

ANALISIS PERSAINGAN RUMAH MAKAN LOMIE

(Studi Kasus di Rumah Makan Lomie Lian Hoa

Jl. Astana Anyar 101, Bandung)

JURNAL TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Akademik

Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu

Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik

Universitas Kristen Maranatha

Disusun oleh :

Nama : Hendrik Adiputra

NRP : 0323005



FAKULTAS TEKNIK JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA

BANDUNG

2007

**ANALISIS PERSAINGAN RUMAH MAKAN LOMIE
(Studi Kasus di Rumah Makan Lomie Lian Hoa
Jl. Astana Anyar 101, Bandung)**

**LOMIE RESTAURANT COMPETITION ANALYSIS
(Case Study at Rumah Makan Lomie Lian Hoa
Jl. Astana Anyar 101, Bandung)**

Hendrik Adiputra¹, Yulianti²

hendrik_ap_8585@yahoo.com, yulianti@eng.maranatha.edu

ABSTRAK

Rumah Makan Lomie Lian Hoa (RM Lian Hoa) berdiri sejak tahun 1970. Masalah yang sedang dialami RM Lian Hoa adalah adanya penurunan penjualan. Untuk itu, pihak RM Lian Hoa perlu mengetahui faktor apa yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih RM Lomie, bagaimana persepsi konsumen terhadap RM Lian Hoa dibandingkan dengan pesaing utamanya, dan juga bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap RM Lian Hoa, serta bagaimana segmentasi, targeting dan positioning. Berdasarkan kuesioner pendahuluan didapatkan bahwa pesaing utama dari RM Lian Hoa adalah RM Lomie 61 dan RM Lomie Karuhun. Variabel penelitian menggunakan bauran pemasaran 7P dengan menggunakan teknik sampling purposive sampling untuk kuesioner penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis tingkat kepuasan konsumen, Correspondence Analysis dan analisis segmentasi, targeting, dan positioning. Penulis juga memberikan 2 prioritas usulan untuk meningkatkan daya saing RM Lian Hoa. Kata kunci: Persaingan

ABSTRACT

Rumah Makan Lomie Lian Hoa (RM Lian Hoa) founded since 1970. Problem which is experiencing of RM Lian Hoa is decrease of sales. For that, RM Lian Hoa shall have knowledge factors becoming Important of consumer in choosing RM Lomie, how perception of consumer to compared to RM Lian Hoa with major competitor, and how consumer satisfaction level, and also know segmentation, targeting and positioning. Pursuant to antecedent questioner got that major competitor of RM Lian Hoa is RM Lomie 61 and RM Lomie Karuhun. Variable Research use marketing mix 7P by using sampling technique of purposive sampling for the questioner of research. Research method which is used are consumer satisfaction level analysis, Correspondence Analysis and segmentation, targeting, and positioning analysis. Writer also give 2 proposal priority for improve competitiveness of RM Lian Hoa

Keywords: Competition.

¹ Hendrik Adiputra, mahasiswa jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

² Yulianti, dosen jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

1.1 Latar Belakang Masalah

Masalah yang dihadapi oleh rumah makan Lomie Lian Hoa adalah rumah makan Lomie Lian Hoa mengalami fluktuasi penjualan yang cenderung menurun dimana rumah makan Lomie Lian Hoa hanya mampu menjual kurang lebih 40 – 50 mangkuk lomie per harinya pada hari Senin – Jumat, dan menjual 70 – 100 mangkuk lomie per hari di hari Sabtu dan Minggu. Sebelum kondisi seperti ini terjadi rumah makan Lomie Lian Hoa mampu menjual kurang lebih 70 – 120 mangkuk lomie per harinya pada hari Senin – Jumat, dan menjual 150 – 250 mangkuk lomie per hari di hari Sabtu dan Minggu.

Apabila kondisi seperti ini tidak berubah maka dikhawatirkan rumah makan Lomie Lian Hoa akan mengalami penurunan penghasilan. Hal ini disebabkan volume penjualan yang cenderung menurun dari waktu ke waktu sehingga keuntungan yang diperoleh semakin berkurang.

1.2 Tinjauan Pustaka

1.2.1 Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapannya. (1,42)

Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan hasil atau kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. (8,28)

Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan. Umpan balik dari pelanggan secara langsung atau dari keluhan pelanggan merupakan alat untuk mengukur kepuasan pelanggan. Perusahaan yang memiliki dukungan pelanggan yang loyal akan dapat meningkatkan kinerja produk dari produsen sampai pengguna akhir secara optimal dan meningkatkan dukungan pelayanan kepada pelanggan. (4,5)

1.2.2 *Correspondence Analysis*

Hubungan interdependen atau saling ketergantungan antarvariabel atau data dapat dilakukan dengan *Multi Dimensional Scalling* (MDS) dan *Correspondence Analysis* (CA). MDS dan CA lebih berhubungan dengan objek dari suatu penelitian. Dalam terminologi (peristilahan) SPSS, kedua alat ini khususnya MDS akan memproses isi baris dan kolom sekaligus.

