

## Perbandingan Kepuasan Pelanggan Terhadap 3 Brand Makanan Kekinian di Medan

Angela Heyneker<sup>1</sup>, Alvin Caesar<sup>2</sup>, Eko Nakata<sup>3</sup>, Jerycho Taivin<sup>4</sup>, Vanness Wilson Sutantio<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Eka Prasetya

Alamat : Jl. Merapi No.8, Pusat Pasar, Medan, Indonesia

E-mail : [angela.heyneker12@gmail.com](mailto:angela.heyneker12@gmail.com) , [alvincaesarrr@gmail.com](mailto:alvincaesarrr@gmail.com) , [Ekonakata123@gmail.com](mailto:Ekonakata123@gmail.com) , [Jerychotayvin@gmail.com](mailto:Jerychotayvin@gmail.com) , [vannesswilson05@gmail.com](mailto:vannesswilson05@gmail.com)

**Abstract** . Analysis of customer satisfaction of three Chicken Preset brands, namely Prambanan, Cobek, and Surabaya, showed that Prambanaan was the best in meeting customer expectations. Cobek was, although not as good as Prambana, still offering a satisfactory experience with attractive menu variations, competitive prices, and good service. On the other hand, Surabaya showed a lower level of satisfaction, probably due to a lack of competitive appeal. This analysis demonstrates the importance of factors such as menu variation, price, and service in influencing customer satisfaction, providing important perspectives for improving customer experience in the food industry.

**Keywords** : brand, satisfaction, Ayam Penyet

**Abstrak** . Analisis kepuasan pelanggan atas tiga merek Ayam Penyet, yaitu Prambanan, Cobek, dan Surabaya, menunjukkan Prambanan sebagai yang paling unggul dalam memenuhi harapan pelanggan. Cobek, meskipun tak sebaik Prambanan, tetap menawarkan pengalaman yang memuaskan dengan variasi menu menarik, harga kompetitif, dan pelayanan yang baik. Di sisi lain, Surabaya menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih rendah, mungkin karena kurangnya daya tarik kompetitif. Analisis ini memperlihatkan pentingnya faktor seperti variasi menu, harga, dan pelayanan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, memberikan perspektif penting bagi perbaikan pengalaman pelanggan di industri makanan.

**Kata kunci** : brand, Kepuasan Pelanggan ,Ayam Penyet

### PENDAHULUAN

Sejak lama, kuliner telah menjadi bagian integral dari identitas sebuah kota. Medan, pusat ekonomi dan budaya Indonesia, memiliki kekayaan kuliner yang luar biasa. Makanan kekinian, atau yang sering disebut sebagai "trend kuliner", telah menjadi fokus utama dalam industri kuliner Medan dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini menghasilkan cita rasa baru dan merek kuliner yang terus berinovasi untuk memenuhi tuntutan pasar yang berkembang pesat. Di tengah persaingan yang semakin sengit di industri kuliner, keberhasilan sebuah merek bergantung pada kepuasan pelanggan dan menu yang inovatif. Di pasaran yang dinamis, kepuasan pelanggan telah menjadi fokus utama dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing sebuah merek. Dalam hal ini, penelitian ini akan menyelidiki tingkat kepuasan pelanggan dari tiga merek makanan kekinian yang beroperasi di kota Medan. Ketiga merek makanan modern yang menjadi subjek penelitian ini memiliki konsep, cita rasa, dan pengalaman unik untuk pelanggan mereka. Untuk memahami preferensi pelanggan, ekspektasi mereka terhadap kualitas produk dan layanan, serta faktor lain yang mempengaruhi keputusan

pembelian, evaluasi menyeluruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan merek ini akan sangat bermanfaat.

Untuk memahami bagaimana merek makanan kekinian di Medan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan mereka, kepuasan konsumen merupakan evaluasi penting. Beberapa faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen meliputi kualitas produk, pelayanan pelanggan, ketersediaan dan konsistensi produk, serta respons terhadap umpan balik.

