Tabel	Keputusan	Kesimpulan
1	1	3.767	0.214	3.883	0.121	-0.117	-2.209	-1.645	Tolak Ho	Tidak Puas
2	2	3.808	0.156	3.933	0.063	-0.125	-2.926		Tolak Ho	Tidak Puas
3	3	3.775	0.176	3.900	0.091	-0.125	-2.652		Tolak Ho	Tidak Puas
4	4	3.775	0.193	3.867	0.117	-0.092	-1.806		Tolak Ho	Tidak Puas
5	5	3.742	0.244	3.833	0.157	-0.092	-1.587		Terima Ho	Puas
6	6	3.808	0.173	3.850	0.145	-0.042	-0.809		Terima Ho	Puas
7	7	3.792	0.166	3.800	0.161	-0.008	-0.159		Terima Ho	Puas
8	8	3.825	0.146	3.883	0.104	-0.058	-1.279		Terima Ho	Puas
9	9	3.783	0.188	3.875	0.110	-0.092	-1.839		Tolak Ho	Tidak Puas
10	10	3.800	0.195	3.850	0.129	-0.050	-0.963		Terima Ho	Puas
11	11	3.775	0.176	3.933	0.063	-0.158	-3.551		Tolak Ho	Tidak Puas
12	12	3.792	0.166	3.933	0.063	-0.142	-3.243		Tolak Ho	Tidak Puas
13	13	3.717	0.238	3.933	0.063	-0.217	-4.325		Tolak Ho	Tidak Puas
14	14	3.792	0.166	3.933	0.063	-0.142	-3.243		Tolak Ho	Tidak Puas
15	15	3.825	0.146	3.883	0.121	-0.058	-1.238		Terima Ho	Puas
16	16	3.675	0.272	3.800	0.161	-0.125	-2.081		Tolak Ho	Tidak Puas
17	17	3.783	0.188	3.875	0.110	-0.092	-1.839		Tolak Ho	Tidak Puas
18	19	3.733	0.214	3.883	0.121	-0.150	-2.840		Tolak Ho	Tidak Puas
19	21	3.817	0.168	3.900	0.091	-0.083	-1.795		Tolak Ho	Tidak Puas
20	22	3.800	0.195	3.875	0.127	-0.075	-1.448		Terima Ho	Puas
21	23	3.733	0.197	3.875	0.110	-0.142	-2.799		Tolak Ho	Tidak Puas
22	24	3.783	0.171	3.875	0.127	-0.092	-1.839		Tolak Ho	Tidak Puas
23	25	3.792	0.166	3.933	0.063	-0.142	-3.243		Tolak Ho	Tidak Puas
24	26	3.750	0.223	3.875	0.110	-0.125	-2.373		Tolak Ho	Tidak Puas
25	27	3.808	0.156	3.933	0.063	-0.125	-2.926		Tolak Ho	Tidak Puas
26	28	3.808	0.173	3.933	0.063	-0.125	-2.820		Tolak Ho	Tidak Puas
27	29	3.783	0.171	3.800	0.161	-0.017	-0.317		Terima Ho	Puas
28	30	3.817	0.168	3.858	0.123	-0.042	-0.847		Terima Ho	Puas
29	31	3.800	0.161	3.933	0.063	-0.133	-3.085		Tolak Ho	Tidak Puas
30	32	3.767	0.180	3.875	0.110	-0.108	-2.201		Tolak Ho	Tidak Puas
31	33	3.800	0.195	3.842	0.134	-0.042	-0.795		Terima Ho	Puas
32	35	3.767	0.197	3.900	0.091	-0.133	-2.722		Tolak Ho	Tidak Puas
33	36	3.750	0.223	3.883	0.121	-0.133	-2.492		Tolak Ho	Tidak Puas
34	37	3.808	0.156	3.875	0.110	-0.067	-1.415		Terima Ho	Puas
35	38	3.750	0.206	3.867	0.117	-0.117	-2.251		Tolak Ho	Tidak Puas
36	39	3.792	0.166	3.842	0.134	-0.050	-0.999		Terima Ho	Puas
37	40	3.850	0.129	3.875	0.110	-0.025	-0.560		Terima Ho	Puas
38	41	3.783	0.171	3.875	0.110	-0.092	-1.893		Tolak Ho	Tidak Puas

Struktur hipotesis : $H_0 = \mu_1 = \mu_2$

$$H_1 = \mu_1 < \mu_2$$

Dimana : $\mu_1 =$ Tingkat Kinerja

$\mu_2 =$ Tingkat Kepentingan

Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

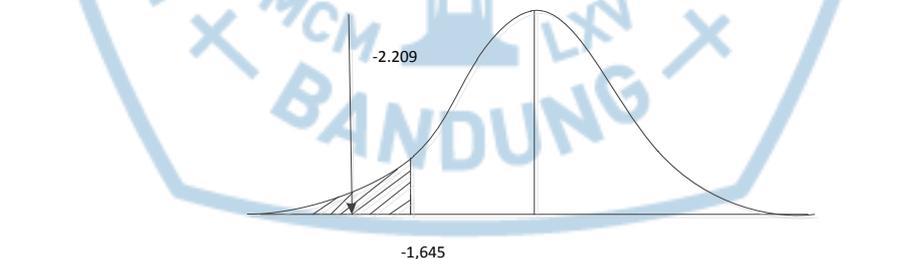
$$Z_{hitung} = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - \mu_d}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}, \text{ dimana } \mu_d = 0$$