Secara prinsip, walaupun kedua alat tersebut menampilkan hasil utama dalam bentuk grafik, namun ada perbedaan dalam jenis data yang dapat di analisis.

- MDS dapat menganalisis data *nonmetrik* (nominal dan ordinal) ataupun data metrik (interval dan rasio)
- CA hanya dapat menganalisis data non metrik saja.

Walaupun CA mempunyai keterbatasan dalam jenis data, namun justru penggunaan CA sekarang cenderung lebih populer dibandingkan dengan MDS. Hal ini disebabkan karena CA mampu menempatkan objek pada map, sekaligus dengan atribut-atribut objek tersebut sehingga memberikan informasi yang relatif lebih lengkap.

1.2.3 Konsep Segmentation, Targeting, Positioning

❖ *Segmentation*

Menurut Kotler *segmentation* merupakan suatu usaha untuk meningkatkan ketepatan pemasaran. (1,292) Segmentasi dibagi ke dalam 3 kategori (1,300) :

- a. Demografis yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan kelas sosial
- b. Psikografis yang terdiri dari gaya hidup, status pemakai, kegunaan pakai, sikap terhadap produk, produk yang diminati, proses perolehan informasi, dan tahapan pembelian
- c. Geografis yang terdiri dari wilayah, kepadatan dan jumlah penduduk.

❖ *Targeting*

Menurut Kotler *targeting* merupakan proses penetapan segmen pasar mana yang akan dibidik. (1,314)

❖ *Positioning*

Menurut Kotler *positioning* adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi yang terbedakan di dalam benak pelanggan sasaran. (1,341)

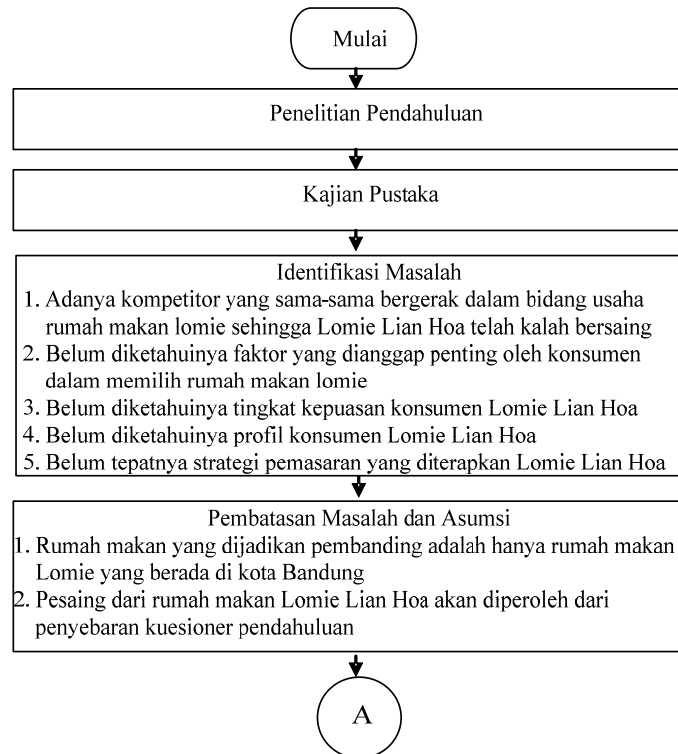
Beberapa kesalahan yang perlu dihindari dalam melakukan *positioning* (1,343) :

- a. Penentuan posisi yang kurang : pembeli seharusnya merasakan sesuatu yang khusus dari sebuah merk.
- b. Penentuan posisi yang berlebihan : pembeli memiliki citra sempit terhadap sebuah merk.
- c. Penentuan posisi yang membingungkan : posisi dalam benak konsumen terlalu sering diubah-ubah.

