

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH
MAKAN VEGETARIAN DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

IRVAN MAULANA NASUTION

NPM : 1404300262

Program Studi : Agribisnis



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH
MAKAN VEGETARIAN DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

IRVAN MAULANA NASUTION

NPM : 1404300262

Program Studi : Agribisnis

**Disusun Sebagai salah satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata I (S1) Pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing:



Ainal Marahiyah, S.P., M.Si
Ketua



Syahri Syawal Harahap, S.P., M.Si
Anggota

Disahkan Oleh:

Dekan



Ir. Asritansyah, M.P.

Tanggal lulus : 19 Oktober 2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya :
Nama : IRVAN MAULANA NASUTION
NPM : 1404300262
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programming yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, November 2018

Yang Menyatakan



(Irvan Maulana Nasution)

RINGKASAN

IRVAN MAULANA NASUTION (1404300262) Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan. Dibimbing oleh **Ibu Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si** dan **Bapak Syahri Syawal Harahap, S.P., M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumenterhadap rumah makan vegetarian di kota Medan dan menganalisis bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di kota Medan. Pemilihan lokasi di Kota Medan dilakukan dengan pertimbangan bahwa daerah ini sebagai lokasi penelitian dikarenakan lokasi ini sangat strategis dan terjangkau bagi peneliti.. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Medan

Metode penentuan sampel ini dilakukan dengan metode dengan teknik probability sampling yaitu proportionate stratified random sampling dengan menggunakan rumus slovin., dengan jumlah responden yaitu 99 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis importance performance analysis (IPA) yang kemudian di petakan di dalam diagram kartesius dan analisis indeks kepuasan konsumen. Hasil Tingkat kepuasan konsumen (Customer Satisfaction Index) adalah sebesar 68,60 persen yang dinyatakan puas

Kata Kunci : Vegetarian, Rumah Makan, Persepsi, Kepuasan konsumen.

RIWAYAT HIDUP

Irvan Maulana Nasution, lahir pada tanggal 31 Juli 1996 di Kota Medan, Sumatera Utara. Putra kedua dari empat bersaudara anak dari ayahanda Ir. Ahmad Ali Nasution dan Ibunda Ir. Lismayani Siregar.

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh adalah :

1. Pada tahun 2002 - 2008 telah menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 060866 Medan.
2. Pada tahun 2008 - 2011 telah menyelesaikan pendidikan di SMP Pertiwi Medan.
3. Pada tahun 2011 - 2014 telah menyelesaikan pendidikan di SMA Dharmawangsa Medan.
4. Pada tahun 2014 diterima sebagai mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pengalaman masa kuliah di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara adalah sebagai berikut :

1. Mengikuti Masa Penyambutan Mahasiswa Baru (MPMB) pada tahun 2014
2. Pada tahun 2017 Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT.PD Paya Pinang
3. Pada tahun 2018 melaksanakan penelitian skripsi dengan judul Analisis kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di kota Medan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tersayang Ayahanda Ahmad Ali Nasution dan Ibunda Lismayani Siregar yang telah mendidik dan memberikan semangat berupa dukungan, do'a dan materi kepada penulis.
2. Ibu Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si selaku ketua pembimbing penulis dalam menyusun skripsi.
3. Bapak Syahri Syawal Harahap, S.P., M.Si selaku anggota pembimbing penulis dalam menyusun skripsi.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti S.P, M.Si selaku Ketua Jurusan Agribisnis.
5. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Para dosen yang ada di Fakultas Pertanian terkhusus program studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Pemilik serta staff rumah makan vegetarian di kota Medan yang telah memberikan informasi dan segala bantuan yang diberikan kepada penulis.
8. Teman seperjuangan angkatan 2014 khususnya Agribisnis 3 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang selalu memberikan bantuan dan semangat.

9. Sahabat-sahabat penulis Nurul Diniaty, Annisa Nur Bahri, Fitri Widyanti, M. Iqbal Maulana, Andre Effendi, M. Fachrul Rozie, M. Rizky Pratama, Choirunnisa Siregar, Khairunidda, Putri Khairiyah, Saskia Ulfa, Novera Ayuningsih, Nurul Hafnida, Zuhrotul Fauziah, Rizky Pratama, Ahmad Maulana, Sri Hartati, Ganda Surya yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah semua ini diserahkan dan semoga Allah memberikan imbalan yang setimpal pada mereka yang telah memberikan bantuan, Aamiin Yaa Rabbal' Aalamiin.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beriring salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad Saw. Skripsi ini berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan”. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Studi Strata 1 (S1) pada program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen rumah makan vegetarian di kota Medan dan menganalisis bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di kota Medan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen rumah makan vegetarian di kota Medan sebagai responden.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dari skripsi ini, baik dari segi materi maupun penulisannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis agar penelitian ini menjadi lebih sempurna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, September 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian.....	5
Kegunaan Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
Landasan Teori.....	7
Penelitian Terdahulu	19
Kerangka Pemikiran	21
METODE PENELITIAN.....	23
Metode Penentuan Lokasi.....	23
Metode Penentuan Sampel.....	23
Metode Pengumpulan Data.....	26
Metode Analisis Data	26
Defenisi dan Batasan Oprasional	31
DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN	32
Letak Geografis	32
Wilayah Administratif dan Kependudukan	32
Karakteristik Responden.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	37

Persepsi konsumen	37
Tingkat kepuasan konsumen.....	47
KESIMPULAN DAN SARAN	49
Kesimpulan	49
Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan.....	4
2.	Indikator Persepsi.....	16
3.	Jumlah Sampel.....	25
4.	Skor Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan Konsumen....	27
5.	Kriteria Nilai Customer Satisfaction (CSI)	31
6.	Jumlah Penduduk Kota Medan Dirinci menurut Jenis Kelamin Tahun 2016.....	34
7.	Jumlah Penduduk Kota Medan Dirinci menurut Jenis Kelamin Tahun 2016.....	34
8.	Jumlah Rumah Makan di Kota Medan Dirinci menurut Kecamatan Tahun 2016.....	35
9.	Distribusi Sampel Berdasarkan Kelompok Umur	36
10.	Distribusi Sampel Berdasarkan jenis kelamin	37
11.	Bobot penilaian tingkat kepentingan konsumen terhadap faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian.....	39
12.	Bobot penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian.....	41
13.	Perhitungan rata rata dari penilaian kinerja dan kepentingan faktor faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian	43
14.	Hasil kesesuaian rata rata tingkat kepentingan dan kinerja rumah makan vegetarian	45
15.	Perhitungan analisis IPA atas kinerja dan kepentingan rumah makan Vegetarian di kota Medan	48

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	22
2.	Diagram kartesius	29
3.	Diagram Kartesius IPA Atribut faktor yang harus diperhatikan Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Tingkat Harapan	54
2.	Tingkat Kinerja.....	46

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia adalah makhluk hidup yang memiliki berbagai macam kebutuhan dalam menjalankan aktivitasnya. Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah kebutuhan makanan dan minuman, hal ini masyarakat mengalami perubahan pola konsumsi yang sejalan dengan peningkatan kebutuhan terhadap makanan yang berkualitas dan sehat. Pola dan gaya hidup (lifestyle) masyarakat Indonesia khususnya di wilayah perkotaan cenderung mengalami perubahan yang cukup signifikan terkait perkembangan dalam bidang ilmu pengetahuan serta teknologi. Salah satu hal yang dapat kita lihat adalah perubahan pola konsumsi masyarakat yang sejalan dengan peningkatan kebutuhan terhadap makanan yang berkualitas.

Pergeseran pola konsumsi makanan tradisional ke makanan modern dalam era globalisasi saat ini disebabkan oleh beberapa hal seperti peningkatan pendapatan, perubahan gaya hidup, dan mobilitas yang tinggi di perkotaan, sehingga konsumen cenderung lebih memilih makanan modern. Hal ini disebabkan karena makanan modern dengan segala fasilitas terbaru dapat memberikan kepuasan atau alasan tersendiri dalam mengkonsumsinya (Sumarwan, 2002).

Kepuasan konsumen juga sulit diukur namun harus dicari dimensi-dimensinya untuk mempermudah pengukurannya. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah dimensi produk dan dimensi kualitas jasa pelayanan. Dimensi produk terdiri dari elemen-elemen yaitu variasi harga disertai indikator-indikatornya. Sedangkan dimensi kualitas jasa terdiri dari elemen-

elemen yaitu keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud disertai indikator-indikatornya.

Dengan pola hidup yang memperhatikan kebutuhan makanan yang berkualitas, maka meningkatlah pengaturan pola makanan sebagai salah satu kunci terpenting untuk menjamin kesehatan pribadi. Oleh karena itu, tidaklah heran jika saat ini semakin banyak ditemukan berbagai konsep alternatif tentang healthy food misalnya berupa diet berdasarkan golongan darah, jus kombinasi, herbal dan juga vegetarian. Dalam pengaturan pola makanan juga dianjurkan adanya keseimbangan. Salah satunya konsep alternatif tentang healthy food adalah pola hidup vegetarian. Vegetarian adalah salah satu bentuk tekad kembali ke alam (Pebi Purwosuseno, 2007).

Kebiasaan makan vegetarian adalah kebiasaan makan yang tidak mengkonsumsi makanan yang berasal dari produk hewani. Berbagai penyakit timbul karena cara hidup yang kurang sehat atau perilaku yang salah. Hal yang paling ditakuti oleh orang adalah pikiran tentang kemungkinan terserang penyakit tertentu yang akhirnya mematikan. Sejalan dengan meningkatnya angka kematian akibat beberapa penyakit degeneratif, seperti penyakit jantung, penyumbatan pembuluh darah, kanker, kegemukan, hipertensi, stress, dan kolestrol tinggi, pola hidup sehat dengan vegetarian merupakan pilihan yang paling tepat (Mohammad, 1996).

Menurut penelitian di Amerika, para nabatiwan lebih sehat, panjang umur, bahkan awet muda. Mereka juga terhindar dari penyakit jantung. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa serat dalam sayur dan buah amat berguna bagi kesehatan yang mengakibatkan populernya vegetarianisme di dunia. Diet

vegetarian telah menunjukkan efek menurunkan tekanan darah pada pasien hipertensi, dan mencegah terjadinya hipertensi pada orang normal. Penelitian juga menunjukkan wanita vegetarian yang telah memasuki menopause akan berkurang risiko penyakit jantung, kanker endometrium dan kanker payudara dibanding wanita dengan diet normal. Masakan Vegetarian merupakan jenis-jenis masakan yang menggunakan bahan-bahan nabati, atau non hewani yang tidak menggunakan daging sebagai bahan masakannya.

Ada beberapa alasan orang menjadi vegetarian salah satunya keyakinan agama, misalnya agama budha, hindu, dan Kristen advent. Tidak dapat dipungkiri bahwa agama budha merupakan agama yang pengikutnya banyak menerapkan gaya hidup vegetarian dalam hidupnya.

Di kota Medan terdapat berbagai jenis usaha rumah makan salah satu diantaranya ialah rumah makan vegetarian. Dimana kita ketahui bahwa rumah makan vegetarian menyediakan makanan khusus vegetarian.

Tabel 1. Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan

NAMA RUMAH MAKAN	ALAMAT	NOMOR TLP
My Grandma Vegetarian	Jl. Timor Baru II No. 52/73	061 4533945
Bambu Vegetarian	Jl. Bambu I No. 72 Medan	(061)6538320
Lotus Vegetarian	Jl. Singa No. 221 Medan	-
Pondok Sehat Vegetarian	Jl. Bangka No. 25-C Medan	(061)4567625
Sumatera Vegetarian	Jl. Gatot Subroto No. 36 Medan	(061)4158852
JC VEGETARIAN	Jl. Mustafa No.7-37 Medan	(061)4550368
Vegetarian Indonesia	Jl. Gandhi No. 222 Medan	(061)7363300
Bhagawanta Vegetarian	Jl. Teuku Umar No.40c	061 4533992
RM AROMA MAITRI	Jl. Wahidin No. 14	061 4521079
RM BRAYAN	Jl. Cemara Boulevard Blok C No. 168	061 77768863 / 0812 630 5003
RM BRAYAN	Jl. Pertempuran No. 72	061 618103 / 6620296
RM BIDUK	Jl. Orion No. 45	061 4522468
RM LOVING HEART	Jl. Singa No. 233	061 4152406
RM LOVING HEART	Jl. Putri Hijau (Plaza Deli) Blok A1/2/3/4 Gr. Floor	061 4556214
RM NIE-NIE	Jl. Prof. H. M. Yamin No. 23 W	061 4566745
RM ANIANG	Jl. Sumatera Simp. Tapanuli No. 68E	08196014275
RM THIEN THIEN	Jl. Wahidin No. 56B / 4B	061 4574613
RM YOSE RIZAL	Jl. Yose Rizal No. 63/121 Simp. Lampung	061 77559948
RM VEG. CENDANA	Jl. Asia Megamas Blok N No. 26	061 7357773
RM VIGIE HUT	Jl. Strawberry Komp. Cemara Asri No. 88	061 6644438
RM VISHAKA	Komp. Multatuli Blok G No. 19-20	061 4514066
RM ANSARI	Jl. Ansari No. 36	061 7366456
RM FO YUAN	Jl. Yos Sudarso No. 142	061 6628244/6613572
RM MEDAN	Jl. Airlangga No. 25/23 A	061 4155570
RM HARMONIS VEGETARIAN	Jl. Wahidin No. 108 C	061 4510969
RM SOCRATES	Jl. Airlangga No. 14C	061 4568950
TOKO HEALTHY RESTO	Jl. Cemara Boulevard Utara No. 8	061 6633300
VEGETARIAN KOPI TIAM	Jl. Singa (Simp. Jl. Rusa) No. 221 A	061 76598638/91051107

Sumber www.ivs-online.org

Rumah makan vegetarian yang ada di Kota Medan mempunyai banyak kekuatan yang mungkin dapat di jadikan usaha yang cukup maksimal diantaranya tempat yang sangat strategis, makanan yang menspesialkan sayuran sebagai menu utama dengan cukup banyak penggemarnya. Banyaknya pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menentukan pilihannya masing masing.

Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi pertimbangan konsumen, baik produknya sendiri maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Dalam kondisi persaingan yang ketat, maka yang harus diprioritaskan oleh restoran adalah tingkat kepuasan konsumen dengan maksud agar konsumen tetap loyal dan tidak pindah ke restoran lain. Hal tersebut hanya dapat dicapai jika kebutuhan konsumen terpenuhi, yang artinya makanan yang dijual tidak hanya berkualitas tapi juga bervariasi, harga yang bersaing dan pelayanan yang menyenangkan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan ?

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan
2. Untuk menganalisis bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan
2. Sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Vegetarian

A. Sejarah vegetarian

Vegetarian berasal dari kata latin vegetus yang berarti keseluruhan, sehat, dan hidup. Vegetarian sudah ada sejak jaman dulu. Sejarah mencatat, vegetarian sudah di praktikan di India sebagai ritual keagamaan tahun 2000 SM. Phytagoras seorang ahli matematika Yunani merupakan seorang vegetarian dan salah satu orang yang mengajarkan pola makan tanpa daging. Phytagoras mendirikan sekolah yang dimana murid – muridnya menjalankan pola makan vegetarian. Istilah vegetarian pertama kali dipopulerkan pada 30 september 1847 oleh Joseph Brotheron, di Northwood Villa, Kent, Inggris. Saat itu pula terbentuk satu komunitas vegetarian di Inggris (Ara rossi, 2012).

B. Pengertian vegetarian

Vegetarian mengandung dua pengertian, yaitu sebagai kata benda dan kata sifat. Sebagai kata benda, berarti orang yang berpantang makan daging, tetapi hanya sayur sayuran dan bahan makanan nabati lainnya. Sebagai kata sifat berarti tidak mengandung daging atau kebiasaan berpantang daging. Vegetarian berasal dari kata latin vegetus, yang artinya kuat, aktif, dan bergairah, (Susianto, 2008).

Sedangkan menurut (Karnia Padmasuri, 2015) vegetarian merupakan sebutan bagi orang yang hanya mengonsumsi makanan dari tumbuh tumbuhan yang meliputi sayur- sayuran, biji-bijian, kacang-kacangan dan buah - buahan. Kebiasaan makan makanan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan bukan

berasal dari agama tertentu saja, namun lebih disebabkan adanya keyakinan bahwa makanan vegetarian adalah makanan yang terbaik bagi kesehatan.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa vegetarian yaitu orang yang tidak mengkonsumsi daging hewan, baik sapi, ayam, kambing, ikan maupun daging hewan lain – lainnya.

C. Jenis vegetarian

Vegetarian dikelompokkan berdasarkan susunan menu dan tingkat kesulitannya. Vegetarian yang hanya mengkonsumsi nabati disebut dengan vegan, sedangkan vegetarian yang mengkonsumsi makanan nabati, susu, dan produk olahannya disebut vegetarian lacto. Vegetarian yang mengkonsumsi makanannabati, telur, susu, dan produk olahannya disebut Vegetarian lacto-ovo, (Kusharisupeni, 2010).

Ada beberapa kelompok vegetarian, yakni :

1. Vegetarian Vegan

Vegetarian vegan merupakan kelompok vegetarian murni karena mereka sama sekali tidak menyantap hidangan dari hewan seperti daging, susu dan telur. Karena itu sumber makanan kelompok vegetarian ini adalah bahan nabati seperti sayur - sayuran, buah - buahan , dan kacang - kacangan.

