



## STUDI KASUS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN Dr CHICKEN CIMAHPAR

### A Case Study of Customer Satisfaction Levels at Dr Chicken Cimahpar

**Aqila Asyasyakur, Muh. Daffa Akbar Putra Palsan, Nisrina Mutriara Anandha, Diana Yati, Sophia Solihati Devi, Khoirul Aziz Husyairi, Tina Nur Ainun**  
*Supervisor Jaminan Mutu Pangan, Sekolah Vokasi IPB*  
Email; [asyasyakuraqila@apps.ipb.ac.id](mailto:asyasyakuraqila@apps.ipb.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to evaluate the level of customer satisfaction at Dr. Chicken Cimahpar, a crispy or fresh food restaurant in Indonesia. The problem at hand is how to determine the level of customer satisfaction based on the attributes of the product or service they receive. The method used is the Customer Satisfaction Index (CSI), which determines the level of user satisfaction based on the level of performance and the level of importance of the measured product or service features. The sample of this research is consumers who visit and purchase products in the second observation stage and are willing to be respondents for research. The results showed that Dr. Chicken Cimahpar has a customer satisfaction level of 78.59%, which is within the "satisfied" criteria. The most important factors for consumer satisfaction are food served crispy or fresh and accuracy of order presentation. This research provides valuable insight into the level of consumer satisfaction and can be used by Dr. Chicken Cimahpar to improve its products and services.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction Index, Consumer Satisfaction Level, Crispy or Fresh Food, Dr. Chicken Cimahpar, Order Presentation Accuracy.*

## PENDAHULUAN

Industri makanan cepat saji pertama kali memasuki Indonesia pada tahun 1970-an, diawali oleh merek Amerika seperti KFC dan Burger King. Pada tahun 1997, penguatan perkembangan industri ini semakin ditopang oleh penerbitan PP RI Nomor 16 tentang waralaba. Faktor tersebut berkolaborasi dengan penerimaan masyarakat Indonesia terhadap makanan cepat saji, yang ditunjukkan dengan tersebarnya berbagai outlet seperti KFC, McDonald's, CFC, Wendy's, Burger King, dan lain-lain di berbagai kota (Putra, 2017).

Berkaitan dengan era globalisasi dan kemajuan teknologi, pola hidup masyarakat, khususnya di area perkotaan, menjadi semakin cepat. Kebutuhan akan produk yang praktis dan bermanfaat pun meningkat. Dalam hal ini, industri makanan cepat saji menjadi salah satu penyedia utama. Sebuah survei yang dilakukan terhadap penduduk Ibu Kota menunjukkan bahwa 53% dari mereka membeli makanan cepat saji dalam enam bulan terakhir, dan 46% dalam sebulan terakhir (Purnadi, 2009, Yesenia dan Siregar, 2014).

Seiring perkembangan zaman, makanan cepat saji menjadi semakin diminati oleh masyarakat. Minat ini turut berperan dalam pertumbuhan industri makanan cepat saji. Sebagai contoh, produk olahan ayam seperti fried chicken sangat populer dan mudah ditemukan. Ayam goreng siap saji ini adalah potongan ayam yang dilapisi tepung dan bumbu sebelum dimasak atau telah dimarinasi. Kepraktisan, kemudahan, dan kecepatan dalam mengonsumsinya menjadikan fried chicken salah satu produk makanan cepat saji yang sangat diminati.

Salah satu restoran cepat saji yang menyajikan fried chicken sebagai makanan utama adalah D'Real Chicken. D'Real Chicken atau yang biasa disingkat Dr Chicken merupakan restoran cepat saji yang khusus menyajikan fried chicken berkualitas dengan kelezatan yang crispy, halal, aman, dan harga yang terjangkau. Dr Chicken memfokuskan pada kualitas produk, layanan, dan varian ayam yang banyak serta mutu terbaik dari rumah pemotongan ayam berstandar SNI, bumbu berbahan dasar rempah-rempah, penerapan teknologi modern, proses produksi, dan penyajian yang terstandar sehingga menghasilkan produk dengan cita rasa terbaik. Tantangan atau masalah spesifik yang dimiliki pada Dr Chicken Cimahpar dalam hal kepuasan pelanggan berada pada keinginan, harapan dan kriteria terhadap produk. Beberapa aspek tersebut menjadi sebuah tantangan dalam memenuhi keinginan konsumen, agar konsumen merasa puas terhadap produk yang didapatkan.