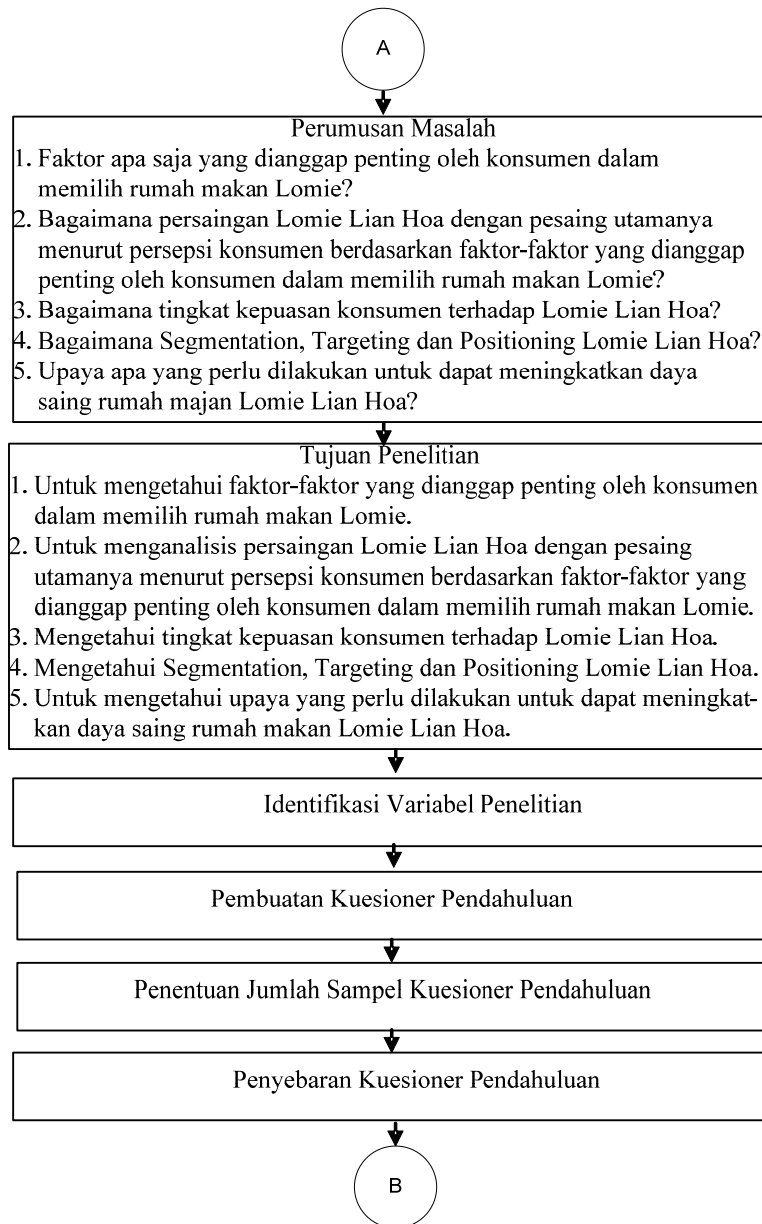
- d. Penentuan posisi yang meragukan : sukar mempercayai sebuah merk khususnya merk pendatang baru.