2. Vegetarian Lacto

Kelompok vegetarian ini menyantap hidangan dari sumber nabati juga mengkonsumsi susu dan hasil olahan lainnya. Seperti keju, mentega, dan yogurt.

3. Vegetarian Lacto-ovo

Kelompok vegetarian Lacto- ovo berpantang mengkonsumsi produk - produk hewani, terutama jika hewan itu harus disembelih terlebih dahulu. Telur dan susu masih diperbolehkan untuk dikonsumsi. Hidangan utama tetap bersumber dari produk nabati, seperti biji - bijian, kacang - kacang, sayur - sayuran, dan buah - buahan.

4. Vegetarian Pesco

Selain menyantap dari hidangan dari sumber sumber nabati, juga menyantap hidangan dari ikan, baik ikan laut maupun ikan air tawar

5. Vegetarian Fluctarian

Kelompok vegetarian Fluctarian ini termasuk yang paling longgar dibandingkan dengan kelompok - kelompok lain yang telah disebutkan. Kelompok ini pantang makan daging yang berwarna merah, jadi mereka masih bisa makan ayam goreng, sup ayam dan daging olahan unggas lainnya (A.Bangun, 2003).

Dijelaskan juga jenis-jenis vegetarian terbagi dalam beberapa kelompok

1. Vegan

Vegan sering disebut sebagai vegetarian total, atau vegetarian murni. Vegan ini adalah orang atau kelompok yang tidak mengkonsumsi atau memakan produk hewani apapun. Selain itu mereka juga menghindari madu dan juga produk hewan seperti kulit hewan ataupun kosmetik yang mengandung produk hewani.

2. Lacto vegetarian

Lacto vegetarian adalah vegetarian yang mengkonsumsi bahan pangan nabati, dan tidak mengkonsumsi daging ternak, daging unggas, ikan dan telur. Kelompok ini masih diperbolehkan mengkonsumsi susu serta hasil olahannya seperti keju, dan yoghurt.

3. Vegetarian ovo

Vegetarian ovo ini adalah tipe vegetarian yang berpantang makan daging ternak, daging unggas, ikan, susu, dan produk olahan lainnya. Namun jenis ini masih mengonsumsi telur.

4. Vegetarian lacto-ovo

Lacto-ovo vegetarian adalah vegetarian yang mengonsumsi bahan nabati dan tidak mengonsumsi daging lemak, daging unggas, ikan. Kelompok ini masih diperbolehkan mengonsumsi susu dan telur beserta olahannya.

5. Pseudo vegetarian

Pseudo vegetarian ini adalah kelompok yang hanya menghindari daging merah saja dan masih mengonsumsi daging ayam dan ikan secara rutin.

6. Pollo-vegetarian

Pollo vegetarian adalah tipe yang masih mengonsumsi daging unggas, seperti ayam, kalkun, dan bebek. Namun, tidak mengonsumsi jenis daging lainnya.

7. Pesco-Vegetarian.

Pesco-vegetarian atau juga dikenal dengan pescatarian adalah tipe vegetarian yang menghindari segala jenis daging. Namun, masih mengonsumsi ikan.

8. Semi vegetarian atau flexitarian

Flexitarian ini merupakan jenis vegetarian yang secara tidak rutin mengonsumsi daging. Maksudnya, kelompok vegetarian ini mengonsumsi daging hanya sekali saja dalam satu minggu atau saat-saat tertentu saja.

9. Frutarian

Frutarian ini merupakan jenis vegetarian yang tidak mengonsumsi jenis daging apapun. Kelompok vegetarian ini hanya mengonsumsi buah-buahan sebagai makanan sehari-hari.

Dari jenis-jenis vegetarian diatas dapat disimpulkan, bahwa vegetarian masih diperbolehkan mengonsumsi daging, namun pada umumnya vegetarian lebih mengurangi atau menghindari konsumsi daging. Jadi, agar pola makan vegetarian tetap sehat dan memiliki gizi yang cukup maka harus dilakukan penyusunan menu yang baik. (Karina Padmasuri, 2015)

Rumah Makan

Restoran (Rumah makan) adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk didalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu – individu atau tamu – tamu dalam kelompok kecil (Ninemeir dkk, 2006).

Lain halnya dengan (Suarthana, 2011) mengemukakan restoran (rumah makan) adalah tempat usaha yang komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pelayanan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya. Restoran memiliki beberapa jenis atau bentuk. Menurut (Torsina, 2000) ada sepuluh jenis restoran orisinal yang ada di luar hotel, yaitu:

1. Family Conventional

Restoran tradisi untuk keluarga. Mengutamakan masakan enak, suasana, dan harga bersahabat. Biasanya pelayanan dan dekorasinya biasa-biasa saja.

2. Fast Food

Eat-In (makan di restoran) dan take out (dibungkus untuk dibawa pulang). Menu siap/segera tersedia, agak terbatas dalam jenis, mahal, mengutamakan banyak langganan. Jenis restoran inilah yang makin menjamur dewasa ini.

3. Cafeteria

Biasanya di dalam gedung-gedung perkantoran atau pusat perbelanjaan, sekolah atau pabrik-pabrik. Swalayan dengan menu agak terbatas seperti yang sering disajikan di rumah, menu bisa berganti-ganti menurut hari, bahannya ekonomis.

4. Gourmet

Ini adalah restoran yang berkelas. Memerlukan suasana yang sangat nyaman dengan dekor yang artistik. Ditujukan bagi mereka yang menuntut standar penyajian yang tinggi dan bergengsi. Disamping makanan juga disajikan wine dan liquor.

5. Etnik

Menyajikan masakan dari daerah (suku atau negara) yang spesifik misalnya: Jawa Timur, Manado, India dan Cina. Dekorasi tentu disesuaikan dengan etnik yang bersangkutan, bahkan pakaian seragam dari para pekerjanya juga bernuansa etnik. Ada juga yang masuk dalam tipe snack bar etnik yang menyajikan menu yang murah, terbatas pada sajian-sajian umum yang dikenal.

6. Buffet

Biasanya swalayan, tetapi untuk wine, liquor atau bir bisa dilayani khusus. Ciri utama adalah berlakunya satu harga untuk makan sepuasnya apa yang disajikan pada buffet. Peragaan dan display makanan sangat penting disini karena akan menarik perhatian pengunjung.

7. Coffee Shop

Coffee shop ditandai dengan cepatnya pelayanan makanan dan pergantian tempat duduk. Banyak seating menempati counter service untuk menekankan suasana informal. Lokasi utamanya di gedung perkantoran atau pusat perbelanjaan dengan traffic yang tinggi demi menangkap pengunjung-pengunjung untuk makan siang dan coffee break (walau pelayanan untuk sarapan pagi juga bisa dilakukan).

8. Snack Bar

Ruangan biasanya lebih kecil dan cukup untuk melayani orang-orang yang ingin makan kecil/jajan, tetapi bisa memperoleh volume penjualan yang lumayan karena waktu makan ditambah dengan pesanan take out.

9. Drive In / Thru or Parking

Para pembeli yang memakai mobil tidak perlu turun dari mobilnya. Pesanan diantar hingga ke mobil untuk "eat in" (sementara parkir) atau "take

away”. Jenis makanan harus bisa dikemas secara praktis. Lokasi tentu harus sesuai untuk parkir mobil / motor.

10. Specialty Restaurant

Merupakan jenis restoran yang terletak jauh dari keramaian, tetapi menyajikan masakan khas menarik dan berkualitas serta ditujukan kepada turis atau orang-orang yang ingin mentraktir teman atau keluarganya dalam suasana yang lain dari pada yang lain. Di sini terdapat keuntungan ekstra bahwa pemilik restoran tidak perlu melakukan investasi berlebih untuk ruang sewa/tempat di lokasi - lokasi komersial.

Rumah makan vegetarian sendiri ialah rumah makan yang menyediakan makanan berpola kepada makanan yang berbahan baku sayur – sayuran dan tidak menggunakan daging hewan dalam penyajiannya, beberapa bahkan tidak menggunakan produk turunan dari hewan.

Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses menerima informasi atau stimuli dari lingkungan dan mengubahnya kedalam kesadaran. Agen penyuluhan tidak dituntut memahami psikologi persepsi manusia yang rumit, tetapi mereka diminta untuk menghargai timbulnya tafsiran mengenai lingkungan yang berbeda serta bagaimana perbedaan tersebut mempengaruhi perilaku komunikasinya (Van den Ban dan Hawkins, 1996).

Persepsi adalah suatu proses aktivitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah :

1. Karakter individu yang bersangkutan (*The Perceiver*), yang dipengaruhi oleh sikap, motif, kepentingan, pengalaman dan harapan.
2. Karakteristik dari objek setelah diteliti dapat mempengaruhi apa yang dirasakan (*The Target*).
3. Situasi yang mempengaruhi (*The Situation*) (Siagian,1995).

Menurut Atkinson (2005) dalam Arifah (2008) menjelaskan bahwa sikap meliputi rasa suka dan tidak suka, mendekati atau menghindari situasi, benda, orang, kelompok dan aspek lingkungan yang dapat dikenal lainnya, termasuk gagasan abstrak dan kebijakan sosial. Kemudian juga sikap dikatakan sebagai suatu respon evaluatif. Respon hanya akan timbul apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya reaksi individual. Respon evaluatif berarti bahwa bentuk reaksi yang dinyatakan sebagai sikap itu timbulnya didasari oleh proses evaluasi dalam diri individu yang memberi kesimpulan terhadap stimulus dalam bentuk nilai baik-buruk, positif-negatif, menyenangkan-tidak menyenangkan, yang kemudian mengkristal sebagai potensi reaksi terhadap objek sikap.

Dan menurut Mar'at dalam Arifah (2008), menjelaskan bahwa sikap merupakan produk dari proses sosialisasi dimana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsang yang diterimanya. Jika sikap mengarah pada objek tertentu, berarti bahwa penyesuaian diri terhadap objek tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kesiediaan untuk bereaksi dari orang tersebut terhadap objek.

Tabel 2. Lay Out Angket Persepsi

No	Indikator	Jumlah
1	Karakter individu bersangkutan (<i>The Perceiver</i>)	5
2	Karakteristik dari objek setelah diteliti dapat mempengaruhi apa yang dirasakan (<i>The Target</i>)	8
3	Situasi yang dipengaruhi (<i>The Situation</i>)	6
Jumlah		19

Sumber : (Siagian:2001)

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen (customer satisfaction) adalah persepsi konsumen (customer) bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui atau tingkat dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli. Harapankonsumen umumnya merupakan prakiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (Supranto, 2001).

Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan value dari pemasok atau produsen. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau konsumen mengatakan bahwa value adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau konsumen mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau value bagi konsumen adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau value dari konsumen adalah harga yang murah, maka konsumen akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif (Irawan, 2007).

Kepuasan konsumen terbagi menjadi dua yaitu:

- 1) Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misalnya karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- 2) Kepuasan psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misalnya perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

Ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

2. Survei Kepuasan Konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.

3. Ghost Shopping

Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.

4. Analisis Kehilangan Konsumen

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk kita, (Kolter, 1998).

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2001) antara lain :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Tabel 3. Lay Out Angket Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Jumlah
1	Produk	5
2	Kualitas pelayanan	5
3	Emosi	3
4	Harga	4
5	Biaya	2
Jumlah		19

Sumber : (Lupyoadi : 2001)

Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Anita (2008), tentang analisis kepuasan konsumen terhadap atribut rumah makan dan menu laut di rumah makan Dua Putra di objek wisata pantai baron dengan menggunakan metode analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan apa yang diberikan oleh pihak rumah makan. Hal ini dapat pada hasil indeks kepuasan pelanggan rumah makan Dua Putra yang menunjukkan angka sebesar 0.11. Untukkepuasan konsumen berdasarkan kepentingan atribut rumah makan, yang menunjukkan bahwasanya harga merupakan atribut yang paling menentukan kepuasan responden dalam mengkonsumsi produk makanan laut tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian Ricky (2014), tentang analisis pengaruh pembauran pemasaran (7P) terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kakk, Ayam Geprek Surabaya. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan di analisis dengan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variable komponen marketing mix baik product, price, place, promotion, physical evidence, people maupun process memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Kakk, Ayam Geprek Surabaya. Namun dari seluruh variable tersebut tetap ada satu variable yang memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu variable harga (price). Yang dapat diartikan bahwa kesesuaian harga dengan pertukaran manfaat saat membeli Kakk, Ayam Geprek menjadi hal yang utama didalam memutuskan membeli. Keterjangkauan harga, persaingan harga dengan kompetitor lain, dan harga yang sebanding dengan produk yang ditawarkan menjadi hal yang penting dan sudah diterapkan dengan baik oleh rumah makan Kakk, Ayam Geprek Surabaya. Dalam hal ini terdapat beberapa faktor pendukung seperti harga paket yang terdapat dalam variabel promosi sehingga menjadikan pengaruh keputusan pembelian masyarakat di Surabaya lebih tinggi lagi.

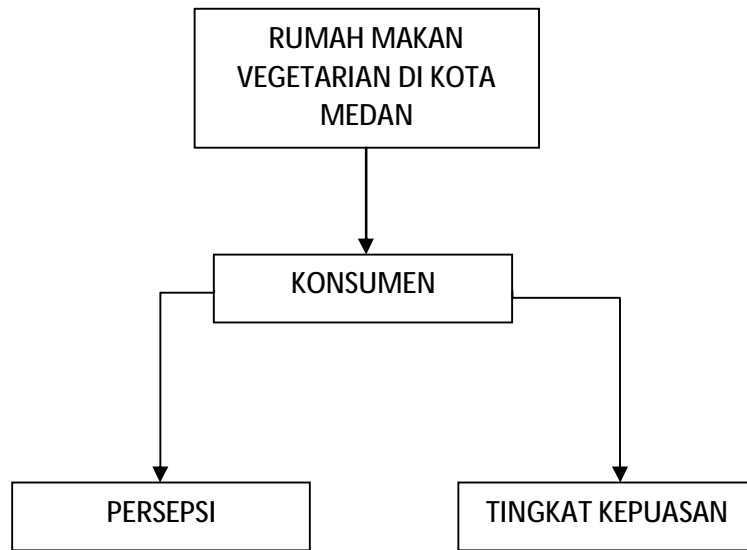
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Desman (2008), tentang keputusan pembelian dan penilaian konsumen terhadap restoran "Karunia Baru" Bogor, dengan metode penelitian analisis deskriptif dalam penelitian, analisis faktor serta analisis tingkat kepentingan dan kinerja (importance performance analysis). Hasil penelitian menunjukkan kebiasaan makan sebagai vegetarian merupakan alasan utama konsumen berkunjung didukung oleh rasa makanan yang berkualitas sehingga sebagian besar konsumen puas terhadap kunjungannya ke restoran ini. Faktor yang paling mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen ketika mengunjungi Restoran Vegetarian "Karunia Baru" yaitu keramahan pelayanan, kecepatan penyajian serta citarasa makanan dan minuman. Seluruh atribut dalam analisis tingkat kepentingan dan kinerja dinilai sangat penting oleh konsumen dan kinerja dari pihak manajemen terhadap atribut atribut

tersebut juga sudah baik atau sesuai harapan konsumen. Strategi bauran pemasaran yang direkomendasikan bagi restoran ini ialah dengan mempertahankan citarasa serta variasi menu yang didukung kecepatan penyajian produk. Selain itu program promosi berupa potongan harga pada event tertentu sangat efektif untuk dilaksanakan. Perluasan skala usaha di tempat yang sama serta meningkatkan kualitas penyediaan produk dan kecepatan pelayanan juga baik untuk dilakukan didukung dengan inovasi dalam sistem home delivery. Strategi pemasaran lainnya ialah promosi dengan menggunakan leaflet 93 maupun brosur dengan cara disebarluaskan melalui staf home delivery serta mengadakan seminar mengenai vegetarian.

Kerangka Pemikiran

Rumah makan adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk didalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu – individu atau tamu - tamu dalam kelompok kecil. Dalam mempertahankan pelanggannya dari persaingan maupun untuk mempertahankan kelangsungan rumah makan tersebut, pihak rumah makan harus dapat memenuhi kepuasan konsumen serta memperhatikan persepsi konsumen.

Tingkat kepuasan maupun persepsi konsumen merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan pihak rumah makan guna untuk dapat bersaing dengan usaha rumah makan lainnya. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memenuhi tingkat kepuasan serta persepsi konsumen



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran.

Keterangan

→ : menyatakan hubungan

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode ini digunakan menggunakan metode studi kasus (Case Study) yaitu penelitian yang digunakan dengan melihat langsung permasalahan yang timbul di daerah penelitian. Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) yaitu di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Dipilihnya daerah ini sebagai lokasi penelitian dikarenakan lokasi ini sangat strategis dan terjangkau bagi peneliti.

Metode Penarikan Sampel

Penetapan jumlah sampel dengan menggunakan dengan teknik probability sampling yaitu proportionate stratified random sampling dengan menggunakan rumus slovin. Menurut (Sugiyono, 2010) Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Penetapan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin dengan:

Besar Sampel :

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presentase (%), toleransi ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel sebesar 10%.