Sehubungan dengan kepuasan pelanggan terhadap makanan cepat saji telah banyak riset yang mengemukakan hal ini, tingkat kepuasan konsumen telah dianalisis di berbagai restoran dengan metode CSI. Di C'Best Taman Griya, tingkat kepuasan konsumen ditemukan sebesar 74.63%, yang menempatkannya dalam kategori puas (Simanjuntak et al., 2019), Sementara itu, KFC Makassar Town Square mencatat tingkat kepuasan 61.4%, berada dalam kategori cukup puas (Ramadhani, 2017). Lebih jauh lagi, KFC Tangerang Selatan mendapatkan skor yang lebih tinggi, dengan 81.29%, masuk dalam kategori sangat puas (Yesenia dan Siregar, 2014). Di O'Chicken, tingkat kepuasan konsumen tercatat sebesar 65.8%, termasuk dalam kategori cukup puas. Terakhir, KFC Plaza Andalas meraih nilai kepuasan sebesar 75.4%, masuk dalam kategori puas (Putri, 2022). Berdasarkan analisis ini, terdapat komparasi sebesar 19.89% dalam tingkat kepuasan konsumen antara restoran-restoran tersebut.

Meskipun berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen di berbagai restoran cepat saji, masih ada kekurangan dalam penelitian yang membandingkan tingkat kepuasan antara berbagai restoran cepat saji dalam konteks yang sama. Selain itu, penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen juga masih perlu dilakukan. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada pengukuran tingkat kepuasan konsumen, namun sedikit yang membahas strategi yang dapat digunakan oleh restoran cepat saji untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengisi celah ini.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dapat diinterpretasikan sebagai respon kebahagiaan atau kesenangan konsumen setelah perbandingan antara persepsi atau kesannya terhadap suatu kinerja atau hasil dari suatu produk (Ambarini et al., 2014). Menciptakan pelanggan yang loyal yaitu dengan cara kepuasan pelanggan dianggap penting, karena pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan konsumen terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang diharapkan. Jika produk atau jasa tidak sesuai yang diharapkan maka

tingkat kepuasan akan menurun, dan sebaliknya jika produk atau jasa sesuai yang diharapkan maka tingkat kepuasan akan meningkat (Kotler dan Amstrong, 2008, Wicaksana, 2020).

Respon konsumen terhadap suatu produk atau jasa adalah hasil dari perbandingan antara persepsi dan ekspektasi yang diterimanya (Yola dan Budianto, 2016). Untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen dan meningkatkan penjualan, sebuah usaha perlu mengetahui strategi yang baik dan sesuai dengan kondisi usaha dan target pasar agar tepat sasaran. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur atribut-atribut dari sebuah perusahaan berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan, contohnya yaitu metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). *Customer Satisfaction Index* dapat didefinisikan sebagai indeks yang mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan pertimbangan berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan dari suatu fitur produk atau jasa (Syukri, 2014).

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai kriteria kisaran tingkat kepuasan konsumen berdasarkan tingkat kepentingan atribut-atribut produk atau jasa di Dr Chicken Cimahpar, yang mengacu pada tabel penilaian CSI.

#### **METODE**

Dalam penelitian ini, digunakan indeks kepuasan pelanggan (CSI). CSI menentukan tingkat kepuasan pengguna berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan fitur produk atau jasa yang diukur (Amri et al., 2020). Selain itu, CSI juga berguna untuk memberikan hasil data yang jelas tentang tingkat kepuasan pengguna dan memiliki nilai lebih. Metode ini memiliki beberapa keunggulan, termasuk mengumpulkan data yang perlu diperbaiki dengan cepat, mudah digunakan, sederhana, serta menggunakan skala yang sensitif atau akurat. Rumus slovin digunakan dalam menentukan jumlah sampel yang dilakukan dengan cara perhitungan statistik. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang jumlahnya telah diketahui (Pakendek dan Rantetampang, 2018).