Konsumen sangat bergantung pada kualitas produk. Sejauh mana sebuah merek memenuhi standar yang diharapkan oleh pelanggan ditentukan oleh kualitas rasa, presentasi hidangan, dan konsistensi cita rasa. Kepuasan pelanggan terhadap layanan dipengaruhi oleh pengalaman mereka selama proses pemesanan, interaksi dengan staf, keakuratan pesanan, dan tanggapan terhadap keluhan. Konsumen sangat bergantung pada kualitas produk. Sejauh mana sebuah merek memenuhi standar yang diharapkan oleh pelanggan ditentukan oleh kualitas rasa, presentasi hidangan, dan konsistensi cita rasa. Kepuasan pelanggan terhadap layanan dipengaruhi oleh pengalaman mereka selama proses pemesanan, interaksi dengan staf, keakuratan pesanan, dan tanggapan terhadap keluhan.

Faktor lain yang menentukan kepuasan pelanggan terhadap sebuah merek termasuk waktu tunggu, ketersediaan menu favorit, dan konsistensi kualitas produk. Respons terhadap umpan balik pelanggan juga memengaruhi seberapa peduli sebuah merek terhadap pengalaman pelanggan. Metode survei dan analisis data statistik akan digunakan dalam penelitian ini untuk menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengalaman dan persepsi pelanggan tentang kualitas produk, layanan, harga, kebersihan, ketersediaan produk, dan faktor lain yang memengaruhi kepuasan mereka dengan merek makanan modern akan menjadi fokus dari survei ini.

### **Landasan Teori**

Kepuasan Pelanggan adalah tingkat kepuasan atau kebahagiaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau merek. Perasaan positif ini muncul ketika harapan atau ekspektasi pelanggan terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh pengalaman yang mereka alami.

Menurut Oliver didalam Supranto (2001) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Setelah pembelian barang atau jasa, kepuasan pelanggan adalah sikap yang ditunjukkan pelanggan terhadapnya setelah menggunakannya. Pelanggan akan menilai kinerja produk sesuai dengan harapan, mengalami emosi positif, negatif, atau netral, dan tanggapan emosional ini membentuk persepsi kepuasan mereka. (Mowen and Minor 2002:89).

Menurut (Sangadji, 2013) kepuasan konsumen adalah suatu keadaan di mana kebutuhan konsumen sesuai dengan kinerja produk. Menurut definisi ini, kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi oleh konsumen dari harapan dan persepsi produk yang tercapai atau terlampaui.

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan**

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

- Performa produk atau jasa. Performa atau keunggulan produk atau jasa sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Mutu produk merupakan keunggulan bersaing yang utama.
- Citra perusahaan atau produk (merek). Konsumen memiliki pengalaman yang menyenangkan dengan barang yang ditawarkan, yang merupakan hasil dari pembentukan citra merek (brand image) dan nilai merek (brand equity).
- Nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima konsumen. Terdapat hubungan yang menguntungkan antara harga dan nilai karena pembeli ingin harga yang diberikan sesuai dengan nilai yang ditawarkan.
- Kinerja atau prestasi karyawan. Dalam proses pemenuhan kepuasan pelanggan, kinerja semua bagian organisasi bergantung pada bagaimana produk dan sistem pengiriman bekerja.
- Persaingan, Kelemahan dan kekuatan pesaing juga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan memberikan peluang untuk memperoleh keunggulan.

## **METODOLOGI**

Konsumen dari tiga merek Makanan ayam penyet Prambanan, Cobek, dan Surabaya, terlibat dalam studi di lapangan dari 20 hingga 31 Desember 2023. dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Konsumen akan diberi kuesioner langsung tentang tiga merek Makanan modern yang berisi variabel Kepuasan Pelanggan, yang merupakan variabel penelitian. Skala yang digunakan adalah skala pengukuran Likert dari 1 hingga 5 digunakan untuk variabel penelitian.

### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudianditarik kesimpulannya, populasi juga merupakan semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel (Sugiyono, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di wilayah kota Makassar dan sekitarnya dan pernah mencoba kelimabrand minuman yang disebutkan.

## Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono,2019), Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang yang berdomisili di kota Makassar dan sekitarnya.