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{8.522}{1 + 8.522 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{8.522}{86,22} = 98,84 = 99 \text{ responden}$$

Perhitungan diatas diperoleh nilai sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 99 konsumen dianggap sudah mewakili dari keseluruhan konsumen yaitu sebanyak 8.522 konsumen/bulan. Adapun proporsi sebaran sampelnya yang terdapat pada 28 rumah makan vegetarian yang ada di Kota Medan yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. Jumlah sampel

No	Nama rumah makan	Jumlah konsumen / Bulan	Sampel
1	My Grandma Vegetarian	302	$\frac{302}{8.522}$ X 99 = 4
2	Bambu Vegetarian	300	$\frac{303}{8.522}$ X 99 = 3
3	Lotus Vegetarian	311	$\frac{308}{8.522}$ X 99 = 4
4	Pondok Sehat Vegetarian	298	$\frac{298}{8.522}$ X 99 = 3
5	Sumatera Vegetarian	306	$\frac{306}{8.522}$ X 99 = 4
6	JC VEGETARIAN	290	$\frac{290}{8.522}$ X 99 = 3
7	Vegetarian Indonesia	296	$\frac{296}{8.522}$ X 99 = 3
8	BHAGAWANTA VEGETARIAN	298	$\frac{298}{8.522}$ X 99 = 3
9	VEGETARIAN KOPI TIAM	297	$\frac{297}{8.522}$ X 99 = 3
10	RM AROMA MAITRI	302	$\frac{302}{8.522}$ X 99 = 4
11	RM BRAYAN	290	$\frac{290}{8.522}$ X 99 = 3
12	RM BRAYAN	292	$\frac{292}{8.522}$ X 99 = 3
13	RM BIDUK	294	$\frac{294}{8.522}$ X 99 = 3
14	RM LOVING HEART	350	$\frac{350}{8.522}$ X 99 = 4
15	RM LOVING HEART	340	$\frac{350}{8.522}$ X 99 = 4
16	RM NIE-NIE	302	$\frac{302}{8.522}$ X 99 = 4
17	RM ANIANG	302	$\frac{302}{8.522}$ X 99 = 4
18	RM THIEN THIEN	297	$\frac{297}{8.522}$ X 99 = 3
19	RM YOSE RIZAL	302	$\frac{302}{3.081}$ X 99 = 4
20	RM VEG. CENDANA	308	$\frac{308}{8.522}$ X 99 = 4
21	RM VIGIE HUT	320	$\frac{320}{8.522}$ X 99 = 4
22	RM VISHAKA	299	$\frac{299}{8.522}$ X 99 = 3
23	RM ANSARI	304	$\frac{304}{8.522}$ X 99 = 4
24	RM FO YUAN	309	$\frac{309}{8.522}$ X 99 = 4
25	RM MEDAN	299	$\frac{299}{8.522}$ X 99 = 3
26	RM HARMONIS VEGETARIAN	297	$\frac{297}{8.522}$ X 99 = 3

27	RM SOCRATES	305	$\frac{305}{8.522} \times 99 = 4$
28	RM TOKO HEALTHY RESTO	312	$\frac{312}{8.522} \times 99 = 4$
TOTAL		8.522	99

Sumber: Data primer yang diolah

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung, dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu dan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder diperoleh dari informasi pihak pemilik rumah makan vegetarian di Kota Medan dan peneliti membaca buku atau sumber-sumber teori yang mempunyai hubungan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Mengetahui persepsi konsumen akan diperoleh menggunakan skala Likert serta Importance Performance Analysis (IPA) seperti dibawah ini:

1. Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis ini dilakukan untuk mengukur tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penilaian kinerja atau pelaksanaan diwakili oleh huruf X, sedangkan untuk penilaian kepentingan atau harapan ditunjukkan huruf Y. Penilaian sikap atau persepsi konsumen rumah makan vegetarian akan menggunakan skala lima tingkat (skala Likert), dimana penilaian kinerja dan penilaian kepentingan skor seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 5. Skor Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan Konsumen

Skor	Tingkat Kinerja (X)	TingkatKepentingan (Y)
Skor 1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Penting
Skor 2	Tidak Setuju	Tidak Penting
Skor 3	Cukup Setuju	Cukup Penting
Skor 4	Setuju	Penting
Skor 5	Sangat Setuju	Sangat Penting

Sumber: Simamora, 2002.

Berdasarkan hasil penilaian kinerja rumah makan vegetarian dibandingkan dengan kepentingan harapan, didapatkan suatu perhitungan melalui tingkat kesesuaian, yaitu hasil perbandingan skor pelaksanaan (kinerja) dengan skor kepentingan yang akan menentukan urutan prioritas faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan vegetarian.

$$TKI = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

TKI = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (pelaksanaan) rumah makan

Yi = Skor penilaian kepentingan (harapan) responden

Rumus untuk tiap atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

X = Skor rata-rata tingkat kinerja (pelaksanaan atau pelayanan)

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan)

$\sum Xi$ = Total skor penilaian kinerja rumah makan

$\sum Yi$ = Total penilaian kepentingan

n = jumlah seluruh responden

Hasil yang diketahui dari harapan dan kinerja setiap peubah untuk seluruh responden, selanjutnya adalah memetakan hasil perhitungan yang telah didapat di dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu hubungan yang dibagi atas 4 (empat) bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik \bar{X} , \bar{Y} , yang dinyatakan dengan rumus sebagaiberikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

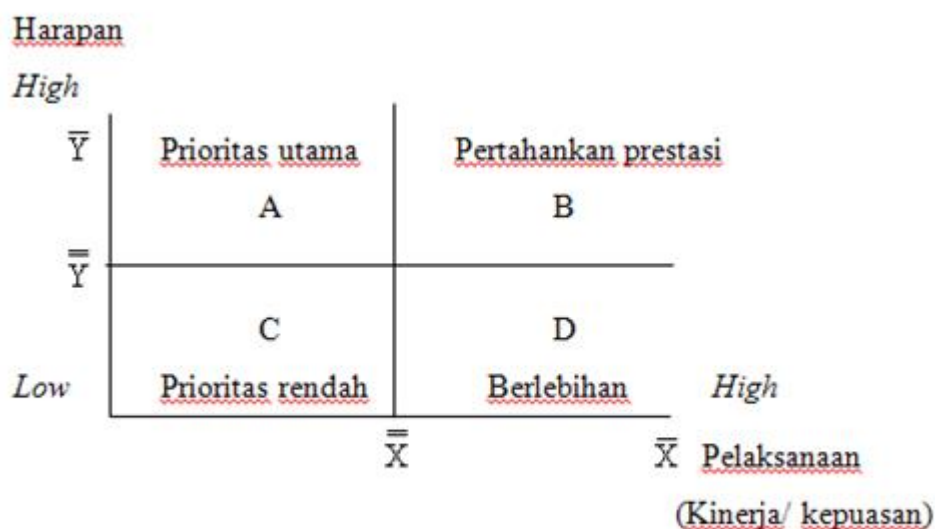
$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

X_i = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja rumah makan

\bar{Y}_i = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan konsumen

K = Banyaknya atribut yang diteliti.

Selanjutnya setiap atribut tersebut dijabarkan dalam diagram kartesius.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Gambar 2. Diagram Kartesius

2. Customer satisfaction index

Indeks Kepuasan Konsumen atau Customer Satisfaction Index (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur.

Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

1. Menentukan Mean Importance Score (MIS) dan Mean Satisfaction Score (MSS).

Nilai ini didapat dari nilai rata rata tingkat kepentingan dan nilai rata rata kepuasan responden

$$MIS = \frac{(\sum_{i=1}^n Y_i)}{n} \quad \text{dan} \quad MSS = \frac{(\sum_{i=1}^n X_i)}{n}$$

Keterangan :

n : jumlah responden

Y_i : Nilai kepuasan atribut ke i

X_i : Nilai kepentingan atribut ke i

2. Membuat Weight Factors (WF) per variabel.

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS

seluruh atribut.

$$WFi = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^p MISi} \times 100\%$$

Keterangan :

P : jumlah atribut kepentingan

i : jumlah atribut pemasangan ke i

3. Menentukan Weight Scores.

Bobot ini merupakan perkalian antara *WF* dengan rata rata *Mean Satisfaction Score (MSS)*.

$$WSi = WFi \times MSSi$$

4. Menentukan Weight Average (WSk) tiap variabel.

Bobot ini merupakan dari penjumlahan Weight Score (WS) seluruh atribut.

5. Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI).

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p Wsi}{Hs} \times 100\%$$

Keterangan :

P : atribut kepentingan ke p

Hs : skala maksimum yang digunakan.

Kriteria indeks kepuasan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas), dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 6. Kriteria Nilai Customer Satisfaction (CSI)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0, 81 – 1, 00	SANGAT PUAS
0, 61 – 0,80	PUAS
0, 41 – 0,60	CUKUP PUAS
0, 21 – 0,40	KURANG PUAS
0,00 – 0,20	TIDAK PUAS

Sumber: Simamora, 2002.

Definisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam penelitian ini, maka perlu dibuat definisi dan batasan operasional berikut:

1. Rumah makan vegetarian ialah rumah makan yang menyediakan makanan makanan berpola kepada makanan yang berbahan baku sayur – sayuran dan tidak menggunakan daging hewan dalam penyajiannya, beberapa bahkan tidak menggunakan produk turunan dari hewan.
2. Kepuasan konsumen ialah adalah persepsi konsumen (customer) bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui atau tingkat dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli
3. Persepsi adalah proses menerima informasi atau stimuli dari lingkungan dan mengubahnya kedalam kesadaran
4. Lokasi penelitian adalah Kota Medan Provinsi Sumatera Utara
5. Konsumen dari rumah makan vegetarian adalah sampel (responden yang akan diwawancarai).
6. Populasi adalah jumlah konsumen dari rumah makan vegetarian.
7. Variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, produk, tempat, promosi, orang, fasilitas fisik, dan proses.
8. Konsumen dalam penelitian ini ialah orang yang melakukan kegiatan jual beli berupa produk dan jasa dengan pihak rumah makan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia adalah makhluk hidup yang memiliki berbagai macam kebutuhan dalam menjalankan aktivitasnya. Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah kebutuhan makanan dan minuman, hal ini masyarakat mengalami perubahan pola konsumsi yang sejalan dengan peningkatan kebutuhan terhadap makanan yang berkualitas dan sehat. Pola dan gaya hidup (lifestyle) masyarakat Indonesia khususnya di wilayah perkotaan cenderung mengalami perubahan yang cukup signifikan terkait perkembangan dalam bidang ilmu pengetahuan serta teknologi. Salah satu hal yang dapat kita lihat adalah perubahan pola konsumsi masyarakat yang sejalan dengan peningkatan kebutuhan terhadap makanan yang berkualitas.

Pergeseran pola konsumsi makanan tradisional ke makanan modern dalam era globalisasi saat ini disebabkan oleh beberapa hal seperti peningkatan pendapatan, perubahan gaya hidup, dan mobilitas yang tinggi di perkotaan, sehingga konsumen cenderung lebih memilih makanan modern. Hal ini disebabkan karena makanan modern dengan segala fasilitas terbaru dapat memberikan kepuasan atau alasan tersendiri dalam mengkonsumsinya (Sumarwan, 2002).

Kepuasan konsumen juga sulit diukur namun harus dicari dimensi-dimensinya untuk mempermudah pengukurannya. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah dimensi produk dan dimensi kualitas jasa pelayanan. Dimensi produk terdiri dari elemen-elemen yaitu variasi harga disertai indikator-indikatornya. Sedangkan dimensi kualitas jasa terdiri dari elemen-

elemen yaitu keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud disertai indikator-indikatornya.

Dengan pola hidup yang memperhatikan kebutuhan makanan yang berkualitas, maka meningkatlah pengaturan pola makanan sebagai salah satu kunci terpenting untuk menjamin kesehatan pribadi. Oleh karena itu, tidaklah heran jika saat ini semakin banyak ditemukan berbagai konsep alternatif tentang healthy food misalnya berupa diet berdasarkan golongan darah, jus kombinasi, herbal dan juga vegetarian. Dalam pengaturan pola makanan juga dianjurkan adanya keseimbangan. Salah satunya konsep alternatif tentang healthy food adalah pola hidup vegetarian. Vegetarian adalah salah satu bentuk tekad kembali ke alam (Pebi Purwosuseno, 2007).

Kebiasaan makan vegetarian adalah kebiasaan makan yang tidak mengkonsumsi makanan yang berasal dari produk hewani. Berbagai penyakit timbul karena cara hidup yang kurang sehat atau perilaku yang salah. Hal yang paling ditakuti oleh orang adalah pikiran tentang kemungkinan terserang penyakit tertentu yang akhirnya mematikan. Sejalan dengan meningkatnya angka kematian akibat beberapa penyakit degeneratif, seperti penyakit jantung, penyumbatan pembuluh darah, kanker, kegemukan, hipertensi, stress, dan kolestrol tinggi, pola hidup sehat dengan vegetarian merupakan pilihan yang paling tepat (Mohammad, 1996).

Menurut penelitian di Amerika, para nabatiwan lebih sehat, panjang umur, bahkan awet muda. Mereka juga terhindar dari penyakit jantung. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa serat dalam sayur dan buah amat berguna bagi kesehatan yang mengakibatkan populernya vegetarianisme di dunia. Diet

vegetarian telah menunjukkan efek menurunkan tekanan darah pada pasien hipertensi, dan mencegah terjadinya hipertensi pada orang normal. Penelitian juga menunjukkan wanita vegetarian yang telah memasuki menopause akan berkurang risiko penyakit jantung, kanker endometrium dan kanker payudara dibanding wanita dengan diet normal. Masakan Vegetarian merupakan jenis-jenis masakan yang menggunakan bahan-bahan nabati, atau non hewani yang tidak menggunakan daging sebagai bahan masakannya.

Ada beberapa alasan orang menjadi vegetarian salah satunya keyakinan agama, misalnya agama budha, hindu, dan Kristen advent. Tidak dapat dipungkiri bahwa agama budha merupakan agama yang pengikutnya banyak menerapkan gaya hidup vegetarian dalam hidupnya.

Di kota Medan terdapat berbagai jenis usaha rumah makan salah satu diantaranya ialah rumah makan vegetarian. Dimana kita ketahui bahwa rumah makan vegetarian menyediakan makanan khusus vegetarian.

Tabel 1. Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan

NAMA RUMAH MAKAN	ALAMAT	NOMOR TLP
My Grandma Vegetarian	Jl. Timor Baru II No. 52/73	061 4533945
Bambu Vegetarian	Jl. Bambu I No. 72 Medan	(061)6538320
Lotus Vegetarian	Jl. Singa No. 221 Medan	-
Pondok Sehat Vegetarian	Jl. Bangka No. 25-C Medan	(061)4567625
Sumatera Vegetarian	Jl. Gatot Subroto No. 36 Medan	(061)4158852
JC VEGETARIAN	Jl. Mustafa No.7-37 Medan	(061)4550368
Vegetarian Indonesia	Jl. Gandhi No. 222 Medan	(061)7363300
Bhagawanta Vegetarian	Jl. Teuku Umar No.40c	061 4533992
RM AROMA MAITRI	Jl. Wahidin No. 14	061 4521079
RM BRAYAN	Jl. Cemara Boulevard Blok C No. 168	061 77768863 / 0812 630 5003
RM BRAYAN	Jl. Pertempuran No. 72	061 618103 / 6620296
RM BIDUK	Jl. Orion No. 45	061 4522468
RM LOVING HEART	Jl. Singa No. 233	061 4152406
RM LOVING HEART	Jl. Putri Hijau (Plaza Deli) Blok A1/2/3/4 Gr. Floor	061 4556214
RM NIE-NIE	Jl. Prof. H. M. Yamin No. 23 W	061 4566745
RM ANIANG	Jl. Sumatera Simp. Tapanuli No. 68E	08196014275
RM THIEN THIEN	Jl. Wahidin No. 56B / 4B	061 4574613
RM YOSE RIZAL	Jl. Yose Rizal No. 63/121 Simp. Lampung	061 77559948
RM VEG. CENDANA	Jl. Asia Megamas Blok N No. 26	061 7357773
RM VIGIE HUT	Jl. Strawberry Komp. Cemara Asri No. 88	061 6644438
RM VISHAKA	Komp. Multatuli Blok G No. 19-20	061 4514066
RM ANSARI	Jl. Ansari No. 36	061 7366456
RM FO YUAN	Jl. Yos Sudarso No. 142	061 6628244/6613572
RM MEDAN	Jl. Airlangga No. 25/23 A	061 4155570
RM HARMONIS VEGETARIAN	Jl. Wahidin No. 108 C	061 4510969
RM SOCRATES	Jl. Airlangga No. 14C	061 4568950
TOKO HEALTHY RESTO	Jl. Cemara Boulevard Utara No. 8	061 6633300
VEGETARIAN KOPI TIAM	Jl. Singa (Simp. Jl. Rusa) No. 221 A	061 76598638/91051107

Sumber www.ivs-online.org

Rumah makan vegetarian yang ada di Kota Medan mempunyai banyak kekuatan yang mungkin dapat di jadikan usaha yang cukup maksimal diantaranya tempat yang sangat strategis, makanan yang menspesialkan sayuran sebagai menu utama dengan cukup banyak penggemarnya. Banyaknya pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menentukan pilihannya masing masing.

Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi pertimbangan konsumen, baik produknya sendiri maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Dalam kondisi persaingan yang ketat, maka yang harus diprioritaskan oleh restoran adalah tingkat kepuasan konsumen dengan maksud agar konsumen tetap loyal dan tidak pindah ke restoran lain. Hal tersebut hanya dapat dicapai jika kebutuhan konsumen terpenuhi, yang artinya makanan yang dijual tidak hanya berkualitas tapi juga bervariasi, harga yang bersaing dan pelayanan yang menyenangkan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan ?

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan
2. Untuk menganalisis bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan
2. Sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Vegetarian

A. Sejarah vegetarian

Vegetarian berasal dari kata latin vegetus yang berarti keseluruhan, sehat, dan hidup. Vegetarian sudah ada sejak jaman dulu. Sejarah mencatat, vegetarian sudah di praktikan di India sebagai ritual keagamaan tahun 2000 SM. Phytagoras seorang ahli matematika Yunani merupakan seorang vegetarian dan salah satu orang yang mengajarkan pola makan tanpa daging. Phytagoras mendirikan sekolah yang dimana murid – muridnya menjalankan pola makan vegetarian. Istilah vegetarian pertama kali dipopulerkan pada 30 september 1847 oleh Joseph Brotheron, di Northwood Villa, Kent, Inggris. Saat itu pula terbentuk satu komunitas vegetarian di Inggris (Ara rossi, 2012).

B. Pengertian vegetarian

Vegetarian mengandung dua pengertian, yaitu sebagai kata benda dan kata sifat. Sebagai kata benda, berarti orang yang berpantang makan daging, tetapi hanya sayur sayuran dan bahan makanan nabati lainnya. Sebagai kata sifat berarti tidak mengandung daging atau kebiasaan berpantang daging. Vegetarian berasal dari kata latin vegetus, yang artinya kuat, aktif, dan bergairah, (Susianto, 2008).

Sedangkan menurut (Karnia Padmasuri, 2015) vegetarian merupakan sebutan bagi orang yang hanya mengonsumsi makanan dari tumbuh tumbuhan yang meliputi sayur- sayuran, biji-bijian, kacang-kacangan dan buah - buahan. Kebiasaan makan makanan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan bukan

berasal dari agama tertentu saja, namun lebih disebabkan adanya keyakinan bahwa makanan vegetarian adalah makanan yang terbaik bagi kesehatan.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa vegetarian yaitu orang yang tidak mengkonsumsi daging hewan, baik sapi, ayam, kambing, ikan maupun daging hewan lain – lainnya.

C. Jenis vegetarian

Vegetarian dikelompokkan berdasarkan susunan menu dan tingkat kesulitannya. Vegetarian yang hanya mengkonsumsi nabati disebut dengan vegan, sedangkan vegetarian yang mengkonsumsi makanan nabati, susu, dan produk olahannya disebut vegetarian lacto. Vegetarian yang mengkonsumsi makan nabati, telur, susu, dan produk olahannya disebut Vegetarian lacto-ovo, (Kusharisupeni, 2010).

Ada beberapa kelompok vegetarian, yakni :

1. Vegetarian Vegan

Vegetarian vegan merupakan kelompok vegetarian murni karena mereka sama sekali tidak menyantap hidangan dari hewan seperti daging, susu dan telur. Karena itu sumber makanan kelompok vegetarian ini adalah bahan nabati seperti sayur - sayuran, buah - buahan , dan kacang - kacangan.

2. Vegetarian Lacto

Kelompok vegetarian ini menyantap hidangan dari sumber nabati juga mengkonsumsi susu dan hasil olahan lainnya. Seperti keju, mentega, dan yogurt.

3. Vegetarian Lacto-ovo

Kelompok vegetarian Lacto- ovo berpantang mengkonsumsi produk - produk hewani, terutama jika hewan itu harus disembelih terlebih dahulu. Telur dan susu masih diperbolehkan untuk dikonsumsi. Hidangan utama tetap bersumber dari produk nabati, seperti biji - bijian, kacang - kacang, sayur - sayuran, dan buah - buahan.

4. Vegetarian Pesco

Selain menyantap dari hidangan dari sumber sumber nabati, juga menyantap hidangan dari ikan, baik ikan laut maupun ikan air tawar

5. Vegetarian Fluctarian

Kelompok vegetarian Fluctarian ini termasuk yang paling longgar dibandingkan dengan kelompok - kelompok lain yang telah disebutkan. Kelompok ini pantang makan daging yang berwarna merah, jadi mereka masih bisa makan ayam goreng, sup ayam dan daging olahan unggas lainnya (A.Bangun, 2003).

Dijelaskan juga jenis-jenis vegetarian terbagi dalam beberapa kelompok

1. Vegan

Vegan sering disebut sebagai vegetarian total, atau vegetarian murni. Vegan ini adalah orang atau kelompok yang tidak mengkonsumsi atau memakan produk hewani apapun. Selain itu mereka juga menghindari madu dan juga produk hewan seperti kulit hewan ataupun kosmetik yang mengandung produk hewani.

2. Lacto vegetarian

Lacto vegetarian adalah vegetarian yang mengkonsumsi bahan pangan nabati, dan tidak mengkonsumsi daging ternak, daging unggas, ikan dan telur. Kelompok ini masih diperbolehkan mengkonsumsi susu serta hasil olahannya seperti keju, dan yoghurt.

3. Vegetarian ovo

Vegetarian ovo ini adalah tipe vegetarian yang berpantang makan daging ternak, daging unggas, ikan, susu, dan produk olahan lainnya. Namun jenis ini masih mengonsumsi telur.

4. Vegetarian lacto-ovo

Lacto-ovo vegetarian adalah vegetarian yang mengonsumsi bahan nabati dan tidak mengonsumsi daging lemak, daging unggas, ikan. Kelompok ini masih diperbolehkan mengonsumsi susu dan telur beserta olahannya.

5. Pseudo vegetarian

Pseudo vegetarian ini adalah kelompok yang hanya menghindari daging merah saja dan masih mengonsumsi daging ayam dan ikan secara rutin.

6. Pollo-vegetarian

Pollo vegetarian adalah tipe yang masih mengonsumsi daging unggas, seperti ayam, kalkun, dan bebek. Namun, tidak mengonsumsi jenis daging lainnya.

7. Pesco-Vegetarian.

Pesco-vegetarian atau juga dikenal dengan pescatarian adalah tipe vegetarian yang menghindari segala jenis daging. Namun, masih mengonsumsi ikan.

8. Semi vegetarian atau flexitarian

Flexitarian ini merupakan jenis vegetarian yang secara tidak rutin mengonsumsi daging. Maksudnya, kelompok vegetarian ini mengonsumsi daging hanya sekali saja dalam satu minggu atau saat-saat tertentu saja.

9. Frutarian

Frutarian ini merupakan jenis vegetarian yang tidak mengonsumsi jenis daging apapun. Kelompok vegetarian ini hanya mengonsumsi buah-buahan sebagai makanan sehari-hari.

Dari jenis-jenis vegetarian diatas dapat disimpulkan, bahwa vegetarian masih diperbolehkan mengonsumsi daging, namun pada umumnya vegetarian lebih mengurangi atau menghindari konsumsi daging. Jadi, agar pola makan vegetarian tetap sehat dan memiliki gizi yang cukup maka harus dilakukan penyusunan menu yang baik. (Karina Padmasuri, 2015)

Rumah Makan

Restoran (Rumah makan) adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk didalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu – individu atau tamu – tamu dalam kelompok kecil (Ninemeir dkk, 2006).

Lain halnya dengan (Suarthana, 2011) mengemukakan restoran (rumah makan) adalah tempat usaha yang komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pelayanan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya. Restoran memiliki beberapa jenis atau bentuk. Menurut (Torsina, 2000) ada sepuluh jenis restoran orisinal yang ada di luar hotel, yaitu:

1. Family Conventional

Restoran tradisi untuk keluarga. Mengutamakan masakan enak, suasana, dan harga bersahabat. Biasanya pelayanan dan dekorasinya biasa-biasa saja.

2. Fast Food

Eat-In (makan di restoran) dan take out (dibungkus untuk dibawa pulang). Menu siap/segera tersedia, agak terbatas dalam jenis, mahal, mengutamakan banyak langganan. Jenis restoran inilah yang makin menjamur dewasa ini.

3. Cafeteria

Biasanya di dalam gedung-gedung perkantoran atau pusat perbelanjaan, sekolah atau pabrik-pabrik. Swalayan dengan menu agak terbatas seperti yang sering disajikan di rumah, menu bisa berganti-ganti menurut hari, bahannya ekonomis.

4. Gourmet

Ini adalah restoran yang berkelas. Memerlukan suasana yang sangat nyaman dengan dekor yang artistik. Ditujukan bagi mereka yang menuntut standar penyajian yang tinggi dan bergengsi. Disamping makanan juga disajikan wine dan liquor.

5. Etnik

Menyajikan masakan dari daerah (suku atau negara) yang spesifik misalnya: Jawa Timur, Manado, India dan Cina. Dekorasi tentu disesuaikan dengan etnik yang bersangkutan, bahkan pakaian seragam dari para pekerjanya juga bernuansa etnik. Ada juga yang masuk dalam tipe snack bar etnik yang menyajikan menu yang murah, terbatas pada sajian-sajian umum yang dikenal.

6. Buffet

Biasanya swalayan, tetapi untuk wine, liquor atau bir bisa dilayani khusus. Ciri utama adalah berlakunya satu harga untuk makan sepuasnya apa yang disajikan pada buffet. Peragaan dan display makanan sangat penting disini karena akan menarik perhatian pengunjung.

7. Coffee Shop

Coffee shop ditandai dengan cepatnya pelayanan makanan dan pergantian tempat duduk. Banyak seating menempati counter service untuk menekankan suasana informal. Lokasi utamanya di gedung perkantoran atau pusat perbelanjaan dengan traffic yang tinggi demi menangkap pengunjung-pengunjung untuk makan siang dan coffee break (walau pelayanan untuk sarapan pagi juga bisa dilakukan).

8. Snack Bar

Ruangan biasanya lebih kecil dan cukup untuk melayani orang-orang yang ingin makan kecil/jajan, tetapi bisa memperoleh volume penjualan yang lumayan karena waktu makan ditambah dengan pesanan take out.

9. Drive In / Thru or Parking

Para pembeli yang memakai mobil tidak perlu turun dari mobilnya. Pesanan diantar hingga ke mobil untuk "eat in" (sementara parkir) atau "take

away”. Jenis makanan harus bisa dikemas secara praktis. Lokasi tentu harus sesuai untuk parkir mobil / motor.

10. Specialty Restaurant

Merupakan jenis restoran yang terletak jauh dari keramaian, tetapi menyajikan masakan khas menarik dan berkualitas serta ditujukan kepada turis atau orang-orang yang ingin mentraktir teman atau keluarganya dalam suasana yang lain dari pada yang lain. Di sini terdapat keuntungan ekstra bahwa pemilik restoran tidak perlu melakukan investasi berlebih untuk ruang sewa/tempat di lokasi - lokasi komersial.

Rumah makan vegetarian sendiri ialah rumah makan yang menyediakan makanan berpola kepada makanan yang berbahan baku sayur – sayuran dan tidak menggunakan daging hewan dalam penyajiannya, beberapa bahkan tidak menggunakan produk turunan dari hewan.

Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses menerima informasi atau stimuli dari lingkungan dan mengubahnya kedalam kesadaran. Agen penyuluhan tidak dituntut memahami psikologi persepsi manusia yang rumit, tetapi mereka diminta untuk menghargai timbulnya tafsiran mengenai lingkungan yang berbeda serta bagaimana perbedaan tersebut mempengaruhi perilaku komunikasinya (Van den Ban dan Hawkins, 1996).

Persepsi adalah suatu proses aktivitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah :

1. Karakter individu yang bersangkutan (*The Perceiver*), yang dipengaruhi oleh sikap, motif, kepentingan, pengalaman dan harapan.
2. Karakteristik dari objek setelah diteliti dapat mempengaruhi apa yang dirasakan (*The Target*).
3. Situasi yang mempengaruhi (*The Situation*) (Siagian,1995).

Menurut Atkinson (2005) dalam Arifah (2008) menjelaskan bahwa sikap meliputi rasa suka dan tidak suka, mendekati atau menghindari situasi, benda, orang, kelompok dan aspek lingkungan yang dapat dikenal lainnya, termasuk gagasan abstrak dan kebijakan sosial. Kemudian juga sikap dikatakan sebagai suatu respon evaluatif. Respon hanya akan timbul apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya reaksi individual. Respon evaluatif berarti bahwa bentuk reaksi yang dinyatakan sebagai sikap itu timbulnya didasari oleh proses evaluasi dalam diri individu yang memberi kesimpulan terhadap stimulus dalam bentuk nilai baik-buruk, positif-negatif, menyenangkan-tidak menyenangkan, yang kemudian mengkristal sebagai potensi reaksi terhadap objek sikap.

Dan menurut Mar'at dalam Arifah (2008), menjelaskan bahwa sikap merupakan produk dari proses sosialisasi dimana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsang yang diterimanya. Jika sikap mengarah pada objek tertentu, berarti bahwa penyesuaian diri terhadap objek tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kesiediaan untuk bereaksi dari orang tersebut terhadap objek.

Tabel 2. Lay Out Angket Persepsi

No	Indikator	Jumlah
1	Karakter individu bersangkutan (<i>The Perceiver</i>)	5
2	Karakteristik dari objek setelah diteliti dapat mempengaruhi apa yang dirasakan (<i>The Target</i>)	8
3	Situasi yang dipengaruhi (<i>The Situation</i>)	6
Jumlah		19

Sumber : (Siagian:2001)

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen (customer satisfaction) adalah persepsi konsumen (customer) bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui atau tingkat dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli. Harapankonsumen umumnya merupakan prakiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (Supranto, 2001).

Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan value dari pemasok atau produsen. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau konsumen mengatakan bahwa value adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau konsumen mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau value bagi konsumen adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau value dari konsumen adalah harga yang murah, maka konsumen akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif (Irawan, 2007).

Kepuasan konsumen terbagi menjadi dua yaitu:

- 1) Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misalnya karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- 2) Kepuasan psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misalnya perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

Ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

2. Survei Kepuasan Konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.

3. Ghost Shopping

Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.

4. Analisis Kehilangan Konsumen

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk kita, (Kolter, 1998).

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2001) antara lain :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Tabel 3. Lay Out Angket Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Jumlah
1	Produk	5
2	Kualitas pelayanan	5
3	Emosi	3
4	Harga	4
5	Biaya	2
Jumlah		19

Sumber : (Lupyoadi : 2001)

Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Anita (2008), tentang analisis kepuasan konsumen terhadap atribut rumah makan dan menu laut di rumah makan Dua Putra di objek wisata pantai baron dengan menggunakan metode analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan apa yang diberikan oleh pihak rumah makan. Hal ini dapat pada hasil indeks kepuasan pelanggan rumah makan Dua Putra yang menunjukkan angka sebesar 0.11. Untukkepuasan konsumen berdasarkan kepentingan atribut rumah makan, yang menunjukkan bahwasanya harga merupakan atribut yang paling menentukan kepuasan responden dalam mengkonsumsi produk makanan laut tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian Ricky (2014), tentang analisis pengaruh pembauran pemasaran (7P) terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kakk, Ayam Geprek Surabaya. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan di analisis dengan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variable komponen marketing mix baik product, price, place, promotion, physical evidence, people maupun process memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Kakk, Ayam Geprek Surabaya. Namun dari seluruh variable tersebut tetap ada satu variable yang memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu variable harga (price). Yang dapat diartikan bahwa kesesuaian harga dengan pertukaran manfaat saat membeli Kakk, Ayam Geprek menjadi hal yang utama didalam memutuskan membeli. Keterjangkauan harga, persaingan harga dengan kompetitor lain, dan harga yang sebanding dengan produk yang ditawarkan menjadi hal yang penting dan sudah diterapkan dengan baik oleh rumah makan Kakk, Ayam Geprek Surabaya. Dalam hal ini terdapat beberapa faktor pendukung seperti harga paket yang terdapat dalam variabel promosi sehingga menjadikan pengaruh keputusan pembelian masyarakat di Surabaya lebih tinggi lagi.