1.3 Metodologi Penelitian

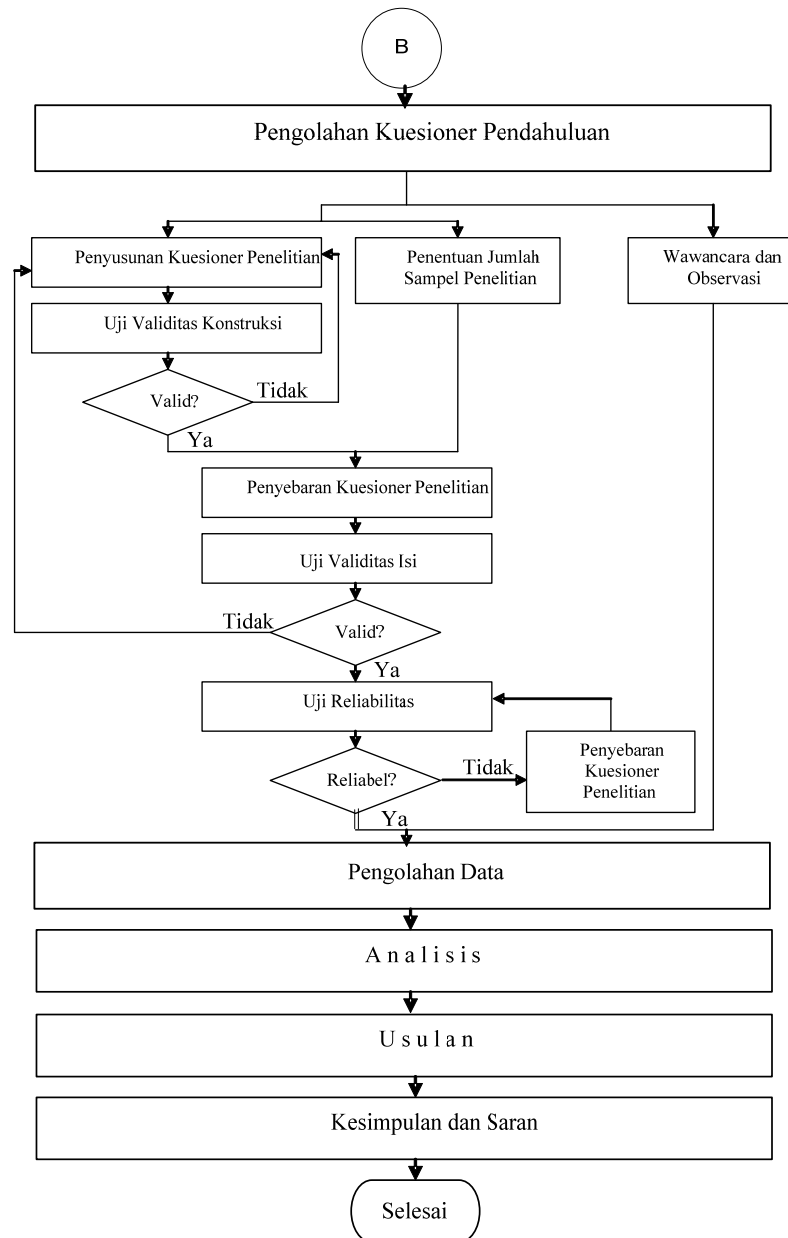
Untuk memberi kemudahan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, maka berikut ini adalah langkah-langkah penelitian yang dilakukan oleh penulis yang dapat dilihat dalam bentuk *flowchart* agar memperjelas dan memudahkan penulis mencapai tujuan yang diinginkan. Pada gambar 1.1 dibawah ini ditampilkan langkah-langkah penelitian yang dilakukan :



Gambar 1.1
Sistematika Penelitian



Gambar 1.1
Sistematika Penelitian (Lanjutan)



Gambar 1.1
Sistematika Penelitian (Lanjutan)

1.4 Pengumpulan Data

1.4.1 Kuesioner Pendahuluan

Kuesioner pendahuluan ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa yang dianggap penting bagi konsumen dalam memilih rumah makan lomie. Maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.1
Tabel Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan

No	Atribut Yang Diuji	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Keanekaragaman jenis makanan yang tersedia	37	3
2	Memiliki rasa makanan yang lezat	40	0
3	Jaminan kehalalan makanan yang disajikan	17	23
4	Kebersihan makanan yang terjamin	40	0
5	Keanekaragaman jenis minuman yang tersedia	35	5
6	Tersedianya layanan pesan antar	20	20
7	Harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan	39	1
8	Adanya bon pembelian yang jelas	22	18
9	Lokasi rumah makan yang mudah dijangkau	37	3
10	Tersedianya tempat parkir yang memadai	39	1
11	Kejelasan papan nama rumah makan	30	10
12	Adanya promosi melalui media cetak	35	5
13	Keramahan karyawan dalam melayani	35	5
14	Jumlah karyawan yang memadai	30	10
15	Kerapihan karyawan dalam berpakaian	17	23
16	Ketanggapan karyawan terhadap konsumen	38	2
17	Kebersihan rumah makan	38	2
18	Kejelasan daftar menu	24	16
19	Kejelasan daftar harga	31	9
20	Tersedianya <i>toilet</i>	37	3
21	Kebersihan <i>toilet</i>	37	3
22	Tersedianya <i>wastafel</i>	35	5
23	Kebersihan <i>wastafel</i>	35	5
24	Tersedianya jumlah meja dan kursi yang memadai	37	3
25	Tersedianya kelengkapan meja makan (tissue, tusuk gigi, sendok, garpu, dan sumpit)	40	0

Tabel 1.1
Tabel Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)

No	Atribut Yang Diuji	Jawaban	
		Ya	Tidak
26	Tersedianya makanan pelengkap (kerupuk, acar, bumbu-bumbu pelengkap lainnya)	39	1
27	Tersedianya pendingin ruangan (AC atau kipas angin)	22	18
28	Tersedianya sarana hiburan (televisi)	20	20
29	Kecepatan penyajian makanan	37	3
30	Ketepatan dalam perhitungan total biaya yang harus dibayar	40	0

Selain data dari atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen ada juga data pesaing dari Lomie Lian Hoa, maka rumah makan yang dianggap sebagai pesaing utama dari Lomie Lian Hoa adalah Lomie 61 yang dipilih oleh 29 responden dan Lomie Karuhun yang dipilih oleh 18 responden.