Sampel baik atau *representative* mempertimbangkan proporsi karakter pada populasi dan karakteristik sampel yang sama dengan karakteristik populasi. Sampel yang dinyatakan tidak baik atau *unrepresentative sample* dinyatakan apabila karakteristik sampel tidak sama. Dengan menggunakan pendekatan yang cermat saat merencanakan proses sampling, penentuan sampel, evaluasi sampel, dan analisis data, penulis meningkatkan kemungkinan sampel dianggap representatif. Representatif sampel diandalkan melalui respon atau tanggapan yang diberikan oleh konsumen karena dianggap mewakili karakteristik populasi yang digunakan. Karakteristik konsumen yang dimiliki yaitu relevan dan selaras.

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah mengonsumsi produk Dr Chicken Cimahpar. Adapun sampel yang digunakan adalah konsumen yang sedang mengunjungi dan berbelanja produk pada tahap observasi kedua serta bersedia menjadi responden untuk penelitian. Jumlah sampel yang dipilih sebanyak 88 responden

dari 700 populasi (jumlah populasi ditentukan dari perkiraan jumlah konsumen dalam satu minggu) yang ditentukan menggunakan Metode Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, dengan rumus:

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

Di mana 'n' merupakan ukuran sampel, 'e' adalah nilai kritis ketidakteelitian sebab pengambilan sampel populasi, dan 'N' adalah ukuran populasi

Tahap penelitian dimulai dengan observasi secara langsung ke lokasi penelitian untuk mengetahui keadaan sekitar lokasi serta perilaku konsumen yang datang dan membeli produk Dr Chicken. Tahap selanjutnya menggunakan metode *nonprobability sampling* yang digunakan yaitu *accidental sampling* yakni mengumpulkan data dari populasi menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pada ketidaksengajaan. Metode ini merupakan metode pengambilan sampel secara acak pada responden yang dijumpai saat dilaksanakannya penelitian di Dr Chicken. Kelebihan dari metode ini karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan lebih mudah apabila dibandingkan dengan metode lain. Secara kebetulan metode pengambilan sampel yang digunakan dapat berpotensi memperkenalkan bias karena jumlah populasi yang digunakan tidak diketahui secara pasti sehingga tingkat akurasi yang didapatkan rendah.

Suatu data yang digunakan pada penelitian ini merupakan sekumpulan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar luaskan. Kuesioner yang telah diisi kemudian diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Jika data yang didapatkan sudah valid dan reliabel, maka selanjutnya dilakukan analisis data. Tahap analisis data dilakukan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan bantuan aplikasi *microsoft excel*.

Penelitian ini dilaksanakan di Dr Chicken Cimahpar yang beralamat di Jl. Tumenggung Wiradireja No. 81, RT 02/RW 05, Tanah Baru, Kec. Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa aspek pengamatan seperti elemen yang dianggap penting serta menyangkut tingkat kepuasan konsumen di Dr Chicken Cimahpar.

Tabel 1. Atribut Penelitian

No	Atribut	Variabel
1	Harga	Harga menu yang ditawarkan terjangkau di semua kalangan Harga menu yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan kualitas produk yang disajikan Harga menu yang ditawarkan sesuai dengan hasil yang diinginkan Harga menu yang ditawarkan lebih ekonomis dibandingkan dengan produk yang sejenis
2	Kualitas produk	Makanan yang disajikan sangat menarik Makanan yang disajikan bersih Makanan yang disajikan <i>crispy</i> atau <i>fresh</i> Makanan disajikan dalam keadaan hangat

No	Atribut	Variabel
3	Kualitas Pelayanan	Ketepatan penyajian pesanan Pelayanan Dr Chicken cepat dan responsif Karyawan Dr Chicken ramah dan tanggap dalam melayani pesanan Karyawan Dr Chicken selalu menanggapi keluhan pembeli Karyawan Dr Chicken memberikan perhatian penuh dan melayani dengan sopan
4	Variasi makanan dan minuman	Variasi makanan dan minuman cukup beragam Penyajian <i>plating</i> makanan dan minuman menarik
5	Keputusan Pembelian	Makanan yang ditawarkan oleh Dr Chicken sesuai dengan selera Dr Chicken sesuai dengan kemampuan <i>finansial</i> dan makanan yang disajikan cepat saji Dr Chicken memenuhi yang diharapkan dibandingkan produk sejenis

(Simanjuntak et al., 2019)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, Dr Chicken Cimahpar diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan metode alpha Cronbach dan product moment. Nilai alpha untuk analisis reliabilitas adalah 0,6, dan koefisien alpha ( $\alpha$ ) diperoleh adalah 0.789 dan 0.960 dengan tabel r ( $\alpha=0.01$ ) adalah 0,2732. Hal ini menunjukkan bahwa setiap atribut tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan kuesioner valid dan dapat diandalkan.