## Teknik Pengambilan Sampel

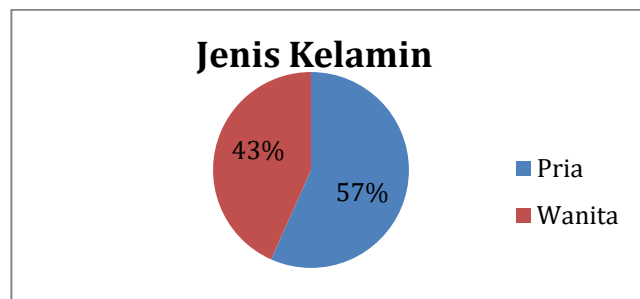
Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Accidental Sampling. Teknik accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data Sugiyono (2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini merupakan konsumen berusia 15-35 tahun yang berdomisili di kota Makassar & sekitarnya, dan pernah mencoba minimal 3 brand makanan kekinian (Ayam Penyet Prambanan, Cobek, dan Surabaya) sebanyak 100 responden, dengan gambar deskriptif subjek penelitian pada tabel dibawah ini

**Diagram 1. Jenis Kelamin**



Jenis kelamin responden ditunjukkan pada diagram di atas. Sebanyak 43%, atau 13 orang, adalah perempuan, dan 57%, atau 17 orang, adalah laki-laki.

**Diagram 2. Usia**

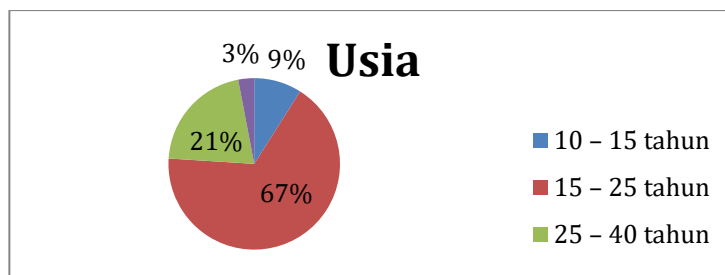


Diagram diatas menunjukkan usia responden, responden yang berusia 10-15 tahun sebanyak 9% atau 3 orang, responden yang berusia 15-25 tahun sebanyak 67% atau 20 orang, responden yang berusia 25-40 tahun sebanyak 21% atau 7 orang, dan responden yang berusia >40 tahun sebanyak 3% atau 1 orang.

**Tabel 1. Deskriptif  
Descriptives**

**Deskriptif Data Penelitian Skala Kepuasan Pelanggan Terhadap Ketiga Brand**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Prambanan	30	3,97	,718	,131	3,70	4,23	3	5
Cobek	30	3,80	,805	,147	3,50	4,10	3	5
Surabaya	30	3,50	,900	,164	3,16	3,84	2	5
Total	90	3,76	,825	,087	3,58	3,93	2	5

### Minuman Kekinian

Dari tabel deskriptif di atas, kepuasan pelanggan rata-rata untuk Prambanan adalah 3,97, untuk cobek adalah 3,80, untuk surabaya adalah 3,50 Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa brand Prambanan memiliki kepuasan pelanggan rata-rata tertinggi.

**Tabel 2. Anova  
ANOVA**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,356	2	1,678	2,549	,084
Within Groups	57,267	87	,658		
Total	60,622	89			

Hipotesis nol biasanya menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata kelompok yang diuji dalam uji Anova; jika nilai sig atau signifikansi dari uji Anova lebih besar dari 0,05, ini menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol.

**Tabel 3. Multiple Comparisons  
Multiple Comparisons**

**Tukey HSD**

(I) Prambanan	(J) Prambanan	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Prambanan	Cobek	,167	,209	,707	-,33	,67
	Surabaya	,467	,209	,072	-,03	,97
Cobek	Prambanan	-,167	,209	,707	-,67	,33
	Surabaya	,300	,209	,329	-,20	,80
Surabaya	Prambanan	-,467	,209	,072	-,97	,03
	Cobek	-,300	,209	,329	-,80	,20

**Tabel 3. Multiple Comparisons  
Multiple Comparisons**

**Tukey HSD**

(I) Prambana n	(J) Prambanan	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Prambana n	Cobek	,167	,209	,707	-,33	,67
	Surabaya	,467	,209	,072	-,03	,97

Cobek	Prambanan	,167	,209	,707	,67	,33
	Surabaya	,300	,209	,329	,20	,80
Surabaya	Prambanan	,467	,209	,072	,97	,03
	Cobek	,300	,209	,329	,80	,20