1.4.2 Kuesioner Penelitian

Tujuan penyusunan kuesioner penelitian adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap ketiga rumah makan lomie yang dibandingkan yaitu Lomie Lian Hoa dengan Lomie 61 dan juga Lomie Karuhun yang merupakan pesaing utamanya selain itu juga untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Lomie Lian Hoa serta bagaimana *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dari Lomie Lian Hoa

1.5 Pengolahan Data dan Analisis

1.5.1 Pengolahan Data dan Analisis Kuesioner Pendahuluan

Dari hasil pengolahan kuesioner pendahuluan dengan menggunakan pengujian Cochran Q Test, maka terdapat atribut yang dianggap tidak penting oleh sebagian konsumen yaitu:

- ❖ Jaminan kehalalan makanan yang disajikan
- ❖ Tersedianya layanan pesan antar
- ❖ Adanya bon pembelian yang jelas
- ❖ Kejelasan papan nama rumah makan
- ❖ Jumlah karyawan yang memadai
- ❖ Kerapihan karyawan dalam berpakaian
- ❖ Kejelasan daftar menu
- ❖ Kejelasan daftar harga
- ❖ Tersedianya pendingin ruangan (AC atau kipas angin)
- ❖ Tersedianya sarana hiburan (televisi)

1.5.2 Pengolahan Data dan Analisis Kuesioner Penelitian

➤ Pengolahan Tingkat Kepuasan Konsumen

Tabel 1.2
Tingkat Kepuasan Konsumen

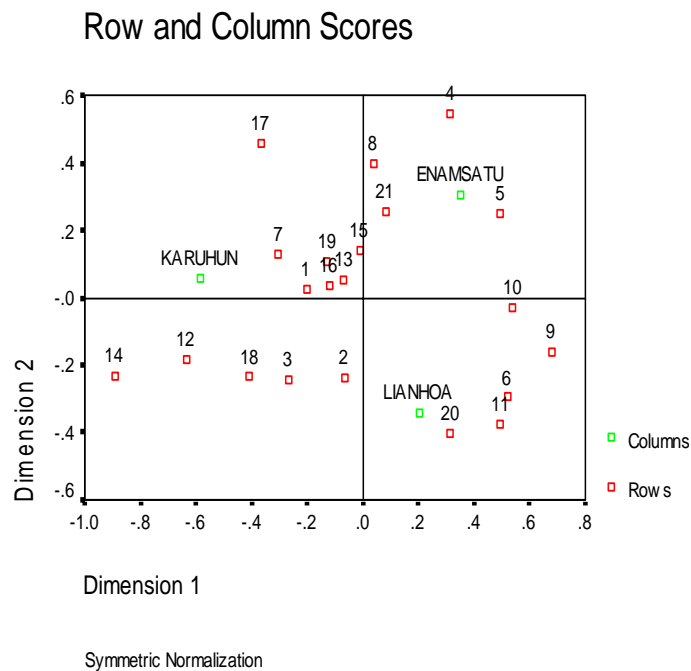
No	Atribut	Kepuasan				Total Nilai	Tingkat Kepuasan
		STP	TP	P	SP		
1	Keanekaragaman jenis makanan yang tersedia	0	13	58	39	356	Puas
2	Memiliki rasa makanan yang lezat	0	4	58	48	374	Puas
3	Kebersihan makanan yang terjamin	0	1	32	77	406	Sangat Puas
4	Keanekaragaman jenis minuman yang tersedia	44	34	19	13	221	Tidak Puas
5	Harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan	47	36	15	12	212	Tidak Puas
6	Lokasi rumah makan yang mudah dijangkau	0	7	54	49	372	Puas
7	Tersedianya tempat parkir yang memadai	24	26	31	29	285	Puas
8	Adanya promosi melalui media cetak	52	37	13	8	197	Tidak Puas
9	Keramahan pelayan dalam melayani	0	12	59	39	357	Puas
10	Ketanggapan pelayan terhadap konsumen	11	16	48	35	327	Puas
11	Ketanggapan kasir terhadap konsumen	7	23	40	40	333	Puas
12	Kebersihan rumah makan	5	9	53	43	354	Puas
13	Tersedianya <i>toilet</i>	0	12	58	40	358	Puas
14	Kebersihan <i>toilet</i>	28	26	31	25	273	Tidak Puas
15	Tersedianya <i>wastafel</i>	0	11	51	48	367	Puas
16	Kebersihan <i>wastafel</i>	11	16	49	34	326	Puas
17	Tersedianya jumlah meja kursi yang memadai	33	29	28	20	255	Tidak Puas