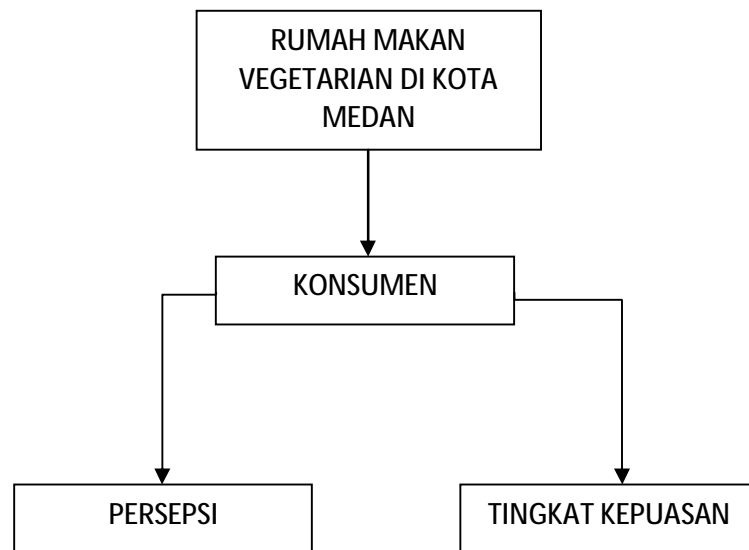
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Desman (2008), tentang keputusan pembelian dan penilaian konsumen terhadap restoran "Karunia Baru" Bogor, dengan metode penelitian analisis deskriptif dalam penelitian, analisis faktor serta analisis tingkat kepentingan dan kinerja (importance performance analysis). Hasil penelitian menunjukkan kebiasaan makan sebagai vegetarian merupakan alasan utama konsumen berkunjung didukung oleh rasa makanan yang berkualitas sehingga sebagian besar konsumen puas terhadap kunjungannya ke restoran ini. Faktor yang paling mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen ketika mengunjungi Restoran Vegetarian "Karunia Baru" yaitu keramahan pelayanan, kecepatan penyajian serta citarasa makanan dan minuman. Seluruh atribut dalam analisis tingkat kepentingan dan kinerja dinilai sangat penting oleh konsumen dan kinerja dari pihak manajemen terhadap atribut atribut

tersebut juga sudah baik atau sesuai harapan konsumen. Strategi bauran pemasaran yang direkomendasikan bagi restoran ini ialah dengan mempertahankan citarasa serta variasi menu yang didukung kecepatan penyajian produk. Selain itu program promosi berupa potongan harga pada event tertentu sangat efektif untuk dilaksanakan. Perluasan skala usaha di tempat yang sama serta meningkatkan kualitas penyediaan produk dan kecepatan pelayanan juga baik untuk dilakukan didukung dengan inovasi dalam sistem home delivery. Strategi pemasaran lainnya ialah promosi dengan menggunakan leaflet 93 maupun brosur dengan cara disebarluaskan melalui staf home delivery serta mengadakan seminar mengenai vegetarian.

Kerangka Pemikiran

Rumah makan adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk didalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu – individu atau tamu - tamu dalam kelompok kecil. Dalam mempertahankan pelanggannya dari persaingan maupun untuk mempertahankan kelangsungan rumah makan tersebut, pihak rumah makan harus dapat memenuhi kepuasan konsumen serta memperhatikan persepsi konsumen.

Tingkat kepuasan maupun persepsi konsumen merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan pihak rumah makan guna untuk dapat bersaing dengan usaha rumah makan lainnya. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memenuhi tingkat kepuasan serta persepsi konsumen



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran.

Keterangan

→ : menyatakan hubungan

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode ini digunakan menggunakan metode studi kasus (Case Study) yaitu penelitian yang digunakan dengan melihat langsung permasalahan yang timbul di daerah penelitian. Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) yaitu di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Dipilihnya daerah ini sebagai lokasi penelitian dikarenakan lokasi ini sangat strategis dan terjangkau bagi peneliti.

Metode Penarikan Sampel

Penetapan jumlah sampel dengan menggunakan dengan teknik probability sampling yaitu proportionate stratified random sampling dengan menggunakan rumus slovin. Menurut (Sugiyono, 2010) Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Penetapan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin dengan:

Besar Sampel :

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presentase (%), toleransi ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel sebesar 10%.

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{8.522}{1 + 8.522 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{8.522}{86,22} = 98,84 = 99 \text{ responden}$$

Perhitungan diatas diperoleh nilai sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 99 konsumen dianggap sudah mewakili dari keseluruhan konsumen yaitu sebanyak 8.522 konsumen/bulan. Adapun proporsi sebaran sampelnya yang terdapat pada 28 rumah makan vegetarian yang ada di Kota Medan yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. Jumlah sampel

No	Nama rumah makan	Jumlah konsumen / Bulan	Sampel
1	My Grandma Vegetarian	302	$\frac{302}{8.522}$ X 99 = 4
2	Bambu Vegetarian	300	$\frac{303}{8.522}$ X 99 = 3
3	Lotus Vegetarian	311	$\frac{308}{8.522}$ X 99 = 4
4	Pondok Sehat Vegetarian	298	$\frac{298}{8.522}$ X 99 = 3
5	Sumatera Vegetarian	306	$\frac{306}{8.522}$ X 99 = 4
6	JC VEGETARIAN	290	$\frac{290}{8.522}$ X 99 = 3
7	Vegetarian Indonesia	296	$\frac{296}{8.522}$ X 99 = 3
8	BHAGAWANTA VEGETARIAN	298	$\frac{298}{8.522}$ X 99 = 3
9	VEGETARIAN KOPI TIAM	297	$\frac{297}{8.522}$ X 99 = 3
10	RM AROMA MAITRI	302	$\frac{302}{8.522}$ X 99 = 4
11	RM BRAYAN	290	$\frac{290}{8.522}$ X 99 = 3
12	RM BRAYAN	292	$\frac{292}{8.522}$ X 99 = 3
13	RM BIDUK	294	$\frac{294}{8.522}$ X 99 = 3
14	RM LOVING HEART	350	$\frac{350}{8.522}$ X 99 = 4
15	RM LOVING HEART	340	$\frac{350}{8.522}$ X 99 = 4
16	RM NIE-NIE	302	$\frac{302}{8.522}$ X 99 = 4
17	RM ANIANG	302	$\frac{302}{8.522}$ X 99 = 4
18	RM THIEN THIEN	297	$\frac{297}{8.522}$ X 99 = 3
19	RM YOSE RIZAL	302	$\frac{302}{3.081}$ X 99 = 4
20	RM VEG. CENDANA	308	$\frac{308}{8.522}$ X 99 = 4
21	RM VIGIE HUT	320	$\frac{320}{8.522}$ X 99 = 4
22	RM VISHAKA	299	$\frac{299}{8.522}$ X 99 = 3
23	RM ANSARI	304	$\frac{304}{8.522}$ X 99 = 4
24	RM FO YUAN	309	$\frac{309}{8.522}$ X 99 = 4
25	RM MEDAN	299	$\frac{299}{8.522}$ X 99 = 3
26	RM HARMONIS VEGETARIAN	297	$\frac{297}{8.522}$ X 99 = 3

27	RM SOCRATES	305	$\frac{305}{8.522} \times 99 = 4$
28	RM TOKO HEALTHY RESTO	312	$\frac{312}{8.522} \times 99 = 4$
TOTAL		8.522	99

Sumber: Data primer yang diolah

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung, dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu dan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder diperoleh dari informasi pihak pemilik rumah makan vegetarian di Kota Medan dan peneliti membaca buku atau sumber-sumber teori yang mempunyai hubungan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Mengetahui persepsi konsumen akan diperoleh menggunakan skala Likert serta Importance Performance Analysis (IPA) seperti dibawah ini:

1. Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis ini dilakukan untuk mengukur tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penilaian kinerja atau pelaksanaan diwakili oleh huruf X, sedangkan untuk penilaian kepentingan atau harapan ditunjukkan huruf Y. Penilaian sikap atau persepsi konsumen rumah makan vegetarian akan menggunakan skala lima tingkat (skala Likert), dimana penilaian kinerja dan penilaian kepentingan skor seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 5. Skor Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan Konsumen

Skor	Tingkat Kinerja (X)	TingkatKepentingan (Y)
Skor 1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Penting
Skor 2	Tidak Setuju	Tidak Penting
Skor 3	Cukup Setuju	Cukup Penting
Skor 4	Setuju	Penting
Skor 5	Sangat Setuju	Sangat Penting

Sumber: Simamora, 2002.

Berdasarkan hasil penilaian kinerja rumah makan vegetarian dibandingkan dengan kepentingan harapan, didapatkan suatu perhitungan melalui tingkat kesesuaian, yaitu hasil perbandingan skor pelaksanaan (kinerja) dengan skor kepentingan yang akan menentukan urutan prioritas faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan vegetarian.

$$— \times 100\%$$

Keterangan:

TKI = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja (pelaksanaan) rumah makan

Y_i = Skor penilaian kepentingan (harapan) responden

Rumus untuk tiap atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

$$— \text{ dan } Y = —$$

Keterangan:

X = Skor rata-rata tingkat kinerja (pelaksanaan atau pelayanan)

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan)

$\sum X_i$ = Total skor penilaian kinerja rumah makan

$\sum Y_i$ = Total penilaian kepentingan

n = jumlah seluruh responden

Hasil yang diketahui dari harapan dan kinerja setiap peubah untuk seluruh responden, selanjutnya adalah memetakan hasil perhitungan yang telah didapat di dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu hubungan yang dibagi atas 4 (empat) bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik \bar{X} , \bar{Y} , yang dinyatakan dengan rumus sebagaiberikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

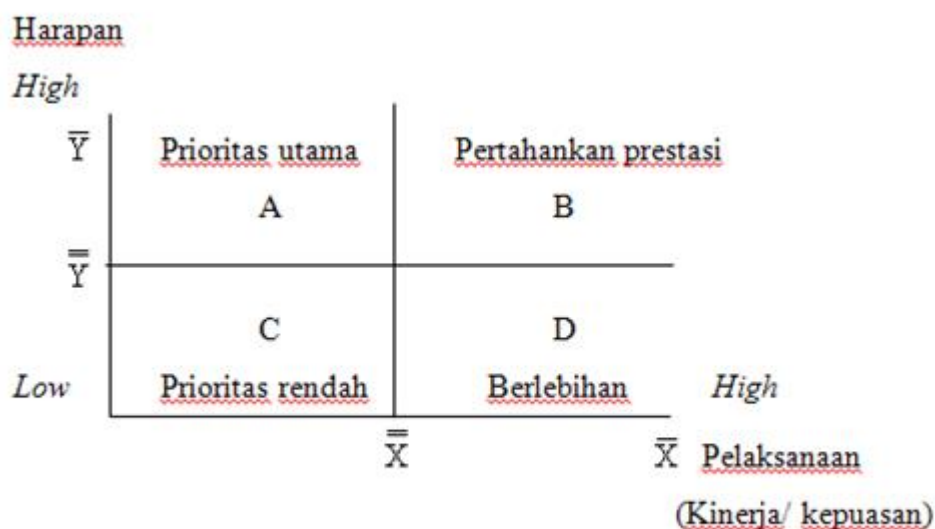
$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

X_i = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja rumah makan

\bar{Y}_i = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan konsumen

K = Banyaknya atribut yang diteliti.

Selanjutnya setiap atribut tersebut dijabarkan dalam diagram kartesius.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Gambar 2. Diagram Kartesius

2. Customer satisfaction index

Indeks Kepuasan Konsumen atau Customer Satisfaction Index (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur.

Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

1. Menentukan Mean Importance Score (MIS) dan Mean Satisfaction Score (MSS).

Nilai ini didapat dari nilai rata rata tingkat kepentingan dan nilai rata rata kepuasan responden

$$MIS = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{dan} \quad MSS = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

n : jumlah responden

Y_i : Nilai kepuasan atribut ke i

X_i : Nilai kepentingan atribut ke i

2. Membuat Weight Factors (WF) per variabel.

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS

seluruh atribut.

$$WFi = \frac{\sum_{i=1}^p x_i}{p}$$

Keterangan :

P : jumlah atribut kepentingan

i : jumlah atribut pemasangan ke i

3. Menentukan Weight Scores.

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata *Mean Satisfaction Score (MSS)*.

=

4. Menentukan Weight Average (WSk) tiap variabel.

Bobot ini merupakan dari penjumlahan Weight Score (WS) seluruh atribut.

5. Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI).

$$CSI = \frac{\sum_{p=1}^P H_s}{P}$$

Keterangan :

P : atribut kepentingan ke p

H_s : skala maksimum yang digunakan.

Kriteria indeks kepuasan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas), dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 6. Kriteria Nilai Customer Satisfaction (CSI)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 – 1,00	SANGAT PUAS
0,61 – 0,80	PUAS
0,41 – 0,60	CUKUP PUAS
0,21 – 0,40	KURANG PUAS
0,00 – 0,20	TIDAK PUAS

Sumber: Simamora, 2002.

Definisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam penelitian ini, maka perlu dibuat definisi dan batasan operasional berikut:

1. Rumah makan vegetarian ialah rumah makan yang menyediakan makanan makanan berpola kepada makanan yang berbahan baku sayur – sayuran dan tidak menggunakan daging hewan dalam penyajiannya, beberapa bahkan tidak menggunakan produk turunan dari hewan.
2. Kepuasan konsumen ialah adalah persepsi konsumen (customer) bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui atau tingkat dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli
3. Persepsi adalah proses menerima informasi atau stimuli dari lingkungan dan mengubahnya kedalam kesadaran
4. Lokasi penelitian adalah Kota Medan Provinsi Sumatera Utara
5. Konsumen dari rumah makan vegetarian adalah sampel (responden yang akan diwawancarai).
6. Populasi adalah jumlah konsumen dari rumah makan vegetarian.
7. Variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, produk, tempat, promosi, orang, fasilitas fisik, dan proses.
8. Konsumen dalam penelitian ini ialah orang yang melakukan kegiatan jual beli berupa produk dan jasa dengan pihak rumah makan.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Kota Medan terletak antara 3°.27' - 3°.47' Lintang Utara dan 98°.35' - 98°.44' Bujur Timur dengan ketinggian 2,5 – 37,5 meter di atas permukaan laut. Kota Medan berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah Utara, Selatan, Barat dan Timur Kota Medan merupakan salah satu dari 33 Sebagian besar wilayah Kota Medan merupakan dataran rendah yang merupakan tempat pertemuan dua sungai penting, yaitu Sungai Babura dan Sungai Deli.

Kota Medan mempunyai iklim tropis dengan suhu minimum menurut Stasiun BBMKG Wilayah I pada tahun 2015 yaitu 21,2⁰C dan suhu maksimum yaitu 35,1⁰C serta menurut Stasiun Sampali suhu minimumnya yaitu 21,8⁰C dan suhu maksimum yaitu 34,3⁰C. Kelembaban udara di wilayah Kota Medan rata-rata 81 - 82%, dan kecepatan angin rata-rata sebesar 2,3m/sec, sedangkan rata-rata total laju penguapan tiap bulannya 108,2 mm. Hari hujan di Kota Medan pada tahun 2015 per bulan 14 hari dengan rata-rata curah hujan menurut Stasiun Sampali per bulannya 141 mm.

Keadaan Penduduk

Komposisi Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Adapun jumlah penduduk di Kota Medan dan komposisinya menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Kota Medan Dirinci menurut Jenis Kelamin Tahun 2016

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1. Laki Laki	1 101 020	49,39
2. Perempuan	1 128 388	50,61
Jumlah	2 229 408	100

Sumber : BPS, Kota Medan 2017 dalam angka

Dari Tabel 6 memperlihatkan jumlah penduduk di Kota Medan pada tahun 2016 adalah 2.229 408 jiwa dengan perincian laki laki sebanyak 1.101 020 jiwa, dan perempuan sebanyak 1.128 388 jiwa.

Komposisi Penduduk Menurut Agama

Jumlah penduduk di Kota Medan berdasarkan kelompok agama 2016 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 8. Jumlah Penduduk Kota Medan Dirinci menurut Jenis Kelamin Tahun 2016

No	Kelompok Agama	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Islam	1.207.541	59,6
2	Protestan	418.876	20,7
3	Katholik	143.637	7,2
4	Hindu	43.509	2,3
5	Budha	209.646	10,3
6	Lainnya	53	0,002
Jumlah		2.023.262	100

Sumber: kota Medan dalam angka 2017

Tabel 7 menunjukkan bahwa jumlah penganut agama Islam sebanyak 1.207.541 jiwa dengan tingkat persentase (59,6 %), jumlah penganut agama Protestan sebanyak 418.876 jiwa dengan tingkat persentase (20,7 %), sedangkan penganut agama Katholik 143.637 jiwa dengan tingkat persentase (7,2 %) penganut agama Hindu 43.509 jiwa dengan tingkat persentase (2,3 %) penganut agama Budha sebesar 209.646 jiwa dengan tingkat persen (10,3 %) serta agama lainnya sebesar 53 jiwa.

Usaha Rumah Makan

Usaha rumah makan (restaurant) mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, hal ini membuktikan bahwasanya usaha rumah makan di kota Medan merupakan usaha yang cukup menjanjikan. Total rumah makan yang terdaftar di kota Medan ialah 907 rumah makan. Secara rinci jumlah peningkatan rumah makan di kota Medan pada setiap kecamatan dapat dilihat pada tabel 8. berikut

Tabel 9. Jumlah Rumah Makan di Kota Medan Dirinci menurut Kecamatan Tahun 2016

Kecamatan	2015	2016
Medan tuntungan	8	10
Medan johor	25	27
Medan amplas	14	17
Medan denai	11	13
Medan area	36	50
Medan kota	97	25
Medan maimun	60	81
Medan polonia	56	115
Medan baru	51	65
Medan selayang	55	70
Medan helvetia	22	31
Medan barat	51	73
Medan petisah	113	160
Medan sunggal	49	64
Medan timur	46	55
Medan perjuangan	10	12
Medan tembung	13	13
Medan deli	7	9
Medan labuhan	1	1
Medan marelان	7	10
Medan belawan	6	6
Jumlah	738	907

Sumber: kota Medan dalam angka 2017

Pada tabel berikut kecamatan yang memiliki usaha rumah makan (restoran) paling banyak ialah kecamatan Medan petisah yang mengalami peningkatan sebesar 47 rumah makan (restoran) dari tahun sebelumnya.