Atribut dapat diartikan sebagai bagian data yang menunjukkan karakteristik penilaian konsumen terhadap barang atau jasa tertentu. Dalam kuesioner yang dianggap penting oleh konsumen, jumlah skor untuk setiap atribut dihitung yang menginterpretasikan tingkat kepentingannya. Nilai skor yang lebih tinggi untuk setiap atribut menunjukkan bahwa tingkat kepentingan dan kepuasan atribut semakin tinggi pula.

Faktor tingkat kepentingan terbesar di Dr Chicken Cimahpar adalah makanan yang disajikan *crispy* atau *fresh*, dengan skor rata-rata (4.15), makanan yang disajikan cukup menarik (4.14), harga menu yang ditawarkan terjangkau untuk semua orang (4.07), makanan yang disajikan bersih (4.03), makanan yang disajikan hangat (4.03), dan harga menu yang ditawarkan lebih ekonomis dibandingkan dengan produk sejenis (4.00). Penyajian *plating* makanan dan minuman menarik menerima skor rata-rata terkecil dengan skor 3,72. Faktor yang dianggap penting oleh pelanggan adalah makanan yang disajikan *crispy* atau *fresh*. Konsumen akan puas dengan barang yang dibeli jika barang tersebut berkualitas baik. Konsumen juga menginginkan harga menu yang terjangkau serta sesuai dengan kualitas barang yang dibeli. Pelayanan kepada pelanggan merupakan tingkat kepentingan lain, yang mana pelayanan harus sepenuhnya diberikan dan setiap pelanggan memiliki hak dan kewajiban yang sama. Tabel 2 menunjukkan hasil perhitungan penilaian atribut oleh konsumen pada tingkat kepentingan.

Tabel 2. Penilaian atribut pada tingkat kepentingan

No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan
1	Makanan yang disajikan <i>crispy</i> atau <i>fresh</i>	4.15	10	Harga menu yang ditawarkan sesuai dengan hasil yang diinginkan	3.93
2	Makanan yang disajikan cukup menarik	4.14	11	Pelayanan Dr Chicken cepat dan responsif	3.90
3	Harga menu yang ditawarkan terjangkau di semua kalangan	4.07	12	Dr Chicken memenuhi yang diharapkan dibandingkan produk sejenis	3.89
4	Makanan yang disajikan bersih	4.03	13	Harga menu yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang disajikan	3.86
5	Makanan yang disajikan dengan keadaan hangat	4.03	14	Dr Chicken sesuai dengan kemampuan finansial dan makanan yang disajikan cepat saji	3.84
6	Harga menu yang ditawarkan ekonomis dibandingkan dengan produk yang sejenis	4.00	15	Ketepatan penyajian pesanan	3.80
7	Karyawan Dr Chicken ramah dan tanggap melayani pesanan	3.94	16	Makanan yang ditawarkan Dr Chicken sesuai dengan selera	3.78
8	Karyawan Dr Chicken memberikan perhatian penuh dan melayani dengan sopan	3.94	17	Variasi makanan dan minuman cukup beragam	3.77

9	Karyawan Dr Chicken selalu menanggapi keluhan pembeli	3.94	18	Penyajian <i>plating</i> makanan dan minuman	3.72
---	---	------	----	--	------

