



<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>

Analisis Persepsi dan Ekspektasi Konsumen Terhadap Kualitas Makanan Pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta

Annisa Virda Qomariah¹, Tanjung Prasetyo²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai tingkat kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta dan untuk mengetahui faktor dominan perbaikan dalam kualitas makanan sate yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100. Teknik sampling Nonprobability Sampling (non random sampel) dengan menggunakan *Sampling Purposive*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dan *importance performance analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata persepsi sebesar 4,37 dan rata-rata ekspektasi sebesar 4,29 sementara itu rata-rata tingkat kesesuaian adalah 101,86% dengan faktor dominan perbaikan yaitu pada indikator memiliki varian bumbu sate yang beragam yang dapat menarik perhatian konsumen, memiliki banyak varian sate sebagai alternative pilihan, dan kematangan sate sesuai dengan standar (tidak *overcook*).

Kata kunci : Ekspektasi, Kualitas Makanan, Persepsi, Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

Abstract

This study aims to determine the value of the level of conformity between consumer perceptions and expectations of the quality of food provided by Warung Sate Mpok Siti Jakarta and to determine the dominant factor of improvement in the quality of satay food provided by Warung Sate Mpok Siti Jakarta. The number of samples in this study was 100. Sampling technique Non-probability Sampling (non random sample) using purposive sampling. The analytical method used is descriptive quantitative analysis and importance performance analysis. The results showed that the average perception was 4.37 and the average expectation was 4.29, meanwhile the average level of conformity was 101.86% with the dominant factor of improvement, namely the indicator having a variety of satay seasoning variants that can attract consumer attention, has many variants of satay as an alternative choice, and the maturity of the satay is in accordance with the standard (not overcooked).

Keywords : *Expectation, Food Quality, Perception, Warung Sate Mpok Siti Jakarta.*

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Sahid
annisavirda4@gmail.com
[tanjungprasetyo@usahid.a
c.id](mailto:tanjungprasetyo@usahid.ac.id)

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan peluang usaha yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia, salah satu daerah yang banyak membuka usaha mikro kecil menengah ini banyak terdapat di Jakarta. Pelaku usaha mikro kecil menengah ini dapat meraup keuntungan dari penjualan produk makanan mereka sehingga pendapatan akan meningkat sesuai dengan tujuan utama usaha kecil ini yang ingin mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Meningkatnya usaha mikro kecil menengah ini yang menyediakan produk makanan dengan cita rasa yang berbeda banyak menimbulkan persaingan antara usaha kuliner ini dalam memenuhi keinginan konsumen mereka. Salah satu usaha mikro kecil menengah yang berada di competitor yang tinggi diantara usaha mikro kecil menengah di Jakarta Barat adalah "Warung Sate Mpok Siti" yang bertempat di Kota Bambu Selatan – Jakarta Barat. Berikut ini beberapa keluhan konsumen terkait kualitas makanan pada penjualan *marketplace* di Warung Sate Mpok Siti Jakarta Tahun 2021.

Tabel 1 Data Keluhan Konsumen Terkait Kualitas Makanan Tahun 2021

No	Nama	Keluhan
1	A***** H*****	Daging ayamnya kurang matang, kalau bisa bakarnya agak lama biar benar-benar matang.
2	P****	Mohon diperhatikan kesegaran daging ayamnya, hamper semua daging ayamnya bau.
3	D**** F*****	Agak alot dagingnya.
4	D***	Rasanya kurang kuat dan sedikit hambar bumbunya.
5	A** M*****	Kecil banget satenya, porsi anak-anak kali ya.
6	K***** N*****	Kalau tiak pake diskon terlalu mahal dengan rasa yang dibilang lumayan.

Sumber: Warung Sate Mpok Siti Jakarta 2021

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa hal ini membuktikan kualitas makanan yang dibagikan masih belum memenuhi keinginan konsumen sehingga konsumen mengeluhkan kurangnya kualitas makanan yang diberikan. Dampak positif dari keluhan konsumen adalah dengan adanya keluhan tersebut, pihak Warung Sate Mpok Siti Jakarta dapat mengidentifikasi kekurangan dan mengevaluasinya sehingga konsumen merasa cukup dengan makanan yang diberikan dimasa mendatang. Dampak negatif dari ulasan konsumen adalah bahwa kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta membuat konsumen tidak cukup dengan kualitas makanan yang dibagikan, jika kendala tersebut tidak ditangani dengan baik, maka akan berakibat konsumen tidak akan mau membeli kembali ke Warung Sate Mpok Siti Jakarta, dan jika konsumen tidak membeli kembali, maka *volume* penjualan akan menurun yang akan berakibat pada penurunan pendapatan dan keuntungan usaha kuliner. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai tingkat kesesuaian antara persepsi dan ekspetasi konsumen terhadap kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta dan untuk mengetahui faktor dominan perbaikan dalam kualitas makanan sate yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran. Menurut pendapat Meithiana Indrasari (2019), Kegiatan yang komprehensif, terpadu dan terencana, konsumen yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga dalam proses menjalankan bisnis untuk memenuhi permintaan pasar dengan menciptakan, menetapkan harga, mengkomunikasikan, menawarkan dan mempertukarkan produk bernilai eceran produk yang bernilai bagi pelanggan adalah pelanggan, mitra dan masyarakat umum.