Karakteristik Sampel

Karakteristik sampel merupakan ciri atau karakter yang menggambarkan keadaan konsumen di daerah penelitian. Karakteristik konsumen sampel dalam penelitian ini meliputi umur konsumen dan jenis kelamin konsumen rumah makan vegetarian.

Umur

Umur adalah usia konsumen sampel sampai saat dilakukannya penelitian ini yang dinyatakan dalam tahun. Konsumen sampel dalam penelitian ini terdapat 97 orang. Umur konsumen sampel dapat dilihat pada tabel 9. berikut.

Tabel 10. Distribusi Sampel Berdasarkan Kelompok Umur

No	Kelompok Umur	Jumlah konsumen
1	20-29	26
2	30-39	38
3	40-49	20
4	50-59	15

Sumber : Data Primer yang diolah

Hal menunjukkan bahwa konsumen sampel paling banyak pada kelompok umur 30-39 tahun dengan jumlah 38 konsumen dan konsumen sampel yang paling sedikit pada kelompok umur 50-59 tahun dengan jumlah 15 konsumen. Pada umumnya konsumen sampel kebanyakan petani yang berusia produktif.

Jenis kelamin

Jenis kelamin adalah perbandingan jenis kelamin sampel sampai saat dilakukannya penelitian ini yang dinyatakan dengan status perempuan atau pria. Konsumen sampel dalam penelitian ini terdapat 99 konsumen yang merupakan konsumen rumah makan vegetarian. Umur konsumen sampel dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 11. Distribusi Sampel Berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah konsumen
1	Pria	40
2	Wanita	59

Sumber : Data Primer yang diolah

Hal menunjukkan bahwa konsumen sampel paling banyak pada jenis kelamin wanita dengan jumlah 59 konsumen dan konsumen sampel pria dengan jumlah 40 konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan

Tingkat kepentingan adalah standar perbandingan yang biasa digunakan dalam dua cara yang berbeda, yaitu: “yang berarti apa yang akan dipikirkan pelanggan (keinginan). Kinerja (performance) adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksana suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi atau perusahaan yang tertuang dalam strategi planning suatu organisasi atau perusahaan.

Persepsi adalah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang mengembirakan. Diharapkan dengan memakai konsep tingkat kepentingan ini dapat ditangkap persepsi yang lebih jelas mengenai pentingnya atribut tersebut di mata konsumen. Penilaian tingkat kepentingan dan kinerja rumah makan vegetarian dapat dilihat pada lampiran berikut ini.

Tabel 12. Bobot penilaian tingkat kepentingan konsumen terhadap faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian

No	Faktor	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Bobot	Keterangan
A	Karakter individu							
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam			26	72	1	371	Penting
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan			44	53	2	354	Penting
3.	Promosi menu			43	54	2	355	Penting
4.	Pengetahuan pramusaji			30	67	2	368	Penting
5.	Pesan antar				66	33	429	Penting
B.	Karakteristik dari objek							
1.	Aroma masakan				69	30	426	Penting
2.	Rasa masakan				69	30	426	Penting
3.	Ukuran dan porsi		6	64	29		419	Penting
4.	Variasi menu				65	34	430	Penting
5.	Kebersihan makanan				69	30	426	Penting
6.	Harga makanan				69	30	426	Penting
7.	Variasi harga		41	56	2		357	Penting
8.	Paket buffet		28	67	4		372	Penting
C.	Situasi							
1.	Lokasi rumah makan				61	38	434	Penting
2.	Dekorasi rumah makan			45	54		351	Penting
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji		26	65	8		378	Penting
4.	Kecepatan penyajian pesanan		7	57	35		424	Penting
5.	Kebersihan rumah makan				69	30	426	Penting
6.	Ketersediaan sarana pendukung			42	57		354	Penting

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel dapat dijelaskan bahwa persepsi konsumen sebagian besar keseluruhan faktor dinilai sangat penting terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan rumah makan vegetarian tersebut serta bobot yang nilainya tertinggi adalah lokasi rumah makan dengan jumlah bobot 434, hal ini dikarenakan lokasi rumah makan vegetarian yang mudah di jangkau akan mempermudah konsumen

untuk mengunjunginya. Atribut yang jumlah bobotnya masih rendah terdapat pada dekorasi rumah makan dengan jumlah bobot 351 dan dinyatakan penting, hal ini dikarenakan bahwa dekorasi rumah makan kurang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih rumah makan yang akan dikunjungi.

Tabel 13. Bobot penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian

No	Faktor	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Bobot	Keterangan
A	Karakter individu							
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam			26	73		370	Puas
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan		1	30	68		364	Puas
3.	Promosi menu			45	54		351	Puas
4.	Pengetahuan pramusaji			23	72	4	377	Puas
5.	Pesan antar				66	33	429	Puas
B.	Karakteristik dari objek							
1.	Aroma masakan				65	34	430	Puas
2.	Rasa masakan				64	35	431	Puas
3.	Ukuran dan porsi			5	61	33	424	Puas
4.	Variasi menu				64	35	431	Puas
5.	Kebersihan makanan				64	35	431	Puas
6.	Harga makanan				71	28	424	Puas
7.	Variasi harga			30	69		366	Puas
8.	Paket buffet			20	75	4	380	Puas
C.	Situasi							
1.	Lokasi rumah makan				68	31	427	Puas
2.	Dekorasi rumah makan			41	58		355	Puas
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji			24	68	7	379	Puas
4.	Kecepatan penyajian pesanan			5	57	37	428	Puas
5.	Kebersihan rumah makan				63	36	432	Puas
6.	Ketersediaan sarana pendukung			35	60	4	365	Puas

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel dapat dijelaskan bahwa persepsi konsumen sebagian besar keseluruhan faktor dinilai puas terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan rumah makan vegetarian tersebut serta bobot yang nilainya tertinggi adalah kebersihan rumah makan dengan jumlah bobot 432 dikarenakan pihak rumah makan selalu menjaga kebersihan rumah makan sehingga menimbulkan rasa nyaman pada konsumen. Atribut yang jumlah bobotnya masih rendah terdapat pada promosi menu makan dengan jumlah bobot 351 walaupun dinyatakan puas, promosi yang dilakukan pihak konsumen jarang sekali bahkan beberapa tidak pernah dilakukan.

Persepsi konsumen terhadap tingkat kepentingan dan kinerja dari faktor yang harus diperhatikan pihak rumah makan vegetarian dengan menggunakan alat analisis Importance Performance Analysis seperti yang tertera di tabel berikut.

Tabel 14. Perhitungan rata rata dari penilaian kinerja dan kepingn faktor faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian

No	Faktor	Penilaian kinerja (X)	Penilaian kepingnan (Y)	\bar{X}	\bar{Y}
A	Karakter individu				
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam	370	371	3.73	3.74
2.	Ketersedian bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan	364	354	3.67	3.57
3.	Promosi menu	351	355	3.54	3.58
4.	Pengetahuan pramusaji	377	368	3.80	3.71
5.	Pesan antar	429	429	4.33	4.34
B.	Karakteristik objek				
1.	Aroma masakan	430	426	4.34	4.30
2.	Rasa masakan	431	426	4.35	4.30
3.	Ukuran dan porsi	424	419	4.28	4.23
4.	Variasi menu	431	430	4.35	4.34
5.	Kebersihan makanan	431	426	4.35	4.30
6.	Harga makanan	424	426	4.28	4.30
7.	Variasi harga	366	357	3.69	3.60
8.	Paket buffet	380	372	3.83	3.75
C.	Situasi				
1.	Lokasi rumah makan	427	434	4.31	4.38
2.	Dekorasi rumah makan	355	351	3.58	3.54
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	379	378	3.82	3.81
4.	Kecepatan penyajian pesanan	428	424	4.32	4.28
5.	Kebersihan rumah makan	432	426	4.36	4.30
6.	Ketersediaan sarana pendukung	365	354	3.68	3.57
TOTAL				76.61	75.94
RATA RATA				4.03	3.99

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh atribut dengan total rata rata kinerja berjumlah 4.03 sedangkan total rata rata pada tingkat kepingnan adalah 3.99, maka dapat disimpulkan bahwa dari rata rata tersebut atau diatas rata rata yang telah diketahui konsumen akan dinyatakan telah puas terhadap kinerja rumah makan vegetarian tersebut. Kesesuaian antar kepingnan atau harapan konsumen dengan kinerja pelaksanaan rumah makan vegetarian di

kota Medan merupakan perbandingan keduanya, sehingga akan dapat diketahui manakah yang memiliki nilai tertinggi dan memenuhi harapan konsumen. Tingkat kesesuaian harapan dan kinerja rumah makan vegetarian di kota Medan dapat dilihat pada tabel berikut

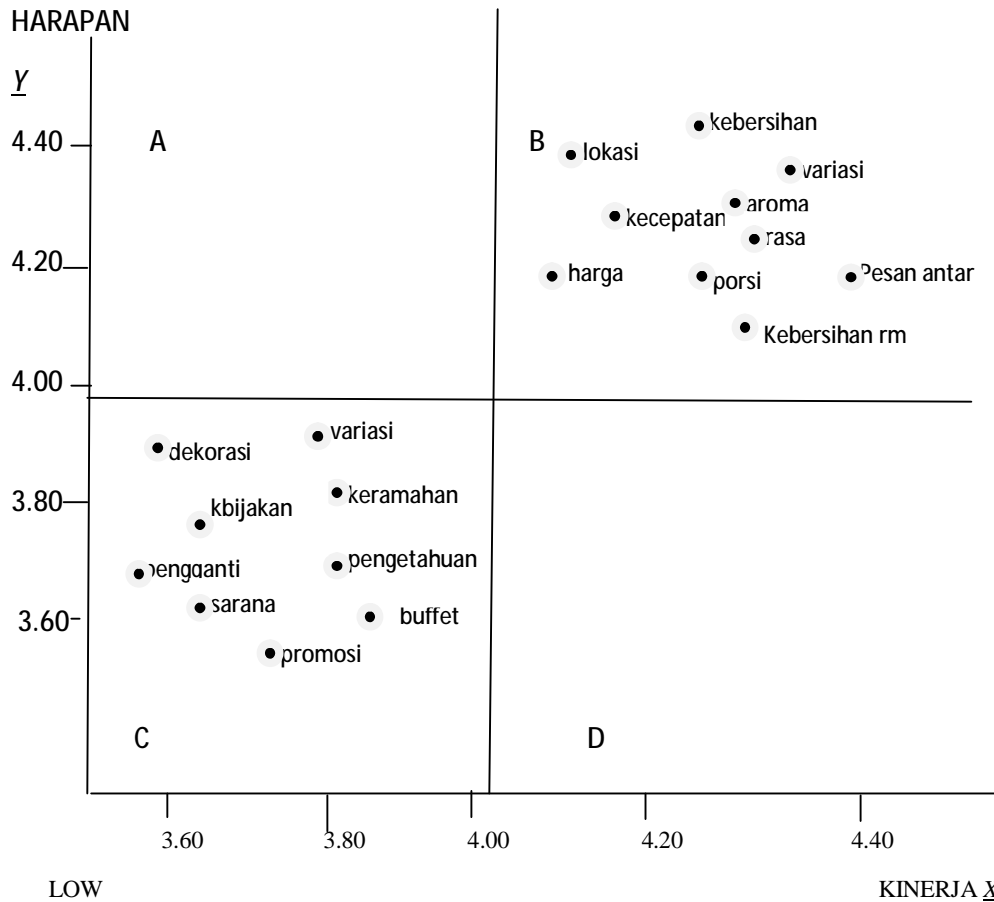
Tabel 15. Hasil kesesuaian rata rata tingkat kepentingan dan kinerja rumah makan vegetarian

No	Faktor	Penilaian kinerja (X)	Penilaian kepentingan (Y)	\bar{X}	\bar{Y}	T_{ki}
A	Karakter					
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam	370	371	3.73	3.74	100.53
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan	364	354	3.67	3.57	102.80
3.	Promosi menu	351	355	3.54	3.58	98.88
4.	Pengetahuan pramusaji	377	368	3.80	3.71	102.42
5.	Pesan antar	429	429	4.33	4.34	99.76
B.	Karakteristik dari objek					
1.	Aroma masakan	430	426	4.34	4.30	100.93
2.	Rasa masakan	431	426	4.35	4.30	101.16
3.	Ukuran dan porsi	424	419	4.28	4.23	101.18
4.	Variasi menu	431	430	4.35	4.34	100.23
5.	Kebersihan makanan	431	426	4.35	4.30	101.16
6.	Harga makanan	424	426	4.28	4.30	99.53
7.	Variasi harga	366	357	3.69	3.60	102.50
8.	Paket buffet	380	372	3.83	3.75	102.13
C.	Situasi					
1.	Lokasi rumah makan	427	434	4.31	4.38	98.40
2.	Dekorasi rumah makan	355	351	3.58	3.54	101.12
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	379	378	3.82	3.81	100.26
4.	Kecepatan penyajian pesanan	428	424	4.32	4.28	100.93
5.	Kebersihan rumah makan	432	426	4.36	4.30	101.39
6.	Ketersediaan sarana pendukung	365	354	3.68	3.57	103.08
TOTAL				76.61	75.94	1918.3
RATA RATA				4.03	3.99	100.96

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas bahwa seluruh atribut dengan total rata rata kinerja berjumlah 4.03 sedangkan total rata rata pada tingkat kepentingan adalah 3.99, maka dapat disimpulkan bahwa dari rata rata tersebut atau di atas rata rata yang telah diketahui konsumen akan dinyatakan telah puas terhadap kinerja rumah makan vegetarian di kota Medan. Rata rata kesesuaian disemua atribut sebesar 100.96, hal ini dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata kesesuaian tersebut cukup memenuhi kepuasan konsumen pada semua atribut tersebut.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) , dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan konsumen seluruh atribut dan Y merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan konsumen dari seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 3. Diagram Kartesius IPA Atribut faktor yang harus diperhatikan Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan.

1). Kuadran A (Prioritas Utama) Kuadran A adalah menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen atau tingkat kepentingannya tinggi tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan konsumen (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah) sehingga menimbulkan rasa tidak puas.

2). Kuadran B (Pertahankan Prestasi) Kuadran B adalah menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen atau tingkat kepentingannya tinggi dan faktor-faktor yang dianggap oleh Kinerja pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya atau tingkat kinerjanya tinggi sehingga menimbulkan rasa puas. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini

adalah aroma, rasa, kebersihan menu, kecepatan penyajian, porsi makanan, harga , kebersihan rumah makan, lokasi rumah makan, variasi menu, serta sistem pesan antar yang sudah baik.

3). Kuadran C (Prioritas Rendah) Kuadran C adalah menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting atau rendah oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa atau dinilai rendah sehingga rumah makan sebaiknya melaksanakannya secara biasa-biasa saja. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah dekorasi rumah makan, variasi menu, kebijakan mengenai lingkungan hidup, pengetahuan pramu saji, sarana pendukung, menu buffet, keramahan pramu saji, bahan makan pengganti serta promosi .

4). Kuadran D (Berlebihan) Kuadran D adalah menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting atau rendah oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebih-lebihan.

Tabel 16. Perhitungan analisis IPA atas kinerja dan kepentingan rumah makan Vegetarian di kota Medan

No	Faktor	\bar{X}	\bar{Y}	Kuadran
A	Karakter individu			
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam	3.73	3.74	C
2.	Ketersedian bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan	3.67	3.57	C
3.	Promosi menu	3.54	3.58	C
4.	Pengetahuan pramusaji	3.80	3.71	C
5.	Pesan antar	4.33	4.34	B
B.	Karakteristik dari objek			
1.	Aroma masakan	4.34	4.30	B
2.	Rasa masakan	4.35	4.30	B
3.	Ukuran dan porsi	4.28	4.23	B
4.	Variasi menu	4.35	4.34	B
5.	Kebersihan makanan	4.35	4.30	B
6.	Harga makanan	4.28	4.30	B
7.	Variasi harga	3.69	3.60	C
8.	Paket buffet	3.83	3.75	C
C.	Situasi			
1.	Lokasi rumah makan	4.31	4.38	B
2.	Dekorasi rumah makan	3.58	3.54	C
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	3.82	3.81	C
4.	Kecepatan penyajian pesanan	4.32	4.28	B
5.	Kebersihan rumah makan	4.36	4.30	B
6.	Ketersediaan sarana pendukung	3.68	3.57	C
TOTAL		76.61	75.94	
RATA RATA		4.03	3.99	

Sumber : dataprimer

Tingkat kepuasan konsumen (Customer Satisfaction Index) terhadap Seluruh faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian di Kota Medan.

Customer Satisfaction Indeks (CSI) adalah alat untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen di rumah makan vegetarian secara keseluruhan dengan menilai rata-rata tingkat kepentingan dan pelaksanaan dari atribut-atribut tersebut, nantinya akan berpengaruh pada tingkat kepuasan total konsumen. Dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 17. Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction Index) terhadap seluruh faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian di Kota Medan.