Contoh perhitungan untuk variabel 1 :

$$\bar{x}_1 - \bar{x}_2 = 3.767 - 3.883 = -0,117$$

$$\begin{aligned} Z_{hitung} &= \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - \mu_d}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \\ &= \frac{(-0.117) - 0}{\sqrt{\frac{0.214}{120} + \frac{0.121}{120}}} = -2.209 \end{aligned}$$

$$Z_{tabel} : \alpha = 0,05 \rightarrow Z = -1.645$$



Gambar 5.19
Wilayah Kritis Kurva Normal

Keputusan : $-2.209 > -1,645$ tolak H_0

Kesimpulan : konsumen tidak puas

Uji hipotesis dapat dilihat dari kepuasan yang dirasakan konsumen. Kepuasan konsumen ditunjukkan jika rata-rata tingkat performansi lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepentingan ($Z_{Hitung} > Z_{\alpha}$) pada taraf nyata 0.05

Berikut merupakan hasil rangkuman dari variabel yang dirasa puas dan tidak puas oleh konsumen terhadap Angkringan NARJI :

Tabel 5.15
Rangkuman Variabel Puas

No. Var	Variabel
5	Kelengkapan makanan yang disajikan
6	Kelengkapan minuman yang disajikan
7	Kebersihan makanan yang disajikan
8	Kebersihan minuman yang disajikan
10	Kemenarikan penyajian minuman
15	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman
22	Kemudahan lokasi untuk dijangkau
29	Kelengkapan peralatan makan yang ada
30	Kenyamanan meja dan kursi
33	Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen
37	Kecepatan proses pembayaran
39	Ketepatan buka dan tutup tempat
40	Ketepatan penyajian makanan

Dan berikut merupakan hasil rangkuman variabel yang dirasa oleh konsumen tidak puas terhadap Angkringan NARJI :

Tabel 5.16
Rangkuman Variabel Tidak Puas

No. Var	Variabel
1	Variasi menu makanan yang disajikan
2	Variasi minuman yang disajikan
3	Kelezatan rasa makanan yang disajikan
4	Kelezatan rasa minuman yang disajikan
9	Kemenarikan penyajian makanan
11	Kesegaran bahan baku yang digunakan
12	Perbandingan harga makanan dengan pesaing
13	Perbandingan harga minuman dengan pesaing
14	Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan
16	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan
17	Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman
19	Kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial
21	Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial
23	Kemudahan alat transportasi umum ke tempat Angkringan
24	Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang
25	Keamanan tempat parkir
26	Kecukupan area parkir
27	Kebersihan area lingkungan Angkringan
28	Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen
31	Kebersihan peralatan makanan dan minuman
32	Keramahan pelayan terhadap konsumen
35	Kecepatan pelayanan
36	Kesopanan pelayan
38	Ketepatan perhitungan pembayaran
41	Kecepatan penyajian makanan

5.6.4 Analisis Gabungan IPA (*Importance Performace Analysis*), CA (*Correpondence Analysis*) dan Uji Hipotesis

Setelah melakukan pengolahan data dengan 3 metode analisis berbeda yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA), dan Uji Hipotesis maka pada analisis gabungan ini akan ditarik hubungan dari 3 metode analisis tersebut sehingga pada akhirnya akan menghasilkan prioritas perbaikan bagi Angkringan NARJI. Berikut

merupakan tabel analisa gabungan *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA), dan Uji Hipotesis :

Tabel 5.17
Analisis Gabungan

CA	IPA	Uji Hipotesis	Nilai Z	No. Var	Skala Prioritas
Tidak Unggul	1	Tidak Puas	-3.551	11	1
			-2.840	18	2
			-2.722	32	3
			-2.209	1	4
		Puas	-2.652	3	5
	3	Tidak Puas	-2.799	21	6
			-2.201	30	7
		Puas	-1.806	4	8
	2	Tidak Puas	-1.587	5	9
			-2.926	2	10
			-2.926	25	11
			-2.820	26	12
		-1.795	19	13	
		Tidak Puas	-1.893	38	14
			-1.839	22	15
	-1.839		9	16	
	4	Tidak Puas	-1.448	20	17
			-0.999	36	18
			-0.963	10	19
			-0.847	28	20
		Puas	-0.809	6	21
			-0.795	31	22
			-0.560	37	23
Unggul	1	Tidak Puas	-4.325	13	24
			-2.492	33	25
	3	Tidak Puas	-2.373	24	26
			-2.251	35	27
			-2.081	16	28
	2	Tidak Puas	-3.243	12	29
			-3.243	14	30
			-3.243	23	31
			-3.085	29	32
		Puas	-1.279	8	33
			-1.238	15	34
	4	Tidak Puas	-1.839	17	35
			-1.415	34	36
		Puas	-0.159	7	37
-0.317			27	38	

❖ *Positioning*

Positioning merupakan suatu tindakan atau langkah dari produsen untuk merancang citra perusahaan dan penawaran nilai dimana konsumen didalam suatu segmen tertentu dibandingkan dengan pesaingnya. *Positioning* juga harus dilakukan bersama dengan *segmentation*, *targeting*, dan juga melihat dari hasil analisis gabungan untuk menempatkan citra produk dalam benak konsumen dan hal-hal yang ingin ditawarkan kepada konsumennya.