Berdasarkan tabel Perbandingan Berulang di atas, bagian sig dapat dilihat untuk menentukan perbedaan kepuasan pelanggan rata-rata antara masing-masing merek. Nilai signifikan adalah 0,05, dan jika nilai sig kurang dari 0,05, maka tidak ada perbedaan kepuasan pelanggan yang signifikan antara dua merek tersebut. Jika nilai sig lebih besar dari 0,05, kita cenderung membuat kesimpulan bahwa tidak ada variabel yang signifikan yang membedakan kelompok-kelompok yang diuji. Dengan kata lain, hasil Anova tidak menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan di antara kelompok-kelompok tersebut.

Signifikan sendiri berarti kejelasan atau nampak. Jadi, jika dua merek dianggap memiliki perbedaan kepuasan pelanggan yang signifikan, maka ada perbedaan kepuasan pelanggan yang jelas antara kedua merek tersebut; sebaliknya, jika merek tersebut dianggap tidak signifikan, maka tidak ada perbedaan kepuasan pelanggan yang jelas antara merek tersebut.

**Tabel 4. Kepuasan Pelanggan**

Keterangan	Brand		
	Prambanan	Cobek	Surabaya
Kepuasan Pelanggan	119	114	105

Nilai kepuasan pelanggan untuk ketiga merek makanan dapat dihitung berdasarkan tabel di atas: merek Prambanan 119, Merek Cobek 114, Merek Surabaya 105.

## KESIMPULAN

Ketika kepuasan pelanggan dibandingkan dengan tiga merek ayam penyet terkemuka—Prambanan, Cobek, dan Surabaya—data menunjukkan bahwa Prambanan secara konsisten menduduki peringkat tertinggi dalam hal kepuasan pelanggan. Tinjauan menyeluruh atas tanggapan pelanggan menunjukkan bahwa Prambanan secara signifikan lebih berhasil dalam memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Kualitas makanan, pelayanan, atmosfer restoran, dan nilai keseluruhan Prambanan tampaknya berperan dalam mempertahankan posisi ini.

Cobek memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang layak meskipun tidak sebaik Prambanan. Komentar pelanggan menunjukkan bahwa meskipun Cobek tidak sebaik Prambanan, sebagian besar pelanggannya tetap puas dengan pengalamannya. Tingkat kepuasan yang relatif baik ini mungkin disebabkan oleh hal-hal seperti pelayanan yang baik, variasi menu, dan harga yang kompetitif.

Sebaliknya, Surabaya menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih rendah. Respon pelanggan menunjukkan bahwa meskipun mereka mungkin masih memiliki segmen pelanggan yang puas, merek ini mungkin kesulitan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam hal kualitas makanan, pelayanan, atau pengalaman umum.

Akibatnya, berdasarkan analisis mendalam ini, Prambanan selalu memimpin dalam hal kepuasan pelanggan, diikuti oleh Cobek, yang memiliki kinerja yang cukup baik. Namun, Surabaya menghadapi tantangan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa pengalaman dan persepsi konsumen terhadap merek-merek tertentu sangat penting untuk membedakan keunggulan dan kelemahan dalam industri ayam penyet saat ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, G. H. (2018, January). Analisis perbandingan tingkat usability pada website belanja online di Indonesia (studi kasus: tokopedia, buka lapak, shopee). In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi, Inovasi dan Aplikasi di Lingkungan Tropis* (Vol. 1, No. 1, pp. 60-68).
- Astikasari, E. (2018). Perbandingan Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Ojek Online Dan Offline Di Kota Kediri. dalam *Skripsi*, Kediri: Universitas Nisantara PGRI.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Mawarni, I., & Trianto, A. (2021). Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Transportasi Daring Di Kota Palembang (Studi Pt. Gojek Dan Pt. Grab). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 132-151.
- Resusun, A. R., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online Gojek Dan Grab Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Mesin Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi
- SEPTIANA, E. (2023). PERBANDINGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE AL FIN DENGAN KAFE DEAN KECAMATAN PONRANG KABUPATEN LUWU (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo).
- Sugiyono.2006.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA. Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto J. 2001. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta (ID): Mitra Wacana Media