No	Faktor	<i>MSS</i>	<i>MIS</i>	<i>Weighted factor</i>	<i>Weighted score</i>
A	Produk				
1.	Aroma masakan	4.34	4.26	0.05	0.21
2.	Rasa masakan	4.35	4.30	0.05	0.21
3.	Ukuran dan porsi	4.28	4.23	0.05	0.21
4.	Variasi menu	4.35	4.34	0.05	0.21
5.	Kebersihan makanan	4.35	4.30	0.05	0.21
B.	Kualitas pelayanan				
1.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	3.82	3.81	0.05	0.19
2.	Pengetahuan pramusaji	3.80	3.71	0.04	0.15
3.	Kecepatan penyajian pesanan	4.32	4.28	0.05	0.21
4.	Kebersihan rumah makan	4.36	4.30	0.05	0.21
5.	Ketersediaan sarana pendukung	3.68	3.57	0.04	0.14
C.	Emosi				
1.	Lokasi rumah makan	4.31	4.38	0.05	0.21
2.	Dekorasi rumah makan	3.58	3.54	0.04	0.14
3.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam	3.73	3.74	0.04	0.14
D.	Harga				
1.	Harga makanan	4.28	4.30	0.05	0.21
2.	Promosi menu	3.54	3.58	0.04	0.14
3.	Variasi harga	3.69	3.60	0.04	0.14
4.	Paket buffet	3.83	3.75	0.04	0.15
E.	Biaya				
1.	Pesan antar	4.33	4.34	0.05	0.21
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan	3.67	3.57	0.04	0.14
TOTAL		76.67	75.94	0.87	3.43
RATA RATA		4.03	3.99		

Sumber : data primer yang diolah

$$\text{CSI} = 3.43/5 \times 100\% = 68.60\%$$

hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen rumah makan vegetarian di Kota Medan diketahui bahwa nilai weight score sebesar 3,43 maka, diperoleh hasil CSI adalah 0,6860 atau 68,60 persen yang dinyatakan puas. Nilai ini berada pada selang 0,61-0,80 atau 60-100%, sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum tingkat kepuasan konsumen (CSI) untuk faktor yang harus diperhatikan pihak rumah makan yang diteliti berada pada kriteria puas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Persepsi konsumen terhadap atribut rumah makan vegetarian adalah Kuadran B (Pertahankan Prestasi) adalah aroma, rasa, kebersihan menu, kecepatan penyajian, porsi makanan, harga , kebersihan rumah makan, lokasi rumah makan, variasi menu, serta sistem pesan antar yang sudah baik; Kuadran C (Prioritas Rendah) seperti dekorasi rumah makan, variasi menu, kebijakan mengenai lingkungan hidup, pengetahuan pramu saji, sarana pendukung, menu buffet, keramahan pramu saji, bahan makan pengganti serta promosi .
2. Hasil Tingkat kepuasan konsumen (Customer Satisfaction Index) adalah sebesar 68,60 persen yang dinyatakan puas

Saran

1. Pihak rumah makan harus mempertahankan prestasi yang dimilikinya seperti yang ada pada kuadran B.
2. Pihak rumah makan juga harus mempertahankan kepuasan konsumen yang telah baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ara Rossi. 2012. Vegetarian. Yogyakarta: G-Media
- Arifah, Siti. 2008. Hubungan Pengetahuan Dengan Perilaku Pemberantasan Sarang Nyamuk Dalam Upaya Pencegahan Penyakit Demam Berdarah Di Desa Kliwonan Masaran Sragen
- Aritonang Lerbin R. 2005. Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia media
- Bangun A, 2003. Vegetarian pola hidup sehat. Jakarta :agromedia
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. 2006. Hotel dan Akomodasi Pariwisata Bogor. Bogor.
- Hurriyati, R. (2008). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Irawan, Hadi. 2007. 10 Prinsip Kepuasan Konsumen. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Karina Padmasuri. 2015. I am A Happy Vegetarian. Yogyakarta: OCTOPU Publish House
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). Marketing management (14th ed.). United States of America : Pearson
- Kotler, Philip (1998) edisirevisi. Jilid I & II, "ManajemenPemasaran Prentice Hall Inc"
- Kotler, Philip (2006). Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kushari supeni dan Asih Setrioni. 2010. Vegetarian Gaya Hidup Sehat Masa Kini. Yogyakarta: Andi Offset
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. ManajemenPemasaranJasa. SalembaEmpat. Jakarta
- Ninemeier, Jack D., David K. Hayes. (2006). Restaurant Operation Management: Principles and Practice. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Mohammad, Ngafenan (1996). Gaya hidupsehat Vegetarian. Solo CV: aneka
- Pebi purwosiseno, 2007, global warming dan penyakit hewan, cv solo aneka, Solo
- Simamora, 2002, Panduan Riset Perilaku Konsumen, Surabaya: Pustaka Utama.

Siagian, Sondang. 2001. Teori Motivasi dan Aplikasinya. PT Rineka Cipta, Jakarta.

Suarthana. 2006, Manajemen Perhotelan edisi Kantor Depan. Kuta Utara.

Sumarwan, Ujang. 2002. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia

Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243

Susianto. 2008. Vegetarian Jilid I. Yogyakarta: Indonesia Vegetarian Society

Torsina, 2000, Usaha Restoran Yang Sukses, PT. Buana Ilmu Populer, Jakarta

Van den Ban dan Hawskin. 1999. Penyuluhan Pertanian. Kanisius. Yogyakarta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi konsumen terhadap rumah makan vegetarian di Kota Medan

Tingkat kepentingan adalah standar perbandingan yang biasa digunakan dalam dua cara yang berbeda, yaitu: “yang berarti apa yang akan dipikirkan pelanggan (keinginan). Kinerja (performance) adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksana suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi atau perusahaan yang tertuang dalam strategi planning suatu organisasi atau perusahaan.

Persepsi adalah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang mengembirakan. Diharapkan dengan memakai konsep tingkat kepentingan ini dapat ditangkap persepsi yang lebih jelas mengenai pentingnya atribut tersebut di mata konsumen. Penilaian tingkat kepentingan dan kinerja rumah makan vegetarian dapat dilihat pada lampiran berikut ini.

Tabel 12. Bobot penilaian tingkat kepentingan konsumen terhadap faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian

No	Faktor	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Bobot	Keterangan
A	Karakter individu							
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam			26	72	1	371	Penting
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan			44	53	2	354	Penting
3.	Promosi menu			43	54	2	355	Penting
4.	Pengetahuan pramusaji			30	67	2	368	Penting
5.	Pesan antar				66	33	429	Penting
B.	Karakteristik dari objek							
1.	Aroma masakan				69	30	426	Penting
2.	Rasa masakan				69	30	426	Penting
3.	Ukuran dan porsi		6	64	29		419	Penting
4.	Variasi menu				65	34	430	Penting
5.	Kebersihan makanan				69	30	426	Penting
6.	Harga makanan				69	30	426	Penting
7.	Variasi harga		41	56	2		357	Penting
8.	Paket buffet		28	67	4		372	Penting
C.	Situasi							
1.	Lokasi rumah makan				61	38	434	Penting
2.	Dekorasi rumah makan		45	54			351	Penting
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji		26	65	8		378	Penting
4.	Kecepatan penyajian pesanan		7	57	35		424	Penting
5.	Kebersihan rumah makan				69	30	426	Penting
6.	Ketersediaan sarana pendukung		42	57			354	Penting

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel dapat dijelaskan bahwa persepsi konsumen sebagian besar keseluruhan faktor dinilai sangat penting terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan rumah makan vegetarian tersebut serta bobot yang nilainya tertinggi adalah lokasi rumah makan dengan jumlah bobot 434, hal ini dikarenakan lokasi rumah makan vegetarian yang mudah di jangkau akan mempermudah konsumen untuk mengunjunginya. Atribut yang jumlah bobotnya masih rendah terdapat pada

dekorasi rumah makan dengan jumlah bobot 351 dan dinyatakan penting, hal ini dikarenakan bahwa dekorasi rumah makan kurang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih rumah makan yang akan dikunjungi.

Tabel 13. Bobot penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian

No	Faktor	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Bobot	Keterangan
A	Karakter individu							
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam			26	73		370	Puas
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan		1	30	68		364	Puas
3.	Promosi menu			45	54		351	Puas
4.	Pengetahuan pramusaji			23	72	4	377	Puas
5.	Pesan antar				66	33	429	Puas
B.	Karakteristik dari objek							
1.	Aroma masakan				65	34	430	Puas
2.	Rasa masakan				64	35	431	Puas
3.	Ukuran dan porsi			5	61	33	424	Puas
4.	Variasi menu				64	35	431	Puas
5.	Kebersihan makanan				64	35	431	Puas
6.	Harga makanan				71	28	424	Puas
7.	Variasi harga			30	69		366	Puas
8.	Paket buffet			20	75	4	380	Puas
C.	Situasi							
1.	Lokasi rumah makan				68	31	427	Puas
2.	Dekorasi rumah makan			41	58		355	Puas
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji			24	68	7	379	Puas
4.	Kecepatan penyajian pesanan			5	57	37	428	Puas
5.	Kebersihan rumah makan				63	36	432	Puas
6.	Ketersediaan sarana pendukung			35	60	4	365	Puas

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel dapat dijelaskan bahwa persepsi konsumen sebagian besar keseluruhan faktor dinilai puas terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan

rumah makan vegetarian tersebut serta bobot yang nilainya tertinggi adalah kebersihan rumah makan dengan jumlah bobot 432 dikarenakan pihak rumah makan selalu menjaga kebersihan rumah makan sehingga menimbulkan rasa nyaman pada konsumen. Atribut yang jumlah bobotnya masih rendah terdapat pada promosi menu makan dengan jumlah bobot 351 walaupun dinyatakan puas, promosi yang dilakukan pihak konsumen jarang sekali bahkan beberapa tidak pernah dilakukan.

Persepsi konsumen terhadap tingkat kepentingan dan kinerja dari faktor yang harus diperhatikan pihak rumah makan vegetarian dengan menggunakan alat analisis Importance Performance Analysis seperti yang tertera di tabel berikut.

Tabel 14. Perhitungan rata rata dari penilaian kinerja dan kepingn faktor faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian

No	Faktor	Penilaian kinerja	Penilaian kepingnan	\bar{X}	\bar{Y}
----	--------	-------------------	---------------------	-----------	-----------

	(X)	(Y)		
A	Karakter individu			
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam	370	371	3.73 3.74
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan	364	354	3.67 3.57
3.	Promosi menu	351	355	3.54 3.58
4.	Pengetahuan pramusaji	377	368	3.80 3.71
5.	Pesan antar	429	429	4.33 4.34
B.	Karakteristik objek			
1.	Aroma masakan	430	426	4.34 4.30
2.	Rasa masakan	431	426	4.35 4.30
3.	Ukuran dan porsi	424	419	4.28 4.23
4.	Variasi menu	431	430	4.35 4.34
5.	Kebersihan makanan	431	426	4.35 4.30
6.	Harga makanan	424	426	4.28 4.30
7.	Variasi harga	366	357	3.69 3.60
8.	Paket buffet	380	372	3.83 3.75
C.	Situasi			
1.	Lokasi rumah makan	427	434	4.31 4.38
2.	Dekorasi rumah makan	355	351	3.58 3.54
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	379	378	3.82 3.81
4.	Kecepatan penyajian pesanan	428	424	4.32 4.28
5.	Kebersihan rumah makan	432	426	4.36 4.30
6.	Ketersediaan sarana pendukung	365	354	3.68 3.57
TOTAL			76.61	75.94
RATA RATA			4.03	3.99

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh atribut dengan total rata rata kinerja berjumlah 4.03 sedangkan total rata rata pada tingkat kepentingan adalah 3.99, maka dapat disimpulkan bahwa dari rata rata tersebut atau diatas rata rata yang telah diketahui konsumen akan dinyatakan telah puas terhadap kinerja rumah makan vegetarian tersebut. Kesesuaian antar kepentingan atau harapan konsumen dengan kinerja pelaksanaan rumah makan vegetarian di kota Medan merupakan perbandingan keduanya, sehingga akan dapat diketahui manakah yang memiliki nilai tertinggi dan memenuhi harapan konsumen. Tingkat

kesesuaian harapan dan kinerja rumah makan vegetarian di kota Medan dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 15. Hasil kesesuaian rata rata tingkat kepentingan dan kinerja rumah makan vegetarian

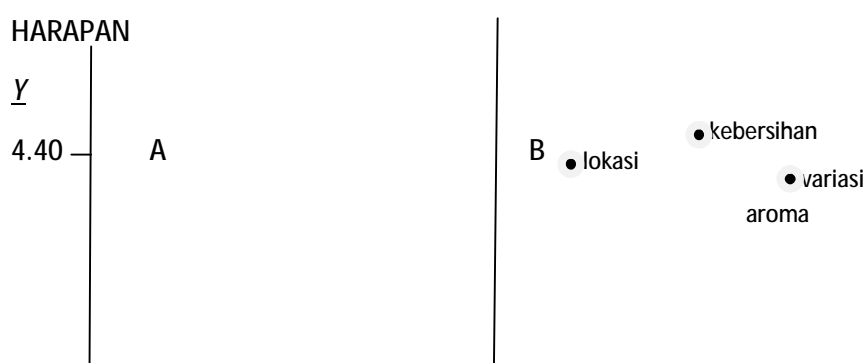
No	Faktor	Penilaian kinerja (X)	Penilaian kepentingan (Y)	\bar{X}	\bar{Y}	Tki
A	Karakter					
1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam	370	371	3.73	3.74	100.53
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan	364	354	3.67	3.57	102.80
3.	Promosi menu	351	355	3.54	3.58	98.88
4.	Pengetahuan pramusaji	377	368	3.80	3.71	102.42
5.	Pesan antar	429	429	4.33	4.34	99.76
B.	Karakteristik dari objek					
1.	Aroma masakan	430	426	4.34	4.30	100.93
2.	Rasa masakan	431	426	4.35	4.30	101.16
3.	Ukuran dan porsi	424	419	4.28	4.23	101.18
4.	Variasi menu	431	430	4.35	4.34	100.23
5.	Kebersihan makanan	431	426	4.35	4.30	101.16
6.	Harga makanan	424	426	4.28	4.30	99.53
7.	Variasi harga	366	357	3.69	3.60	102.50
8.	Paket buffet	380	372	3.83	3.75	102.13
C.	Situasi					
1.	Lokasi rumah makan	427	434	4.31	4.38	98.40
2.	Dekorasi rumah makan	355	351	3.58	3.54	101.12
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	379	378	3.82	3.81	100.26
4.	Kecepatan penyajian pesanan	428	424	4.32	4.28	100.93
5.	Kebersihan rumah makan	432	426	4.36	4.30	101.39
6.	Ketersediaan sarana pendukung	365	354	3.68	3.57	103.08
TOTAL				76.61	75.94	1918.3
RATA RATA				4.03	3.99	100.96

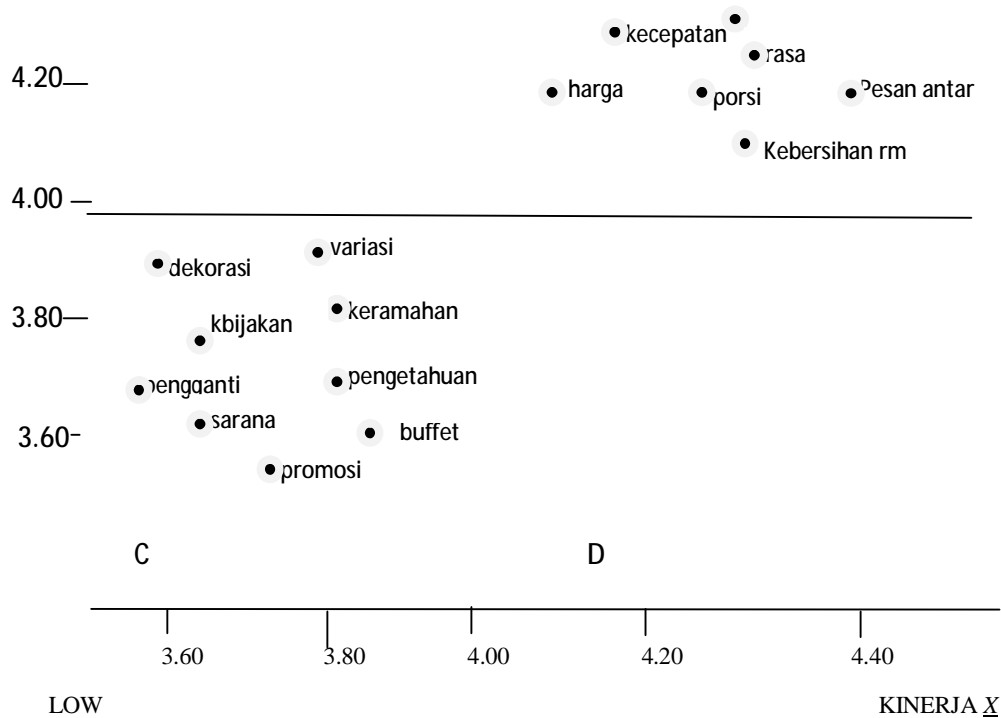
Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas bahwa seluruh atribut dengan total rata rata kinerja berjumlah 4.03 sedangkan total rata rata pada tingkat kepentingan adalah 3.99, maka dapat disimpulkan bahwa dari rata rata tersebut atau di atas rata rata yang

telah diketahui konsumen akan dinyatakan telah puas terhadap kinerja rumah makan vegetarian di kota Medan. Rata rata kesesuaian disemua atribut sebesar 100.96, hal ini dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata kesesuaian tersebut cukup memenuhi kepuasan konsumen pada semua atribut tersebut.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) , dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan konsumen seluruh atribut dan Y merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan konsumen dari seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat dilihat pada gambar berikut





Gambar 3. Diagram Kartesius IPA Atribut faktor yang harus diperhatikan Rumah Makan Vegetarian di Kota Medan.