Dari target Angkringan NARJI yang telah diusulkan dapat diberikan *positioningnya* yaitu, mahasiswa, dengan uang saku perbulan Rp. 1.500.000- Rp. 2.500.000, bertempat tinggal di Bandung Utara, mengetahui Angkringan dari teman dan pernah melewati lokasi, tujuan kedatangan untuk berkumpul, dan diajak teman, pengeluaran yang dikeluarkan sebesar $Rp. 10.000 < \text{Pengeluaran} \leq Rp.20.000$ dan $\text{pengeluaran} \leq Rp. 10.000$, dan aktif dalam menggunakan media sosial instagram dan line dan juga memperhitungkan hasil dari analisa gabungan dimana harga dan kualitas merupakan variabel yang dapat dipentingkan dalam tahap *positioning*. Sehingga *tagline* yang dapat dimunculkan oleh Angkringan NARJI adalah “makan enak gak perlu mahal”.

5.7 Usulan Prioritas Perbaikan

Dari hasil pengolahan data dan analisis diatas dapat diberikan usulan pada pihak Angkringan NARJI, agar Angkringan NARJI dapat bersaing dengan Ankringan lain terutama pesaingnya yaitu Angkringan MAS JO dapat memenuhi harapan konsumen. Usulan dibuat berdasarkan CA (*Correspondence Analysis*), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Uji Hipotesis dan berdasarkan profil konsumen. Berikut adalah usulan-usulan yang sebelumnya telah dikelompokkan berdasarkan prioritas perbaikan.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 1

Variabel 11 : Kesegaran bahan baku yang digunakan

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dan tidak unggul pada variabel kesegaran bahan baku yang digunakan. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI dimana sebelumnya makanan yang dibuat apabila tidak habis akan disimpan pada lemari pendingin, dimana pada angkringan pesaing kondisinya hamper sama dengan Angkringan yang diteliti namun pada Angkringan pesaing lebih sering habis makanan yang disajikan, namun dengan menyimpan makanan dalam beberapa waktu akan berpengaruh terhadap kesegaran bahan baku sehingga dapat diberikan usulan sebagai berikut banyaknya jumlah yang dibuat oleh pihak angkringan sehingga membuat makanan yang hari ini tidak habis kemudian dijual kembali pada hari berikutnya, sehingga menyarankan bahwa jumlah dalam pembuatan makanan tidak terlalu berlebihan dimana kesegaran bahan baku yang digunakan akan tetap terus terjaga kualitasnya.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 2

Variabel 18 : Kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dan tidak unggul dari pesaing pada variabel kemenarikan promosi yang ditampilkan melalui media sosial . Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI banyak sekali responden yang merasa kurang tertarik akibat dari penggunaan media sosial yang kurang aktif dari pihak Angkringan NARJI dimana usulan yang diberikan adalah berupa adanya promo-promo untuk para responden dan juga keaktifan akun media sosial pihak

Angkringan agar informasi bisa responden ketahui melalui media sosial.

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 3**

Variabel 32 : Kecepatan pelayanan

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dan tidak unggul dari pesaing pada variabel kecepatan pelayanan. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI memberikan usulan agar pelayanan kecepatan yang diberikan oleh pelayan dari pihak Angkringan NARJI cukup lama dimana pelayanan terhambat karena pelayan mencakup banyak sekali pekerjaan dimana jumlah dari pelayan kurang mencukupi untuk melakukan semua pekerjaan yang ada, sehingga usulan yang diberikan adalah menambah jumlah karyawan untuk meningkatkan kecepatan pelayanan terhadap konsumen dimana pelayan yang terdapat pada saat ini hanya tiga orang, penambahan ini dapat memberikan kecepatan pada pelayanan dimana para karyawan dapat fokus pada masing-masing pekerjaannya.

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 4**

Variabel 1 : Variasi makanan yang disajikan

Dari hasil analisis gabungan dapat dilihat bahwa pada variabel ini Angkringan NARJI kalah bersaing dengan Angkringan MAS JO. Dimana pada Angkringan NARJI hanya menyediakan makanan khas angkringan saja, sedangkan pesaing yaitu Angkringan MAS JO memiliki variasi makanan yang lebih banyak dibandingkan dengan Angkringan NARJI sehingga usulan yang diberikan adalah memberikan kesan yang berbeda dengan Angkringan yang biasanya dimana membuat ayam bakar dan berbagai jenis macam sate yang bercitarasa pedas, asin maupun

dengan rasa yang lainnya sehingga memberikan kesan yang berbeda dengan angkringan pesaing.