Selanjutnya, analisis atribut tingkat kepuasan pelanggan Dr Chicken Cimahpar yang dianggap penting adalah ketepatan penyajian pesanan dengan skor rata-rata (3,95), karyawan yang ramah dan tanggap saat melayani pesanan (3.94), harga menu yang sesuai dengan hasil yang diinginkan (3.93), variasi makanan dan minuman yang cukup beragam (3.91), makanan yang disajikan bersih (3.90) dan makanan *crispy* atau *fresh* dibandingkan dengan produk sejenisnya (3.90). Harga menu yang ditawarkan ekonomis dibandingkan dengan produk sejenis mendapatkan nilai skor rata-rata terkecil 3.65. Konsumen merasa puas dengan berbagai faktor, termasuk karyawan Dr Chicken yang ramah dan responsif terhadap pesanan yang diinginkan. Dalam suatu penelitian dikatakan terdapat lima atribut restoran yang dianggap penting diantaranya kebersihan, rasa, kesopanan, ketepatan penyajian, dan keramahan (Andreani, 2010, Novrianto, 2016). Penelitian lainnya juga berpendapat bahwa pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan diantaranya cepat, tepat, rapi, dan sopan (Subroto, 2003, Miranda et al., 2023). Cepat dapat diartikan bahwa konsumen tidak menunggu terlalu lama untuk pelayanan yang diberikan. Tepat berarti produk yang dihidangkan sesuai dengan yang dipesan dan tepat waktu. Konsumen Dr Chicken merasa puas dengan produk yang disajikan sesuai dengan pesanan dan keinginan. Jika konsumen puas dengan produk Dr Chicken, maka tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan akan kembali membeli produk dan menyarakannya kepada orang lain. Hasil perhitungan penilaian atribut oleh konsumen pada tingkat kepuasan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penilaian atribut pada tingkat kepuasan

No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan
1	Ketepatan penyajian pesanan	3.95	10	Karyawan Dr Chicken memberikan perhatian penuh dan melayani dengan sopan	3.85
2	Karyawan Dr Chicken ramah dan tanggap melayani pesanan	3.94	11	Makanan yang ditawarkan Dr Chicken sesuai dengan selera	3.84
3	Harga menu yang ditawarkan sesuai	3.93	12	Harga menu yang ditawarkan	3.83

No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan
	dengan hasil yang diinginkan			terjangkau di semua kalangan	
4	Variasi makanan dan minuman cukup beragam	3.91	13	Harga menu yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang disajikan	3.83
5	Makanan yang disajikan bersih	3.90	14	Penyajian <i>plating</i> makanan dan minuman menarik	3.74
6	Makanan yang disajikan <i>crispy</i> atau fresh dibandingkan dengan produk yang sejenis	3.90	15	Dr Chicken memenuhi yang diharapkan dibandingkan produk sejenis	3.74
7	Pelayanan Dr Chicken cepat dan responsif	3.88	16	Karyawan Dr Chicken selalu menanggapi keluhan pembeli	3.69
8	Dr Chicken sesuai dengan kemampuan <i>financial</i> dan makanan yang disajikan cepat saji	3.86	17	Makanan yang disajikan cukup menarik	3.69
9	Makanan yang disajikan dalam keadaan hangat	3.85	18	Harga menu yang ditawarkan ekonomis dibandingkan dengan produk yang sejenis	3.65

Setelah penelitian dan perhitungan dilakukan dengan metode CSI, Dr Chicken Cimahpar memperoleh skor tingkat kepuasan konsumen sebesar 78.59%. Hasil perhitungan tersebut diperoleh dengan membagi nilai total Weight Score (3.93) dengan nilai skala likert tertinggi (5) dan dikali dengan 100%. Diperolehlah Nilai CSI sebesar 78.59% yang berada pada kriteria puas. Skor dapat dikatakan puas apabila masuk ke dalam kriteria dengan kisaran nilai sebesar 66% - 88% (Widodo dan Sutopo, 2018). Pada tabel 4 dilampirkan hasil perhitungan Nilai CSI.

Tabel 4. Analisis CSI di Dr Chicken Cimahpar

No	Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan (Y)	Rata-rata Tingkat Kepuasan (X)	Weight Factor (%)	Weight Score
1	Ketepatan penyajian pesanan	3.95	3.80	5.73	0.22
2	Pelayanan Dr Chicken cepat dan responsif	3.88	3.90	5.62	0.22
3	Karyawan Dr Chicken ramah dan tanggap melayani pesanan	3.94	3.94	5.72	0.23
4	Karyawan Dr Chicken selalu menanggapi keluhan pembeli	3.69	3.93	5.35	0.21
5	karyawan Dr Chicken memberikan perhatian penuh dan melayani dengan sopan	3.85	3.94	5.58	0.22
6	Harga menu yang ditawarkan terjangkau di semua kalangan	3.83	4.07	5.55	0.23
7	Harga menu yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang disajikan	3.83	3.86	5.55	0.21
8	Harga menu yang ditawarkan sesuai dengan hasil yang diinginkan	3.93	3.94	5.70	0.22
9	Harga menu yang ditawarkan lebih ekonomis dibandingkan dengan produk yang sejenis	3.65	4.00	5.29	0.21
10	Makanan yang disajikan cukup menarik	3.69	4.14	5.35	0.22
11	Makanan yang disajikan bersih	3.90	4.03	5.65	0.23
12	Makanan yang disajikan <i>crispy</i> atau <i>fresh</i>	3.90	4.15	5.65	0.23
13	Makanan yang disajikan dengan keadaan hangat	3.85	4.03	5.58	0.23