Bauran Pemasaran. Menurut Kotler & Keller dalam Hamdanur, Yusuf, dan Kasman (2021), menyebutkan empat variabel dalam aktivitas bauran pemasaran:

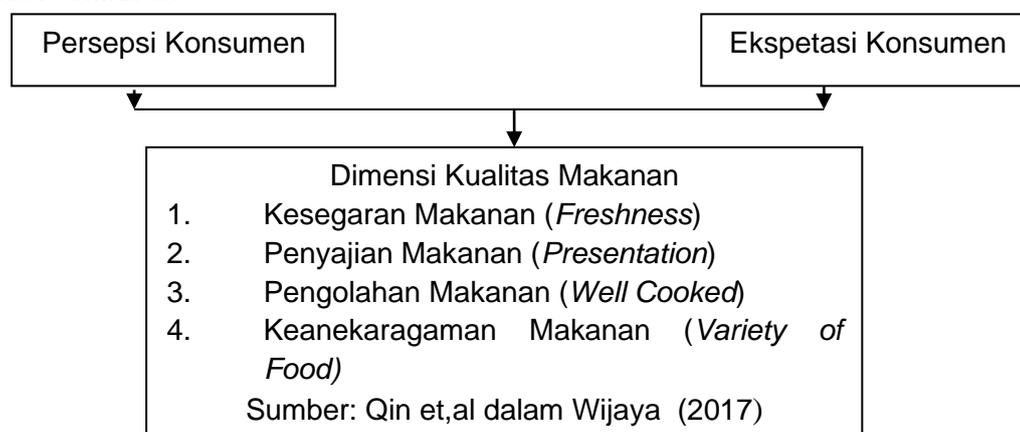
1. Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang disediakan oleh perusahaan.
2. Harga adalah jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk.
3. Lokasi meliputi lokasi produk dan distribusi yang tersedia untuk menjangkau pelanggan.
4. Promosi adalah tentang mengkomunikasikan manfaat suatu produk dan membujuk pelanggan sasaran perusahaan.

Persepsi. Menurut pendapat Tjiptono dan Diana (2019), bahwa persepsi ialah proses menerima, memilih, dan menafsirkan rangsangan lingkungan termasuk panca indera.

Ekspetasi. Menurut pendapat Tjiptono dan Diana (2019), bahwa ekspetasi ialah sebuah ukuran harapan konsumen untuk kualitas produk atau jasa perusahaan.

Kualitas Makanan. Menurut pendapat Ryu dan Han dalam Wijaya (2017), bahwa kualitas makanan ialah atribut terpenting dari keseluruhan kualitas layanan dan secara aktif dikaitkan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pikir

Berdasarkan hasil pada uraian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga terdapat nilai tingkat kesesuaian antara persepsi dan ekspetasi konsumen terhadap kualitas makanan pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta.
2. Diduga terdapat faktor dominan perbaikan dalam kualitas makanan sate yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian. Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah deskriptif kuantitatif dan *importance performance analysis*, karena penelitian ini untuk mendeskripsikan gambaran data yang telah terkumpul sebagaimana adanya mengenai variabel-variabel yang akan diteliti dan untuk memetakan tingkat kesesuaian antara persepsi dan ekspetasi konsumen terhadap kualitas makanan sate pada Warung Sate Mpok Siti dan untuk mengetahui faktor dominan perbaikan dalam kualitas makanan sate yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

Sumber Data. Data primer, data ini didapatkan dengan memberikan kuesioner melalui *Google Form* yang akan disebarakan melalui *whatsapp messenger* berupa pernyataan terkait persepsi dan ekspetasi konsumen terhadap kualitas makanan sate yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta yang dibagikan kepada 100 responden pada pengguna *marketplace* Warung Sate Mpok Siti Jakarta yang telah membeli produk makanan sate untuk mengetahui persepsi dan ekspetasi konsumen terkait kualitas makanan yang sudah diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung karena data ini telah diolah oleh dari sumber-sumber yang telah ada terkait penelitian yaitu data penjualan dari bulan Juli 2020 – Juni 2021 di Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

Populasi dan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *marketplace* yang pernah membeli produk makanan sate di Warung Sate Mpok Siti Jakarta sebanyak 4.138 transaksi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* (non random sampel) yang artinya teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dengan menggunakan *Sampling Purposive* yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang akan digunakan untuk penelitian adalah 100 responden dari jumlah populasi 4.138 transaksi dari bulan Juli 2020 - Juni 2021 dengan menggunakan rumus Slovin.