Tabel 1.2
Tingkat Kepuasan Konsumen (Lanjutan)

No	Atribut	Kepuasan				Total Nilai	Tingkat Kepuasan
		STP	TP	P	SP		
18	Tersedianya kelengkapan meja makan (tissue, tusuk gigi, sendok, garpu, dan sumpit)	5	9	52	44	355	Puas
19	Tersedianya makanan pelengkap (kerupuk, acar, bumbu-bumbu pelengkap lainnya)	5	9	53	43	354	Puas
20	Kecepatan penyajian makanan	11	16	49	34	326	Puas
21	Ketepatan dalam perhitungan total biaya yang harus dibayar	0	5	58	47	372	Puas

➤ **Pengolahan Correspondence Analysis**

Dari hasil pengolahan dengan metode CA diperoleh grafik *row and column scores* yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1.2
Grafik Rows and Column Scores

Berdasarkan grafik diatas, selanjutnya dapat diketahui kelemahan dari rumah makan Lomie Lian Hoa yaitu sebagai berikut:

- ❖ Keanekaragaman jenis makanan yang tersedia
 - ❖ Kebersihan makanan yang terjamin
 - ❖ Keanekaragaman jenis minuman yang tersedia
 - ❖ Harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan
 - ❖ Tersedianya tempat parkir yang memadai
 - ❖ Adanya promosi melalui media cetak
 - ❖ Kebersihan rumah makan
 - ❖ Kebersihan *toilet*
 - ❖ Tersedianya *wastafel*
 - ❖ Kebersihan *wastafel*
 - ❖ Tersedianya jumlah meja dan kursi yang memadai
 - ❖ Tersedianya kelengkapan meja makan (tissue, tusuk gigi, sendok, garpu, dan sumpit)
 - ❖ Tersedianya makanan pelengkap (kerupuk, acar, bumbu-bumbu pelengkap lainnya)
 - ❖ Ketepatan dalam perhitungan total biaya yang harus dibayar
- **Pengolahan *Segmentation, Targeting, dan Positioning***
- ❖ *Segmentation*
 - Jenis Kelamin : - Pria
- Wanita
 - Usia : - 15 tahun \leq Usia \leq 22 tahun
- 22 tahun $<$ Usia \leq 35 tahun
- 35 tahun $<$ Usia \leq 50 tahun
- usia $>$ 50 tahun
 - Pekerjaan : - Pelajar/Mahasiswa
- Wiraswasta

- Pegawai Swasta
- Ibu Rumah Tangga
- Pegawai Negeri
- Lainnya
- Uang Saku : - Uang Saku \leq 250 rb
 - 250 rb < Uang Saku \leq 1 juta
 - 1 juta < Uang Saku \leq 2 juta
- Penghasilan : - Penghasilan \leq 2 juta
 - 2 juta < Penghasilan \leq 4 juta
 - 4 juta < Penghasilan \leq 7.5 juta
 - Penghasilan > 7.5 juta
- Lokasi Tempat Tinggal : - Bandung Utara
 - Bandung Timur
 - Bandung Selatan
 - Bandung Barat
 - Luar kota

❖ *Targeting*

Berdasarkan data dari profil responden yang menjadi mayoritas konsumen dari rumah makan Lomie Lian Hoa maka dapat diketahui bahwa target pasar dari rumah makan Lomie Lian Hoa adalah sebagian besar konsumen dengan tingkat ekonomi menengah yang memiliki penghasilan Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00 per bulan. Selain itu juga sebagian besar konsumen dari rumah makan Lomie Lian Hoa memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, dan wiraswasta. Lokasi tempat tinggal dari konsumen rumah makan Lomie Lian Hoa kebanyakan adalah masyarakat yang tinggal di daerah Bandung Selatan, hal ini disebabkan karena lokasi dari rumah makan Lomie Lian Hoa ini

berada di kawasan Bandung Selatan. Selain itu juga konsumen rumah makan Lomie Lian Hoa berasal dari luar kota yang sedang berlibur di kota Bandung.