No	Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan (Y)	Rata-rata Tingkat Kepuasan (X)	Weight Factor (%)	Weight Score
14	Variasi makanan dan minuman cukup beragam	3.91	3.77	5.67	0.21
15	Penyajian <i>plating</i> makanan dan minuman menarik	3.74	3.72	5.42	0.20
16	Makanan yang ditawarkan Dr Chicken sesuai dengan selera	3.84	3.78	5.67	0.21
17	Dr Chicken sesuai dengan kemampuan <i>financial</i> dan makanan yang disajikan cepat saji	3,86	3,84	5.60	0.22
18	Dr Chicken memenuhi yang diharapkan dibandingkan produk sejenis	3,74	3,89	5.42	0.21
Total				100.00	3.93

Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan Dr Chicken dengan nilai hasil analisis tingkat kepuasan riset tertinggi yang telah ada didapat komparasi sebesar 2.7% yaitu KFC Tangerang Selatan dengan kategori sangat puas (Yesenia dan Siregar, 2014). Dari temuan yang diperoleh berbeda dengan penelitian yang sudah ada sebab pada penelitian (Yesenia dan Siregar, 2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif akibat kualitas produk sedangkan Dr Chicken menyatakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh ketepatan penyajian pesanan. Salah satu faktor yang mempengaruhi penilaian kualitas pelayanan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen adalah ketepatan penyajian pesanan (Tjiptono, 2007, Putro et al., 2014). Hal yang sangat krusial bagi pebisnis dan konsumen yaitu konsekuensi pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan dalam ketepatan penyajian pesanan memiliki potensi pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan pendek serta hasil pembelian ulang sebagai pangsa pasar (Novrianto, 2016). Kepuasan pelanggan pada umumnya memiliki dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu loyalitas dan efek positive word of mouth (Tjiptono et al., 2008, Novrianto, 2016).

Manfaat spesifik yang akan dimiliki perusahaan terkait kepuasan pelanggan sangat beragam. Salah satunya adalah peningkatan loyalitas konsumen. Alshurideh et al. (2023) menemukan bahwa strategi operasional yang efisien dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepuasan, yang pada gilirannya dapat mendorong bisnis menuju kinerja

yang lebih tinggi. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpotensi menghasilkan pendapatan dari pembelian ulang di masa depan.

