

ABSTRAK
ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK
RUMAH MAKAN AYAM GORENG

Studi Kasus : Rumah Makan Ayam Goreng Ny. Suharti Jalan Laksda
Adisucipto Km.7 Yogyakarta

Elisabeth Eli Galih Tami
991334121
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) karakteristik konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Ny. Suharti, (2) atribut produk yang menjadi prioritas konsumen dalam melakukan pembelian, (3) tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk, (4) apakah ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap atribut produk dalam hal cita rasa ditinjau dari jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan. Penelitian studi kasus ini dilakukan pada Rumah Makan Ayam Goreng Ny. Suharti Jalan Laksda Adisucipto Km.7 Yogyakarta pada bulan September-Oktober 2004.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli ayam goreng di Ayam Goreng Ny. Suharti pada bulan September-Oktober 2004 sejumlah kurang lebih 1000 orang dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel secara insidental (*incidental sampling*), yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah : (1) Kuesioner, (2) Wawancara, dan (3) Dokumentasi. Untuk menjawab masalah pertama digunakan Analisis Persentase, masalah kedua digunakan Analisis Prioritas, masalah ketiga digunakan Analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IKP), dan masalah keempat digunakan Chi Square Analysis.

Dari hasil analisis data diperoleh hasil sebagai berikut : (1) diketahui karakteristik konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Ny. Suharti sebagian besar adalah pria (58%), berusia tua (51%), tingkat pendidikan tinggi (52%), jenis pekerjaan wiraswasta (39%), dan tingkat pendapatan tinggi (56%), (2) atribut yang menjadi prioritas konsumen dalam melakukan pembelian adalah cita rasa, diikuti oleh pelayanan, dan terakhir adalah kemasan, (3) tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk adalah puas, (4) tidak ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap atribut produk dalam hal cita rasa ditinjau dari jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF CONSUMER'S SATISFACTION TOWARD THE PRODUCT ATTRIBUTES OF FRIED CHICKEN RESTAURANT

A Case Study at : "Ayam Goreng Ny. Suharti" Restaurant, Laksda Adisucipto 7,
Yogyakarta

Elisabeth Eli Galih Tami

991334121

Sanata Dharma University

The objectives of this research were to know (1) consumers' characteristics of "Ayam Goreng Ny. Suharti" restaurant, (2) the attributes of the products which were considered as the most priority in buying decision of the consumers, (3) the level of satisfaction of the consumers toward "Ayam Goreng Ny. Suharti" products, (4) the differences of consumer's satisfaction dealing with the taste viewed from sex, educational level, and kinds of job. This case study was conducted at "Ayam Goreng Ny. Suharti" restaurant, Jalan Laksda Adisucipto Km. 7, Yogyakarta.

The population of this research was all of the consumers who bought fried chicken at "Ayam Goreng Ny. Suharti" restaurant from September to October 2004 approximately 1000 people. A number of the samples were 100 consumers that was taken by incidental sampling techniques method, meaning that anyone who accidentally met and appropriate with the consideration of the research would be the samples. The techniques used to collect the data were (1) questionnaire, (2) interviews, and (3) documentation. In answering the first problem, Percentage Analysis was implemented, whereas the second problem implemented Priority Analysis, third problem used Analysis Index of Consumer's Satisfaction (IKP), and for the fourth problem, Chi Square Analysis was applied.

Based on the data analysis result, the research findings could be summarised as follows : (1) the most consumers in "Ayam Goreng Ny. Suharti" restaurant were males (58%), old (51%), high educational level (52 %), private employees (39%), and high level income (56%), (2) based on the consumer's priority, the product attributes which was prioritized by consumers in buying decision was the taste then followed by service, and package (3) the consumers were satisfied with the product attributes, (4) finally, seeing from Chi Square, there were no differences of consumer's satisfactions dealing of the taste viewed from gender, educational level, and kinds of job.