Gambar 5.21

Variasi Makanan di Angkringan MAS JO

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 5**

Variabel 3 : Kelezatan rasa makanan yang disajikan

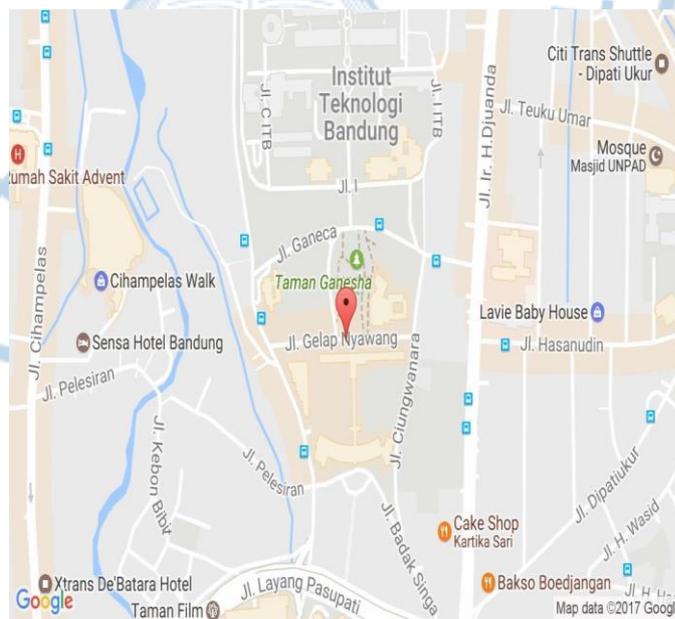
Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa puas dengan variabel kelezatan rasa makanan yang disajikan namun tidak unggul dari pesaing. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI memberikan usulan agar kelezatan rasa yang disajikan sudah cukup dirasa oleh para konsumen, sehingga usulan yang diberikan adalah dengan selalu memberikan rasa yang konsisten terhadap setiap makanan yang akan dibuat dan selalu memberikan informasi kepada juru masak agar selalu konsisten dengan makanan yang diolah dengan memberikan standar operasional perusahaan (SOP) pada setiap pembuatan makanan

sehingga dapat memberikan rasa yang konsisten pada setiap makanan.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 6

Variabel 21 : Kemudahan alat transportasi umum ke tempat angkringan

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel kemudahan alat transportasi umum ke tempat angkringan, namun dengan berkembangnya transportasi umum seperti adanya gojek, uber, dll dapat membantu konsumen dengan mudah menjangkau Angkringan NARJI dengan mudah. Sehingga usulan yang dapat diberikan adalah dengan memberi koordinat angkringan pada google maps sehingga konsumen dapat dengan mudah menjangkau angkringan menggunakan transportasi umum.



Gambar 5.20

Peta Lokasi Angkringan NARJI

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 7

Variabel 30 : Keramahan pelayan terhadap konsumen

Berdasarkan hasil tabel dalam analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel keramahan pelayan terhadap konsumen, konsumen merasa bahwa pelayan tidak terlalu ramah terhadap konsumen dalam menerima konsumen faktor yang mengakibatkan hal tersebut kemungkinan akibat dari banyaknya pekerjaan yang dilakukan oleh pelayan. Usulan yang diberikan adalah selalu memberikan pengarahannya oleh pemilik terhadap pelayan untuk selalu mengutamakan keramahan terhadap konsumen dengan cara memberikan senyum dan sapa kepada konsumen dan juga memberi *reward* kepada pekerja apabila target setiap bulan dapat tercapai.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 8

Variabel 4 : Kelezatan rasa minuman yang disajikan

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel kelezatan rasa makanan yang disajikan. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI kelezatan rasa yang disajikan belum dirasa cukup oleh para konsumen, sehingga usulan yang diberikan adalah dengan selalu memberikan arahan sesuai dengan standar operasional perusahaan (SOP) dari Angkringan terhadap pelayan agar selalu konsisten dengan pembuatan minuman yang akan disajikan kepada konsumen.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 9

Variabel 5 : Kelengkapan makanan yang disajikan

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa puas dengan variabel kelengkapan makanan yang disajikan.

Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI kelengkapan makanan yang disajikan sudah cukup dirasa oleh para konsumen, sehingga usulan yang diberikan adalah dengan selalu menyediakan makanan ditempat penyajian agar makanan selalu tersedia tidak ada yang habis ketika konsumen datang untuk makan.