Kepuasan pelanggan juga dapat mengurangi biaya transaksi pelanggan, terutama untuk komunikasi, penjualan, dan layanan pelanggan yang efisien. Dengan meningkatkan ketahanan konsumen terhadap keinginan merek lain, perusahaan dapat membuka peluang untuk menawarkan harga pelanggan yang lebih tinggi. Menurut Higgins et al. (2023), penggunaan teknologi digital dan alat pemrosesan data dapat membantu perusahaan mengoptimalkan proses mereka dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Akhirnya, pelanggan yang puas akan lebih terbuka terhadap produk dan merek yang ditawarkan oleh perusahaan. Singh dan Siddiqui (2023) menunjukkan bahwa crowdsourcing online dapat digunakan sebagai alat untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan membangun merek.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen di Dr Chicken Cimahpar. Dengan menggunakan metode indeks kepuasan pelanggan (CSI), penelitian ini menunjukkan bahwa Dr Chicken Cimahpar memiliki tingkat kepuasan konsumen yang berada dalam kriteria "puas". Faktor yang paling penting bagi kepuasan konsumen adalah makanan yang disajikan crispy atau fresh, dan ketepatan penyajian pesanan.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya mencakup konsumen yang mengunjungi dan berbelanja produk pada tahap observasi kedua dan bersedia menjadi responden untuk penelitian. Oleh karena itu, hasilnya mungkin tidak mencerminkan pandangan semua konsumen Dr Chicken Cimahpar. Kedua, penelitian ini menggunakan metode accidental sampling, yang berpotensi memperkenalkan bias karena jumlah populasi yang digunakan tidak diketahui secara pasti sehingga tingkat akurasi yang didapatkan rendah.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode sampling yang lebih sistematis dan mencakup populasi yang lebih luas untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat tentang tingkat kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti faktor demografis atau perilaku konsumen.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang tingkat kepuasan konsumen di Dr Chicken Cimahpar dan menunjukkan pentingnya makanan yang disajikan crispy atau fresh, dan ketepatan penyajian pesanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil ini dapat digunakan oleh Dr Chicken Cimahpar untuk meningkatkan produk dan layanannya, dan oleh peneliti lain sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alshurideh, Muhammad Turki, Ahmed Al-Hadrami, Enass Khalil Alquqa, Haitham M. Alzoubi, Samer Hamadneh, and Barween Al Kurdi. 2023. 'The Effect of Lean and Agile Operations Strategy on Improving Order-Winners: Empirical Evidence from the UAE Food Service Industry'. *Uncertain Supply Chain Management* 11(1):87-94.
- Ambarini, Anjani, Dwi Novirani, and Abu Bakar. 2014. 'Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Indosat Berdasarkan Telecommunication Service Quality Dengan Menggunakan Structural Equation Modelling (SEM)'. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional* 2(1):204-16.
- Amri, H. R., R. T. Subagio, and Kusnadi. 2020. 'Penerapan Metode CSI Untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen'. *Jurnal Sistem Cerdas* 3(3):241-52.
- Higgins, Lisa, Anthony Marshall, Kirsten Crysel, and Jacob Dencik. 2023. 'From Efficiencies to Transformation – Tapping the Full Potential of Process Mining'. *Strategy and Leadership* 51(2):31-36.
- Miranda, Vudia, Sedana I. W. ... Yoga, and Bambang A. Harsojuwono. 2023. 'Analysis of Customer Satisfaction Level on Quality Products and Service at Cafe Gumi Cookies Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Layanan Pada Cafe Gumi Cookies'. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri* 11(1):35-46.
- Novrianto, Juang. 2016. 'ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN SOP TUNJANG PERTAMA ( M1 ) Sumber : Restoran Sop Tunjang Pertama'. *Jurnal Valuta* 2(2):171-89.
- Pakendek, Gustiani Rantetampang, A. .. 2018. 'Study Persepsi Pasien Kualitas Penyediaan Makanan Terhadap Citra Rumah Sakit Umum Jayapura'. *Jurnal Nasional Ilmu Kesehatan (Jnik)* 1(1):1-11.
- Putra, Khrisna Maulana. 2017. 'Tren Fast Food Sebagai Inspirasi Dalam Karya Seni Gambar'. Universitas Negeri Semarang.
- Putri, Fany Fabiola. 2022. 'ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN FRIED CHICKEN DI KOTA PADANG ( O ' CHICKEN S . PARMAN DAN KFC PLAZA ANDALAS ) SKRIPSI DI KOTA PADANG ( O ' CHICKEN S . PARMAN DAN KFC PLAZA ANDALAS ) ABSTRAK'. Universitas Andalas Padang.
- Putro, Shandy Widjoyo, Hatane Samuel, Ritzky Karina, and Brahmana. 2014. 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2(1):1-9.
- Ramadhani, Irma. 2017. 'Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di F+KFC Makassar Town Square'. Universitas Hassanudin Makassar.
- Simanjuntak, P., I. K. Satriawan, and Sri Mulyani. 2019. 'ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX ( Studi Kasus : C ' Bezt Taman Griya )'. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri* 7(2):181-89.
- Singh, Parul and Areej Aftab Siddiqui. 2023. 'Importance of Motivators for Crowds to Participate in an Online Crowdsourcing Activity'. Pp. 231-51 in *Handbook of Research on the Interplay Between Service Quality and Customer Delight*.



- Syukri, Siti Husna AINU. 2014. 'Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisa GAP Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja'. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 13(2):103–11.
- Wicaksana, Wafi. 2020. 'Pentingnya Kepuasan Pelanggan Pada Suatu Bisnis'. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1(1):317–23.
- Yesenia and Edward Halomoan Siregar. 2014. 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan KFC Di Tangerang Selatan'. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 5(3):183.
- Yola, Melfa and Duwi Budianto. 2016. 'Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)'. *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 12(1):301–9.

Copyright (c) 2021 Aqila Asyasyakur et.al



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).