1). Kuadran A (Prioritas Utama) Kuadran A adalah menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen atau tingkat kepentingannya tinggi tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan konsumen (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah) sehingga menimbulkan rasa tidak puas.

2). Kuadran B (Pertahankan Prestasi) Kuadran B adalah menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen atau tingkat kepentingannya tinggi dan faktor-faktor yang dianggap oleh Kinerja pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya atau tingkat kinerjanya tinggi sehingga menimbulkan rasa puas. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah aroma, rasa, kebersihan menu, kecepatan penyajian, porsi makanan, harga, kebersihan rumah makan, lokasi rumah makan, variasi menu, serta sistem pesan antar yang sudah baik.

3). Kuadran C (Prioritas Rendah) Kuadran C adalah menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting atau rendah oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa atau dinilai rendah sehingga rumah makan sebaiknya melaksanakannya secara biasa-biasa saja. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah dekorasi rumah makan, variasi menu, kebijakan mengenai lingkungan hidup, pengetahuan pramu saji, sarana pendukung, menu buffet, keramahan pramu saji, bahan makan pengganti serta promosi .

4). Kuadran D (Berlebihan) Kuadran D adalah menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting atau rendah oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebih-lebihan.

Tabel 16. Perhitungan analisis IPA atas kinerja dan kepentingan rumah makan Vegetarian di kota Medan

No	Faktor	\bar{X}	\bar{Y}	Kuadran
A	Karakter individu			

1.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam	3.73	3.74	C
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan	3.67	3.57	C
3.	Promosi menu	3.54	3.58	C
4.	Pengetahuan pramusaji	3.80	3.71	C
5.	Pesan antar	4.33	4.34	B
B.	Karakteristik dari objek			
1.	Aroma masakan	4.34	4.30	B
2.	Rasa masakan	4.35	4.30	B
3.	Ukuran dan porsi	4.28	4.23	B
4.	Variasi menu	4.35	4.34	B
5.	Kebersihan makanan	4.35	4.30	B
6.	Harga makanan	4.28	4.30	B
7.	Variasi harga	3.69	3.60	C
8.	Paket buffet	3.83	3.75	C
C.	Situasi			
1.	Lokasi rumah makan	4.31	4.38	B
2.	Dekorasi rumah makan	3.58	3.54	C
3.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	3.82	3.81	C
4.	Kecepatan penyajian pesanan	4.32	4.28	B
5.	Kebersihan rumah makan	4.36	4.30	B
6.	Ketersediaan sarana pendukung	3.68	3.57	C
TOTAL		76.61	75.94	
RATA RATA		4.03	3.99	

Sumber : dataprimer

Tingkat kepuasan konsumen (Customer Satisfaction Index) terhadap Seluruh faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian di Kota Medan.

Customer Satisfaction Indeks (CSI) adalah alat untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen di rumah makan vegetarian secara keseluruhan

dengan menilai rata-rata tingkat kepentingan dan pelaksanaan dari atribut-atribut tersebut, nantinya akan berpengaruh pada tingkat kepuasan total konsumen. Dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 17. Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction Index) terhadap seluruh faktor yang harus diperhatikan rumah makan vegetarian di Kota Medan.

No	Faktor	<i>MSS</i>	<i>MIS</i>	<i>Weighted factor</i>	<i>Weighted score</i>
A	Produk				
1.	Aroma masakan	4.34	4.26	0.05	0.21
2.	Rasa masakan	4.35	4.30	0.05	0.21
3.	Ukuran dan porsi	4.28	4.23	0.05	0.21
4.	Variasi menu	4.35	4.34	0.05	0.21
5.	Kebersihan makanan	4.35	4.30	0.05	0.21
B.	Kualitas pelayanan				
1.	Keramahan dan kesopanan pramusaji	3.82	3.81	0.05	0.19
2.	Pengetahuan pramusaji	3.80	3.71	0.04	0.15
3.	Kecepatan penyajian pesanan	4.32	4.28	0.05	0.21
4.	Kebersihan rumah makan	4.36	4.30	0.05	0.21
5.	Ketersediaan sarana pendukung	3.68	3.57	0.04	0.14
C.	Emosi				
1.	Lokasi rumah makan	4.31	4.38	0.05	0.21
2.	Dekorasi rumah makan	3.58	3.54	0.04	0.14
3.	Kebijakan rumah makan mengenai kelestarian alam	3.73	3.74	0.04	0.14
D.	Harga				
1.	Harga makanan	4.28	4.30	0.05	0.21
2.	Promosi menu	3.54	3.58	0.04	0.14
3.	Variasi harga	3.69	3.60	0.04	0.14
4.	Paket buffet	3.83	3.75	0.04	0.15
E.	Biaya				
1.	Pesan antar	4.33	4.34	0.05	0.21
2.	Ketersediaan bahan makanan pengganti bahan makanan non vegan	3.67	3.57	0.04	0.14
TOTAL		76.67	75.94	0.87	3.43
RATA RATA		4.03	3.99		

Sumber : data primer yang diolah

$$CSI = 3.43/5 \times 100\% = 68.60\%$$

hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen rumah makan vegetarian di Kota Medan diketahui bahwa nilai weight score sebesar 3,43 maka, diperoleh hasil CSI adalah 0,6860 atau 68,60 persen yang dinyatakan puas. Nilai ini berada

pada selang 0,61-0,80 atau 60-100%, sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum tingkat kepuasan konsumen (CSI) untuk faktor yang harus diperhatikan pihak rumah makan yang diteliti berada pada kriteria puas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Persepsi konsumen terhadap atribut rumah makan vegetarian adalah Kuadran B (Pertahankan Prestasi) adalah aroma, rasa, kebersihan menu, kecepatan

penyajian, porsi makanan, harga , kebersihan rumah makan, lokasi rumah makan, variasi menu, serta sistem pesan antar yang sudah baik; Kuadran C (Prioritas Rendah) seperti dekorasi rumah makan, variasi menu, kebijakan mengenai lingkungan hidup, pengetahuan pramu saji, sarana pendukung, menu buffet, keramahan pramu saji, bahan makan pengganti serta promosi .

2. Hasil Tingkat kepuasan konsumen (Customer Satisfaction Index) adalah sebesar 68,60 persen yang dinyatakan puas

Saran

1. Pihak rumah makan harus mempertahankan prestasi yang dimilikinya seperti yang ada pada kuadran B.
2. Pihak rumah makan juga harus mempertahankan kepuasan konsumen yang telah baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ara Rossi. 2012. Vegetarian. Yogyakarta: G-Media

Arifah, Siti. 2008. Hubungan Pengetahuan Dengan Perilaku Pemberantasan Sarang Nyamuk Dalam Upaya Pencegahan Penyakit Demam Berdarah Di Desa Kliwonan Masaran Sragen

Aritonang Lerbin R. 2005. Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia media

- Bangun A, 2003. Vegetarian pola hidup sehat. Jakarta :agromedia
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. 2006. Hotel dan Akomodasi Pariwisata Bogor. Bogor.
- Hurriyati, R. (2008). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Irawan,Hadi. 2007. 10 Prinsip Kepuasan Konsumen. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Karina Padmasuri. 2015. I am A Happy Vegetarian. Yogyakarta: OCTOPU Publish House
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). Marketing management (14th ed.). United States of America : Pearson
- Kotler, Philip (1998) edisirevisi. Jilid I & II, “ManajemenPemasaran Prentice Hall Inc”
- Kotler,Philip (2006). Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kushari supeni dan Asih Setrioni. 2010. Vegetarian Gaya HidupSehat Masa Kini. Yogyakarta: Andi Offset
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. ManajemenPemasaranJasa. SalembaEmpat. Jakarta
- Ninemeier, Jack D., David K. Hayes. (2006). Restaurant Operation Management:Principles and Practice. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Mohammad, Ngafenan (1996). Gaya hidupsehat Vegetarian. Solo CV: aneka
- Pebi purwosiseno, 2007, global warming dan penyakit hewan,cv solo aneka, Solo
- Simamora, 2002, Panduan Riset Perilaku Konsumen, Surabaya: Pustaka Utama.
- Siagian, Sondang. 2001. Teori Motivasi dan Aplikasinya. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Suarthana. 2006, ManajemenPerhotelanedisi Kantor Depan. Kuta Utara.
- Sumarwan, Ujang. 2002. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia
- Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243

- Susianto. 2008. Vegetarian Jilid I. Yogyakarta: Indonesia Vegetarian Society
- Torsina,2000, Usaha Restoran Yang Sukses, PT. BuanaIlmuPopuler, Jakarta
- Van den Ban dan Hawskin. 1999. Penyuluhan Pertanian. Kanisius. Yogyakarta

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Persepsi konsumen terhadap atribut rumah makan vegetarian adalah Kuadran B (Pertahankan Prestasi) adalah aroma, rasa, kebersihan menu, kecepatan penyajian, porsi makanan, harga , kebersihan rumah makan, lokasi rumah makan, variasi menu, serta sistem pesan antar yang sudah baik; Kuadran C (Prioritas Rendah) seperti dekorasi rumah makan, variasi menu, kebijakan mengenai lingkungan hidup, pengetahuan pramu saji, sarana pendukung, menu buffet, keramahan pramu saji, bahan makan pengganti serta promosi .
2. Hasil Tingkat kepuasan konsumen (Customer Satisfaction Index) adalah sebesar 68,60 persen yang dinyatakan puas

Saran

1. Pihak rumah makan harus mempertahankan prestasi yang dimilikinya seperti yang ada pada kuadran B.
2. Pihak rumah makan juga harus mempertahankan kepuasan konsumen yang telah baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ara Rossi. 2012. Vegetarian. Yogyakarta: G-Media
- Arifah, Siti. 2008. Hubungan Pengetahuan Dengan Perilaku Pemberantasan Sarang Nyamuk Dalam Upaya Pencegahan Penyakit Demam Berdarah Di Desa Kliwonan Masaran Sragen
- Aritonang Lerbin R. 2005. Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia media
- Bangun A, 2003. Vegetarian pola hidup sehat. Jakarta :agromedia
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. 2006. Hotel dan Akomodasi Pariwisata Bogor. Bogor.
- Hurriyati, R. (2008). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Irawan, Hadi. 2007. 10 Prinsip Kepuasan Konsumen. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Karina Padmasuri. 2015. I am A Happy Vegetarian. Yogyakarta: OCTOPU Publish House
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). Marketing management (14th ed.). United States of America : Pearson
- Kotler, Philip (1998) edisirevisi. Jilid I & II, "ManajemenPemasaran Prentice Hall Inc"
- Kotler, Philip (2006). Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kushari supeni dan Asih Setrioni. 2010. Vegetarian Gaya Hidup Sehat Masa Kini. Yogyakarta: Andi Offset
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. ManajemenPemasaranJasa. SalembaEmpat. Jakarta
- Ninemeier, Jack D., David K. Hayes. (2006). Restaurant Operation Management: Principles and Practice. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Mohammad, Ngafenan (1996). Gaya hidupsehat Vegetarian. Solo CV: aneka
- Pebi purwosiseno, 2007, global warming dan penyakit hewan, cv solo aneka, Solo
- Simamora, 2002, Panduan Riset Perilaku Konsumen, Surabaya: Pustaka Utama.

Siagian, Sondang. 2001. Teori Motivasi dan Aplikasinya. PT Rineka Cipta, Jakarta.

Suarthana. 2006, Manajemen Perhotelan edisi Kantor Depan. Kuta Utara.

Sumarwan, Ujang. 2002. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia

Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243

Susianto. 2008. Vegetarian Jilid I. Yogyakarta: Indonesia Vegetarian Society

Torsina, 2000, Usaha Restoran Yang Sukses, PT. Buana Ilmu Populer, Jakarta

Van den Ban dan Hawskin. 1999. Penyuluhan Pertanian. Kanisius. Yogyakarta

Lampiran 1. Tingkat Kepentingan

	P1	P2	P3	P4	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P18	P19	TOTAL
R1	4	4	5	5	5	4	3	4	5	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	75
R2	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	3	3	3	4	3	76
R3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	80
R4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	2	74
R5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	82
R6	4	4	4	5	5	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	76
R7	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	2	77
R8	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	3	3	4	5	4	78
R9	5	4	3	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	75
R10	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	75
R11	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	3	77
R12	5	4	4	5	5	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	77
R13	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	2	79
R14	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	76
R15	5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	74
R16	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	80
R17	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	74
R18	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	75
R19	4	4	5	5	4	3	4	4	5	3	5	4	4	5	3	3	4	4	3	76

R20	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	75
R21	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	78
R22	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	3	78
R23	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	74
R24	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	73
R25	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	74
R26	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	79
R27	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	76
R28	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	73
R29	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	3	5	2	81
R30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	74
R31	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	74
R32	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	2	76
R33	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	76
R34	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	76
R35	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	2	72
R36	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	5	3	3	5	3	4	3	4	3	73
R37	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	77
R38	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	76
R39	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5	3	73
R40	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	77

R41	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	72
R42	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	3	3	4	4	4	4	5	3	77
R43	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	5	4	72
R44	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	2	75
R45	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	4	74
R46	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	78
R47	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	76
R48	5	4	4	4	4	3	3	5	5	3	4	4	3	5	3	4	4	4	2	73
R49	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	77
R50	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	2	79
R51	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	78
R52	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	5	2	76
R53	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	71
R54	4	4	3	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	74
R55	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	3	4	4	2	75
R56	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	3	3	4	4	4	77
R57	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	77
R58	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	2	76
R59	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	77
R60	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	2	73
R61	5	4	4	5	5	4	3	3	5	3	5	4	3	4	3	3	4	4	3	74

R62	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	76
R63	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	77
R64	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	2	77
R65	4	5	5	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	75
R66	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	4	4	74
R67	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	5	2	70
R68	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	4	3	73
R69	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	78
R70	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	76
R71	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	77
R72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	74
R73	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	73
R74	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	2	75
R75	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	5	2	77
R76	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	77
R77	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	75
R78	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	74
R79	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	3	4	5	3	76
R80	4	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	2	77
R81	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	77
R82	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	75

R83	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	5	3	4	4	4	2	75
R84	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	79
R85	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	71
R86	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	2	75
R87	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	76
R88	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	5	78
R89	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	2	71
R90	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
R91	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	76
R92	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	75
R93	4	5	5	4	5	3	3	4	4	3	4	3	3	5	3	4	3	5	4	74
R94	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	82
R95	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	75
R96	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	73
R97	4	4	5	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	4	4	76
R98	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	75
R99	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	76
TOTAL	427	426	420	430	426	379	368	424	426	354	434	351	371	426	355	357	372	429	310	7485

Lampiran 2. Tingkat Kinerja

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	TOTAL
R1	4	4	5	5	5	4	3	4	5	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	75
R2	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	77
R3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	80
R4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	2	74
R5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	82
R6	4	4	4	5	5	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	76
R7	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	2	77
R8	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	3	3	4	5	4	78
R9	5	4	3	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	75
R10	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	75
R11	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	4	77
R12	5	4	5	5	5	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	77
R13	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	2	79
R14	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	78
R15	5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	74
R16	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	81
R17	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	2	75
R18	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	76

R19	4	4	5	5	4	3	4	4	5	3	5	4	4	5	3	3	4	4	3	76
R20	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	76
R21	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	78
R22	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	79
R23	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	74
R24	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	76
R25	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	74
R26	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	79
R27	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	77
R28	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	73
R29	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	3	5	2	80
R30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	74
R31	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	75
R32	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	2	76
R33	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	76
R34	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	75
R35	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	2	72
R36	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	5	3	3	5	3	4	4	4	3	74
R37	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	78
R38	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	76

R39	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5	3	73
R40	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	77
R41	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	73
R42	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	3	3	4	4	4	4	5	4	78
R43	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	5	4	72
R44	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	74
R45	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	75
R46	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	78
R47	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	76
R48	5	4	4	4	4	3	3	5	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	72
R49	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	77
R50	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	2	78
R51	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	78
R52	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	5	2	76
R53	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	72
R54	4	4	3	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	76
R55	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	3	4	4	2	75
R56	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	78
R57	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	77
R58	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	2	76

R59	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	77
R60	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	73
R61	5	4	4	5	5	4	3	3	5	3	5	4	3	4	3	4	4	4	3	75
R62	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	77
R63	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	79
R64	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	76
R65	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	78
R66	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	4	4	74
R67	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	5	2	72
R68	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	76
R69	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	77
R70	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	2	76
R71	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	79
R72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	73
R73	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	75
R74	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	2	76
R75	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	2	80
R76	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	78
R77	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	76
R78	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	76

R79	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	3	4	5	3	76
R80	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	2	76
R81	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
R82	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	78
R83	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	5	3	4	4	4	2	75
R84	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	78
R85	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	76
R86	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	78
R87	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	77
R88	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	80
R89	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	76
R90	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
R91	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	78
R92	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	76
R93	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	5	4	77
R94	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	81
R95	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	76
R96	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	77
R97	4	4	5	4	5	3	4	4	5	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	76
R98	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	77

R99	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	75
TOTAL	430	431	424	431	431	380	377	428	432	367	427	355	370	424	351	367	380	429	323	7557