Gambar 5.21

Kelengkapan Makanan di Angkringan NARJI



Gambar 5.22

Kelengkapan Makanan di Angkringan MAS JO

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 10

Variabel 2 : Variasi minuman yang disajikan

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel variasi minuman yang disajikan. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI variasi minuman yang disajikan belum dirasa cukup oleh para konsumen, sehingga usulan yang diberikan adalah menambahkan variasi minuman yang disajikan atau menambahkan menu baru agar konsumen tidak merasa bosan dengan menu yang disajikan karena sebagian besar konsumen Angkringan NARJI adalah mahasiswa yang menyukai minuman segar dan unik.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 11

Variabel 25 : Kebersihan area lingkungan angkringan

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel Kebersihan area lingkungan angkringan. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI Kebersihan area lingkungan angkringan belum dirasa cukup oleh para konsumen diakibatkan oleh para konsumen yang sering membuang sampah seperti puntung rokok, tisu, dll sehingga dapat mengganggu kenyamanan konsumen yang datang berikutnya dimana banyak mahasiswa yang merokok pada saat ini sehingga cukup banyak puntung rokok yang terbuang di area tempat makan. Sehingga usulan yang diberikan adalah dengan memberikan asbak rokok dan tempat sampah agar dapat mengurangi sampah yang dapat membantu angkringan dalam menjaga kebersihan lingkungan sekitar area angkringan.



Gambar 5.23
Area Angkringan NARJI



Gambar 5.24
Area Angkringan MAS JO

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 12**

Variabel 26 : Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen. Berdasarkan observasi di Angkringan

NARJI Kebersihan meja makan sebelum digunakan konsumen belum dirasa cukup oleh para konsumen diakibatkan oleh banyak pelanggan yang datang dan pelayan tidak bisa secepatnya membersihkan meja makan yang akan digunakan oleh konsumen selanjutnya sehingga terkadang konsumen sendiri yang akan membersihkan meja yang akan ditempati. Sehingga usulan yang diberikan adalah menyempatkan cairan pembersih ke meja makan yang selanjutnya akan digunakan dan dengan cepat mengangkat peralatan makan yang sudah selesai digunakan oleh konsumen sebelumnya.



Gambar 5.22

Kadaan Meja Sebelum Digunakan Oleh Konsumen Selanjutnya
Angkringan NARJI



Gambar 5.26

Keadaan Meja Sebelum Digunakan Oleh Konsumen Selanjutnya
Angkringan MAS JO

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 13**

Variabel 19 : Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel Frekuensi iklan yang ditampilkan pada media sosial . pihak angkringan jarang menggunakan media sosial untuk mengeksplor apa saja yang ada diangkringan tersebut, dimana usulan yang diberikan adalah keaktifan pihak Angkringan NARJI untuk menarik konsumen dengan aktif di media sosial dikarenakan banyak konsumen yang menggunakan berbagai jenis media sosial didalam telepon genggamnya.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 14

Variabel 38 : Kecepatan penyajian makanan dan minuman

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel Kecepatan penyajian makanan. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI Kecepatan penyajian makanan belum dirasa cukup oleh para konsumen dimana banyak pesanan oleh konsumen yang lain sehingga dapat membuat pelayan kewalahan dalam menyajikan makanan apabila ingin dipanaskan terlebih dahulu. Sehingga usulan yang diberikan adalah dengan mendahulukan konsumen yang memberikan pesanan terlebih dahulu kepada pelayan dimana dapat mempercepat kerja para pelayan tanpa perlu menunggu konsumen yang pertama kali datang dan juga dengan menambahkan fasilitas seperti kartu dan monopoli agar konsumen tidak merasa bosan pada saat menunggu pesanan yang akan datang.



Gambar 5.27

Mainan Untuk Menunggu Makanan

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 15

Variabel 22 : Kejelasan papan nama angkringan yang dipasang

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel kejelasan papan nama angkringan yang dipasang. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI kejelasan papan nama angkringan yang dipasang belum dirasa cukup oleh para konsumen dimana pihak Angkringan NARJI hanya menggunakan *banner* sebagai tanda untuk angkringan tersebut dimana pesaing terdekat yaitu Angkringan MAS JO sudah menggunakan papan nama elektronik yang dapat menarik konsumen yang lain. Usulan yang diberikan adalah menggunakan papan nama yang menarik untuk membuat para konsumen tertarik datang ke Angkringan NARJI dan membuat *banner* yang cukup menarik.



Gambar 5.28

Kejelasan Papan Nama Angkringan NARJI



Gambar 5.29

Kejelasan Papan Nama Angkringan MAS JO

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 16

Variabel 9 : Kemerarikan penyajian makanan

Berdasarkan hasil tabel dalam analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa tidak puas dengan variabel kemerarikan penyajian makanan dimana konsumen menginginkan tampilan berbeda dari angkringan yang biasanya. Maka usulan yang dapat diberikan adalah dengan memberikan tampilan unik pada penataan makanan pada saat akan disajikan kepada konsumen dengan memberikan lalapan sehingga dapat menarik konsumen, dimana konsumen yang datang sebagian besar adalah mahasiswa sehingga sangat memperhatikan kemerarikan makanan yang disajikan oleh Angkringan NARJI sehingga memiliki kelebihan dibandingkan pesaingnya.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 17

Variabel 20 : Kemudahan lokasi untuk dijangkau

Berdasarkan hasil tabel dalam analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa cukup puas dengan variabel kemudahan

menemukan lokasi Angkringan NARJI yang terletak di pusat kota dan letak Angkringan NARJI berada didekat kampus MBA ITB. Maka usulan yang dapat diberikan adalah sebelum jalan melalui angkringan diberikan petunjuk jalan seperti papan plang yang bertuliskan Angkringan NARJI beserta tanda panah ke arah angkringan.