❖ *Positioning*

Berdasarkan data dari profil responden yang menjadi konsumen dari rumah makan Lomie Lian Hoa pihak rumah makan Lomie Lian Hoa memposisikan dirinya sebagai rumah makan lomie yang diperuntukan bagi masyarakat kelas menengah yang memiliki penghasilan Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00 per bulan, hal ini dibuktikan dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen untuk satu porsi lomie berada dikisaran Rp. 15.000,00. Sedangkan berdasarkan data dari profil responden yang menjadi konsumen dari rumah makan Lomie 61 maka pada saat ini rumah makan Lomie 61 memposisikan dirinya sebagai rumah makan lomie yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dari berbagai tingkat penghasilan, hal ini dibuktikan dengan harga yang ditawarkan yang relatif lebih murah dari pada rumah makan lomie lainnya yaitu berada dikisaran Rp. 11.000,00. Dan berdasarkan data dari profil responden yang menjadi konsumen dari rumah makan Lomie Karuhun maka rumah makan Lomie Karuhun saat ini memposisikan dirinya sebagai rumah makan lomie yang cukup mewah dan diperuntukan bagi masyarakat kelas atas yang memiliki penghasilan diatas Rp 4.000.000,00 per bulan, hal ini ditunjukkan dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen yang relatif lebih tinggi dari pada rumah makan lomie lainnya yaitu berada dikisaran Rp. 18.000,00 dan juga kondisi rumah makan yang lebih baik dibandingkan dengan rumah makan lomie lainnya.

Maka dapat dilihat bahwa ketiga rumah makan lomie memiliki *positioning* yang berbeda khususnya dari segi harga yang ditawarkan kepada konsumen berdasarkan golongan ekonomi masyarakat.

1.6 Usulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan perhitungan tingkat kepuasan konsumen, metode *Correspondence Analysis* dan juga target pasar maka dapat dilihat bahwa rumah makan Lomie Lian Hoa memiliki beberapa kekurangan yang harus mendapatkan prioritas pertama untuk diperbaiki. Hal ini dikarenakan berdasarkan tingkat kepuasan konsumen, konsumen merasa tidak puas dan juga kelima atribut ini merupakan kekurangan dari rumah makan Lomie Lian Hoa. Maka usulan upaya-upaya perbaikan yang dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak rumah makan Lomie Lian Hoa yang diklasifikasikan berdasarkan metode bauran pemasaran (7P) adalah :

- *Product*
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya menambah berbagai jenis minuman yang tersedia di rumah makan, dengan membuka stand minuman yang menyajikan berbagai jenis minuman seperti jus buah-buahan segar, es campur, es sop buah dan lain sebagainya.
- *Price*
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya melakukan penurunan harga makanan yang ditawarkan. Selain itu Lomie Lian Hoa dapat juga menambahkan porsi makanan yang diberikan seperti menambahkan jumlah baso maupun jumlah sayuran yang

diberikan. Jika hal ini tidak memungkinkan untuk dilakukan maka Lomie Lian Hoa dapat juga memberikan potongan harga pada jam-jam tertentu misalnya pada pukul 15.00-17.00 untuk dapat menarik konsumen yang dijadikan target pasar dari rumah makan Lomie Lian Hoa. Ataupun dengan memberikan *voucher discount* jika konsumen telah melakukan pembelian diatas jumlah dan jangka waktu tertentu.

- *Promotion*
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih sering melakukan promosi melalui media cetak, dengan cara memasang iklan-iklan dengan frekuensi yang lebih sering di berbagai media cetak yang banyak terdapat dikota Bandung seperti koran-koran, tabloid-tabloid yang dikhususkan sebagai media promosi yang disebarakan secara gratis kepada konsumen. Selain itu juga rumah makan Lomie Lian Hoa dapat melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur-brosur kepada konsumen secara langsung.
- *Physical Evidence*
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih memperhatikan kebersihan *toilet*, dengan lebih sering melakukan pengecekan kebersihan *toilet* yang ada dan juga membersihkannya. Selain itu juga dapat dilakukan pemasangan pengharum *toilet* yang banyak tersedia dipasaran.
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya menambah jumlah meja dan kursi yang ada. Jika hal ini tidak memungkinkan untuk dilakukan maka rumah makan Lomie Lian Hoa dapat melakukan beberapa strategi untuk dapat membagi jumlah kunjungan konsumen agar tidak datang pada saat yang

bersamaan, dengan cara memberikan potongan harga pada jam-jam tertentu misalnya pada pukul 15.00-17.00. Ataupun dengan menambah jam buka rumah makan yang semula dari pukul 07.00-18.00 menjadi dari pukul 07.00-21.00.