Operasional Variabel. Variabel dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas makanan yang memiliki 4 dimensi dan 12 indikator dalam kualitas makanan. Berikut ini yang terdapat pada tabel 2 operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 2. Operasional Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Makanan	Kesegaran makanan (<i>Freshness</i>)	1. Aroma dan rasa dari sate yang disajikan enak dan penuh cita rasa, sehingga dapat menggugah selera makan. 2. Tekstur dan bentuk dari sate yang disajikan terasa empuk (tidak keras). 3. Warna pada sate yang disajikan terlihat segar, dan tidak pucat.	Skala Likert
	Penyajian makanan (<i>presentation</i>)	1. Sate yang disajikan bersih. 2. Penyajian sate sesuai, sehingga menggugah selera. 3. Sate dikemas dengan rapih.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Sumber: Wijaya (2017)	Pengolahan makanan (<i>Well Cooked</i>)	1. Daging sate manis dan segar. 2. Kematangan sate sesuai dengan <i>standard</i> (tidak <i>overcook</i>). 3. Bumbu pada sate meresap pada daging.	
	Keanekaragaman makanan (<i>Variety of Food</i>)	1. Memiliki banyak varian sate sebagai alternative pilihan 2. Memiliki potongan harga yang sesuai dengan varian sate. 3. Memiliki varian bumbu sate yang beragam yang dapat menarik perhatian konsumen.	

Teknik Analisis

Analisis Deskriptif Kuantitatif. Untuk menganalisis data yang didapatkan dari data primer yaitu dengan cara mendeskripsikan gambaran data yang telah terkumpul pada masing-masing variabel yaitu persepsi (X) dan Ekspetasi (Y) konsumen terhadap kualitas makanan sate yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

Importance Performance Analysis. Dalam analisis data ini terdapat dua buah variabel yang diwakili oleh huruf (X) sebagai persepsi dan huruf (Y) sebagai ekspetasi konsumen tentang kualitas makanan pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Analisis tingkat kesesuaian digunakan untuk menghitung hasil perbandingan skor persepsi (X) dan skor ekspetasi (Y). Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor perbaikan dalam memenuhi keinginan konsumen dengan menggunakan rumus Supranto (2011) sebagai berikut :

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

TK_i : Tingkat kesesuaian konsumen

X : Skor penilaian Persepsi konsumen terhadap kualitas makanan sate pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

Y : Skor penilaian Ekspetasi konsumen terhadap kualitas makanan sate pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

2. Analisis Diagram Kartesius

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara persepsi dan ekspetasi konsumen dari masing-masing indikator untuk mengetahui faktor dominan perbaikan dalam kualitas makanan yang dapat dirumuskan dengan menggunakan rumus Supranto (2011) untuk menentukan titik (X) yang akan diisi oleh skor rata-rata tingkat persepsi dan titik (Y) akan diisi oleh skor rata-rata tingkat ekspetasi sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum N_i = 1 X_i}{K}$$

$$Y = \frac{\sum N_i = 1 Y_i}{K}$$

Keterangan :

Xi : Skor rata-rata persepsi konsumen terhadap kualitas makanan pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

Yi : Skor rata-rata ekspektasi konsumen terhadap kualitas makanan pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta.

N : Jumlah Responden

K : Banyaknya atribut/indikator terhadap kualitas makanan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengisian kuesioner telah dijawab oleh 100 responden. Berdasarkan hasil dimensi kualitas makanan mengenai tanggapan konsumen, maka dapat dibuat rekapitulasi yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Rekapitulasi Persepsi Kualitas Makanan Pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta

No.	Pernyataan	Rata-rata Persepsi	Interpretasi Persepsi
1.	Aroma dan rasa dari sate yang disajikan enak dan penuh cita rasa, sehingga dapat menggugah selera makan.	4,42	Sangat Setuju
2.	Tekstur dan bentuk dari sate yang disajikan terasa empuk (tidak keras).	4,38	Sangat Setuju
3.	Warna pada sate yang disajikan terlihat segar, dan tidak pucat.	4,4	Setuju
4.	Sate yang disajikan bersih.	4,51	Sangat Setuju
5.	Penyajian sate sesuai, sehingga menggugah selera.	4,31	Sangat Setuju
6.	Sate dikemas dengan rapih.	4,41	Sangat Setuju
7.	Daging sate manis dan segar.	4,33	Sangat Setuju
8.	Kematangan sate sesuai dengan <i>standard</i> (tidak <i>overcook</i>).	4,36	Sangat Setuju
9.	Bumbu pada sate meresap pada daging.	4,39	Sangat Setuju
10.	Memiliki banyak varian sate sebagai alternative pilihan.	4,34	Sangat Setuju
11.	Memiliki potongan harga yang sesuai dengan varian sate.	4,3	Setuju
12.	Memiliki varian bumbu sate yang beragam yang dapat menarik perhatian konsumen.	4,31	Sangat Setuju
Rata-rata		4,37	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Olahan Kuesioner (2021)