Gambar 5.30
Contoh Petunjuk Jalan Ke Angkringan NARJI

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 18**

- Variabel 8 : Ketepatan buka dan tutup tempat

Berdasarkan hasil tabel dalam analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa puas dengan variabel ketepatan buka dan tutup tempat. Dimana pihak Angkringan NARJI waktu tutup dan buka yang sudah pasti sehingga membuat para konsumen merasa puas, apabila sudah membuat janji dengan rekan atau yang lain dengan menentukan jam untuk bertemu di angkringan dapat bertemu dengan tepat waktu dan sedikit kemungkinan konsumen datang Angkringan NARJI belum buka pada jam yang sudah ditentukan. Maka usulan yang dapat diberikan adalah memberikan jadwal atau waktu yang selalu tepat waktu dalam setiap harinya

sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mengatur waktu apabila akan mengunjungi Angkringan NARJI.

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 19**

Variabel 10 : Kemenarikan penyajian minuman

Saat ini konsumen sudah merasa puas dengan kemenarikan penyajian minuman di angkringan, dimana penyajian sudah cukup menarik dimana pada minuman yang dipesan menggunakan berbagai jenis gelas yang dapat menarik pengunjung. Usulan yang diberikan adalah dengan mempertahankan penggunaan setiap gelas tergantung jenis minuman yang dipesan dan juga memberikan tambahan toping untuk menambah kemenarikan minuman tersebut dimana konsumen yang datang sebagian besar adalah mahasiswa sehingga sangat memperhatikan kemenarikan minuman yang disajikan oleh Angkringan NARJI sehingga memiliki kelebihan dibandingkan pesaingnya.

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 20**

Variabel 28 : Kenyamanan meja dan kursi

Kenyamanan meja dan kursi merupakan satu hal yang penting bagi konsumen dimana pada saat ini kenyamanan meja dan kursi di Angkringan NARJI sudah cukup puas dirasa oleh konsumen namun masih kalah bersaing dengan pesaingnya yaitu Angkringan MAS JO. Maka dari itu usulan yang diberikan adalah selalu memperhatikan kursi dan meja yang ada seperti kursi yang sudah patah pada bagian kaki sebaiknya diganti dimana dapat mengganggu kenyamanan dari konsumen dan juga dapat menambah area untuk lesehan dimana target yang dituju adalah mahasiswa yang datang ke Angkringan untuk nongkrong sehingga

usulan menambah tempat untuk lesehan dapat membuat responden merasa nyaman dan dapat berkumpul dengan waktu yang cukup lama.



Gambar 5.31

Kursi Yang Sudah Tidak Layak Pakai

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 21**

Variabel 6 : Kelengkapan minuman yang disajikan

Dari hasil tabel analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa puas dengan variabel kelengkapan minuman yang disajikan. Berdasarkan observasi di Angkringan NARJI kelengkapan minuman yang disajikan sudah cukup dirasa oleh para konsumen, sehingga usulan yang diberikan adalah dengan selalu menyediakan minuman yang selalu tersedia sehingga konsumen dapat menikmati minuman yang diinginkan oleh konsumen.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 22

Variabel 31 : Ketanggapan pelayan saat menerima konsumen

Saat ini konsumen sudah merasa puas dengan ketanggapan pelayan saat menerima konsumen yang ditawarkan oleh Angkringan NARJI dimana pelayan cepat tanggap dengan permintaan dari konsumen untuk memesan makanan dan minuman. Oleh karena itu usulan yang harus diberikan kepada Angkringan NARJI adalah selalu mempertahankan sikap tanggap dari pelayan untuk menyambut konsumen yang baru datang maupun yang akan memesan makanan dan minuman.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 23

Variabel 37 : Ketepatan penyajian makanan dan minuman

Saat ini konsumen sudah merasa puas dengan variable ketepatan penyajian makanan namun Angkringan NARJI belum unggul dibandingkan dengan pesaing. Untuk itu usulan yang diberikan adalah selalu memperhatikan makanan dan minuman apa saja yang dipesan oleh konsumen dimana setiap pesanan dari konsumen yang akan dipanaskan kembali harus sesuai dengan apa yang dipesan dimana pemanasan dilakukan hanya untuk 2 sampai 3 porsi makanan saat dipanaskan sehingga tidak terjadi kesalahan pada penyajian makanan.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 24

Variabel 13 : Perbandingan harga minuman dengan pesaing

Saat ini konsumen merasa tidak puas dengan perbandingan harga dengan pesaing namun pada analisis gabungan variabel ini unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Oleh karena itu usulan yang harus diberikan adalah tetap mempertahankan harga yang

diberikan terhadap konsumen namun memperbaiki kualitas rasa dan minuman agar tidak kalah dari pesaing sehingga konsumen akan tetap bertahan dengan kualitas minuman yang disediakan oleh Angkringan NARJI dimana *targeting* untuk mahasiswa dimana harga menjadi faktor utama yang dirasa harus sebanding dengan uang saku dan sesuai dengan *positioning* yaitu makan enak gak perlu mahal .