Selain kekurangan-kekurangan tersebut rumah makan Lomie Lian Hoa juga memiliki beberapa kekurangan lainnya walaupun bukan merupakan prioritas perbaikan. Hal ini dikarenakan walaupun berdasarkan tingkat kepuasan konsumen, konsumen merasa puas, namun berdasarkan persepsi konsumen terhadap rumah makan Lomie Lian Hoa atribut-atribut ini merupakan kekurangan dari rumah makan Lomie Lian Hoa. Maka usulan upaya-upaya perbaikan yang dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak rumah makan Lomie Lian Hoa yang diklasifikasikan berdasarkan metode bauran pemasaran (7P) adalah :

- *Product*
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya menambah jenis-jenis makanan yang tersedia, dengan cara menyajikan menu-menu baru seperti bihun manis, bihun asin, mie kuah, bihun kuah dan lain sebagainya. Selain itu juga rumah makan Lomie Lian Hoa dapat juga menyediakan makanan rumahan seperti berbagai jenis sayur matang yang dapat dibawa pulang.
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih memperhatikan kebersihan makanan yang disajikan kepada konsumen, dengan cara memindahkan posisi etalase tempat memasak ke bagian dalam dari rumah makan sehingga kebersihan makanan yang disajikan lebih terjamin.

- *Place*
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya dapat menyediakan tempat parkir khusus bagi pengunjung rumah makan, dengan cara bekerja sama dengan tukang parkir yang bertugas untuk dapat menyediakan tempat parkir yang ada didepan rumah makan Lomie Lian Hoa khusus untuk pengunjung rumah makan Lomie Lian Hoa saja terutama pada saat jam-jam makan.
- *Physical Evidence*
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih memperhatikan kebersihan dari rumah makan, dengan lebih sering melakukan pengecekan kebersihan rumah makan yang ada dan juga membersihkannya.
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih mengefektifkan penggunaan *wastafel* yang ada pada saat ini agar selalu dapat berfungsi dengan baik, dengan cara melakukan pengecekan berkala terhadap *wastafel* yang ada sehingga jika ada kerusakan dapat segera dilakukan perbaikan.
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih memperhatikan kebersihan dari *wastafel* yang ada agar dapat selalu berfungsi dengan baik, dengan cara lebih sering melakukan pengecekan kebersihan dari *wastafel* yang ada dan juga membersihkannya.
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih memperhatikan ketersediaan kelengkapan meja makan, dengan cara menugaskan seorang pelayan untuk selalu memperhatikan kelengkapan meja makan yang ada, sehingga jika ada kelengkapan meja makan yang habis dapat segera ditambah.

- Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih memperhatikan ketersediaan makanan pelengkap, dengan cara menugaskan seorang pelayan untuk selalu memperhatikan ketersediaan makanan pelengkap yang ada, sehingga jika ada makanan pelengkap yang habis dapat segera diisi kembali.
- *Process*
 - Rumah makan Lomie Lian Hoa sebaiknya lebih memperhatikan ketepatan dalam perhitungan total biaya yang harus dibayar oleh konsumen, dengan lebih meningkatkan ketelitian kasir pada saat melakukan perhitungan total biaya yang harus dibayar oleh konsumen. Selain itu juga untuk mempermudah proses ini dapat juga disediakan mesin kasir sederhana yang banyak tersedia dipasaran.

1.7 **Saran**

Saran yang diberikan untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya rumah makan Lomie Lian Hoa tetap menjaga faktor-faktor yang menjadi kelebihan saat ini sehingga dapat memperkuat kedudukannya dalam persaingan bisnis.
2. Sebaiknya rumah makan Lomie Lian Hoa belajar dari kekurangan-kekurangan yang ada dan mempertimbangkan usulan-usulan yang telah diberikan agar kekurangan-kekurangan yang selama ini dimiliki dapat dikurangi atau bahkan dihilangkan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kotler, P.; 2002, "***Manajemen Pemasaran***", Jilid 1, Edisi milenium, PT Prenhallindo, Jakarta.
2. Kotler, P.; 2002, "***Manajemen Pemasaran***", Jilid 2, Edisi milenium, PT Prenhallindo, Jakarta.
3. Muis, R.; 2004, "***Diktat Kuliah Analisis Data Statistik***", Bandung.
4. Rangkuti, F.; 2003, "***Measuring Customer Satisfaction***", Cetakan Kedua, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
5. Santoso, S., dan Fandy Tjiptono.; 2001, "***Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS***", PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
6. Singarimbun, M., dan Sofian Effendi.; 1995, "***Metode Penelitian Survei***", PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.
7. Sugiyono; 2003, "***Metode Penelitian Administrasi***", Cetakan kesembilan, Alfabeta, Bandung.
8. Tjiptono, F.; 1995, "***Strategi Pemasaran***", Edisi 2, Penerbit Andi Yogyakarta.