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 25**

Variabel 33 : Kesopanan pelayan

Saat ini konsumen sudah merasa tidak puas dengan kesopanan pelayan terhadap konsumen namun variabel ini lebih unggul dibandingkan dengan pesaing. Oleh karena itu usulan yang harus diberikan terhadap pihak Angkringan NARJI adalah selalu memberikan senyum dan sapa kepada konsumen sehingga membuat konsumen merasa senang dengan sikap dari pelayan terhadap konsumen sehingga konsumen tertarik terhadap Angkringan NARJI dimana kesopanan pelayan merupakan salah satu faktor penting dalam hal ini.

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 26**

Variabel 24 : Kecukupan area parkir

Pada saat ini kecukupan area parkir yang disediakan oleh pihak Angkringan NARJI sudah lebih unggul dibandingkan dengan pesaing, dimana responden yang datang banyak menggunakan kendaraan pribadi sehingga area parkir yang dimiliki Angkringan NARJI dapat menampung kendaraan para konsumen.

Maka usulan yang dapat diberikan adalah dengan membagi area parkir untuk konsumen yang akan berkunjung ke Angkringan

NARJI agar konsumen tidak perlu parkir ditempat lain untuk makan di Angkringan NARJI.



Gambar 5.32

Area Parkir Angkringan NARJI



Gambar 5.33

Area Parkir Angkringan MAS JO

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 27

Variabel 35 : Ketepatan perhitungan pembayaran

Pada saat ini ketepatan perhitungan pembayaran yang terdapat pada Angkringan NARJI sudah lebih unggul jika dibandingkan dengan pesaingnya. Tetapi konsumen yang datang belum merasa puas dengan variable tersebut. Saat ini proses yang digunakan oleh pihak Angkringan NARJI adalah perhitungan manual, sehingga memungkinkan terjadi kesalahan pada perhitungan pembayaran .

Usulan yang dapat diberikan yaitu dengan menambahkan alat pembayaran seperti mesin kasir untuk dapat membantu dalam perhitungan untuk pembayaran dimana mesin tersebut juga memiliki pemisah uang agar tidak terjadi kesalahan dalam proses pembayaran.



Gambar 5.34

Mesin Kasir

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 28

Variabel 16 : Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan

Saat ini kesesuaian harga dengan kuantitas makanan sudah unggul dibandingkan dengan pesaing. Tetapi konsumen belum

merasa puas dengan apa yang sudah ada sekarang dimana ukuran makanan atau porsi yang diberikan oleh pihak Angkringan NARJI tidak sesuai dengan keinginan konsumen . Maka usulan yang harus dilakukan oleh pihak Angkringan NARJI adalah menyesuaikan harga makanan dengan porsi yang didapat, bila harga yang ditawarkan lebih mahal kemungkinan untuk menambahkan porsi makanan atau dapat membedakan ukuran makanan dengan harga yang berbeda.

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 29**

Variabel 12 : Perbandingan harga makanan dengan pesaing

Saat ini konsumen merasa tidak puas dengan perbandingan harga dengan pesaing namun pada analisis gabungan variabel ini unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Oleh karena itu usulan yang harus diberikan adalah tetap mempertahankan harga yang diberikan terhadap konsumen namun memperbaiki kualitas rasa dan makanan agar tidak kalah dari pesaing sehingga konsumen akan tetap bertahan dengan kualitas makanan yang disediakan oleh Angkringan NARJI.

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 30**

Variabel 14 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan

Saat ini kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan dinilai sudah lebih unggul dibandingkan dengan pesaing tetapi konsumen belum merasa puas dengan variabel kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan. Hal ini dapat disebabkan oleh kemungkinan makanan yang disajikan sisa dari hari sebelumnya yang tidak habis dan dijual kembali pada hari berikutnya membuat kualitas rasa yang ditawarkan kurang membuat puas konsumen .

Untuk itu usulan yang diberikan adalah dengan selalu menjaga kualitas rasa makanan dimana makanan yang disajikan harus selalu dalam keadaan yang baik agar konsumen merasa puas dengan kualitas rasa yang ditawarkan dan sebisa mungkin makanan harus habis pada hari itu saja agar pada hari berikutnya makanan yang disajikan terasa baik kualitas rasanya.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 31

Variabel 23 : Keamanan tempat parkir

Saat ini keamanan tempat parkir yang terdapat di Angkringan NARJI sudah unggul dibandingkan dengan pesaing. Tetapi konsumen belum merasa puas dengan tempat parkir yang sudah ada sekarang diakibatkan oleh banyak konsumen yang parkir namun tidak makan di Angkringan NARJI sehingga terkadang konsumen yang parkir untuk makan ditempat angkringan parkir cukup jauh dari angkringan sehingga tidak bisa dilihat langsung oleh juru parkir maupun pemilik langsung kendaraan.

Usulan yang diberikan untuk meningkatkan keamanan pada area parkir adalah membagi lahan parkir untuk konsumen yang ingin makan di Angkringan tersebut sehingga dapat memudahkan juru parkir untuk memantau kendaraan dari setiap tempat makan yang ada disekitarnya.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 32

Variabel 29 : Kebersihan peralatan makanan dan minuman

Saat ini kebersihan peralatan makan dan minum yang digunakan pada Angkringan NARJI sudah unggul namun konsumen belum merasa puas dengan yang diberikan oleh pihak Angkringan NARJI.usulan yang diberikan untuk meningkatkan

kepuasan konsumen yaitu dengan menggunakan alas kertas untuk meminimalkan noda yang tersisa dipermukaan piring dan juga pencucian peralatan yang baik dapat menghilangkan noda pada bagian dalam gelas.



Gambar 5.35
Penggunaan Piring Pada Makanan

❖ **Usulan Prioritas Perbaikan 33**

Variabel 8 : Kebersihan minuman yang disajikan

Saat ini kebersihan minuman yang disajikan sudah unggul dibandingkan dengan pesaing, dan responden sudah merasa puas dengan kebersihan minuman yang disajikan. Maka usulan yang diberikan terhadap pihak Angkringan NARJI yaitu tetap mempertahankan kebersihan dari minuman yang akan disajikan dimana faktor kebersihan menjadi faktor yang cukup berpengaruh untuk konsumen dalam memilih tempat makan dan selalu mengecek dari setiap minuman yang akan disajikan kepada konsumen.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 34

Variabel 15 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman

Saat ini kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman dinilai sudah lebih unggul dibandingkan dengan pesaing dan konsumen merasa puas dengan variabel kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman. Jenis minuman yang ditawarkan adalah minuman yang tinggal diseduh sehingga rasa dengan harga seimbang sehingga sudah cukup puas dirasakan oleh konsumen Angkringan NARJI.

Untuk itu usulan yang diberikan adalah dengan selalu menjaga kualitas rasa minuman agar konsumen selalu merasa puas dan juga selalu memberikan harga yang sesuai dengan kualitas dari minuman yang akan disajikan.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 35

Variabel 17 : Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman

Saat ini kesesuaian harga dengan kuantitas minuman sudah unggul dibandingkan dengan pesaing. Tetapi konsumen belum merasa puas dengan apa yang sudah ada sekarang dimana ukuran minuman atau porsi yang diberikan oleh pihak Angkringan NARJI tidak sesuai dengan keinginan konsumen,. Maka usulan yang harus dilakukan oleh pihak Angkringan NARJI adalah menyesuaikan harga minuman dengan porsi yang didapat, bila harga yang ditawarkan lebih mahal memungkinkan untuk memberi perbedaan ukuran sesuai harga yang ditawarkan ada ukuran kecil atau ukuran besar.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 36

Variabel 34 : Kecepatan proses pembayaran

Berdasarkan hasil tabel dalam analisis gabungan terlihat bahwa konsumen merasa puas dengan variabel kecepatan proses pembayaran dan juga sudah unggul dibandingkan dengan pesaing. Usulan yang diberikan untuk Angkringan NARJI adalah dengan menggunakan mesin kasir untuk mempercepat proses pembayaran dimana bila menggunakan mesin kasir dapat membantu pelayan dalam mengambil uang yang sudah tersusun rapih didalam mesin kasir.

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 37

Variabel 7 : Kebersihan makanan yang disajikan

Saat ini kebersihan makanan yang disajikan sudah unggul dibandingkan dengan pesaing, dan responden sudah merasa puas dengan kebersihan makanan yang disajikan.

Maka usulan yang diberikan terhadap pihak Angkringan NARJI yaitu tetap mempertahankan kebersihan dari makanan yang akan disajikan dimana faktor kebersihan menjadi faktor yang cukup berpengaruh untuk konsumen dalam memilih tempat makan dan selalu mengecek dari setiap makanan yang akan disajikan kepada konsumen

❖ Usulan Prioritas Perbaikan 38

Variabel 27 : Kelengkapan peralatan makanan yang ada

Untuk variabel kelengkapan peralatan makanan yang ada Angkringan NARJI sudah sudah lebih unggul dibandingkan dengan pesaing yaitu Angkringan MAS JO, dan juga konsumen sudah merasa puas dengan kelengkapan peralatan makanan yang

sudah diberikan oleh pihak Angkringan NARJI. Maka usulan yang dilakukan oleh pihak Angkringan adalah dengan selalu memperhatikan peralatan makan yang berada dimeja agar konsumen tidak perlu meminta terlebih dahulu peralatan makanan terhadap pelayan.