Berdasarkan tabel 3 secara keseluruhan menjelaskan bahwa nilai rata-rata variabel persepsi konsumen sebesar 4,37 yang artinya persepsi konsumen terhadap kualitas makanan pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta sangat setuju karena berada pada interval 4,21-5,00, dengan demikian menunjukkan bahwa variabel persepsi konsumen mampu memberikan dampak yang sangat menguntungkan dalam memenuhi keinginan konsumen.

Tabel 4. Rekapitulasi Ekspetasi Kualitas Makanan Pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta

No.	Pernyataan	Rata-rata Ekspetasi	Interpretasi Ekspetasi
1.	Aroma dan rasa dari sate yang disajikan enak dan penuh cita rasa, sehingga dapat menggugah selera makan.	4,25	Sangat Tinggi
2.	Tekstur dan bentuk dari sate yang disajikan terasa empuk (tidak keras).	4,26	Sangat Tinggi
3.	Warna pada sate yang disajikan terlihat segar, dan tidak pucat.	4,16	Tinggi
4.	Sate yang disajikan bersih.	4,28	Sangat Tinggi
5.	Penyajian sate sesuai, sehingga menggugah selera.	4,18	Tinggi
6.	Sate dikemas dengan rapih.	4,34	Sangat Tinggi
7.	Daging sate manis dan segar.	4,26	Sangat Tinggi
8.	Kematangan sate sesuai dengan <i>standard</i> (tidak <i>overcook</i>).	4,37	Sangat Tinggi
9.	Bumbu pada sate meresap pada daging.	4,33	Sangat Tinggi
10.	Memiliki banyak varian sate sebagai alternative pilihan.	4,39	Sangat Tinggi
11.	Memiliki potongan harga yang sesuai dengan varian sate.	4,24	Sangat Tinggi
12.	Memiliki varian bumbu sate yang beragam yang dapat menarik perhatian konsumen.	4,37	Sangat Tinggi
Rata-rata		4,29	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olahan Kuesioner (2021)

Berdasarkan tabel 4 secara keseluruhan menjelaskan bahwa nilai rata-rata variabel ekspetasi konsumen sebesar 4,29 yang artinya ekspetasi konsumen terhadap kualitas makanan pada Warung Sate Mpok Siti Jakarta sangat tinggi karena berada pada interval 4,21-5,00, dengan demikian menunjukkan bahwa variabel ekspetasi konsumen mampu memberikan dampak yang sangat tinggi terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Rekapitulasi Nilai Tingkat Kesesuaian Persepsi dan Ekspetasi Konsumen

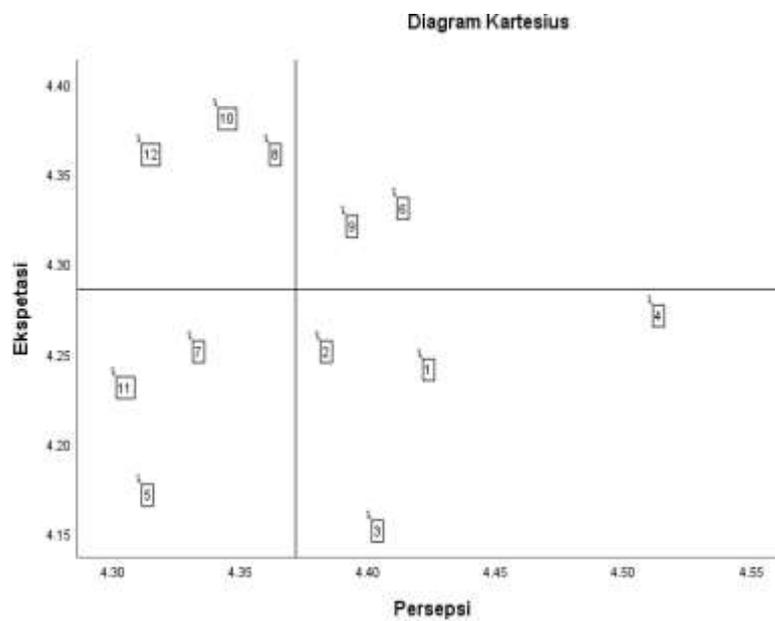
No	Atribut	X	Y	TKi (%)
1.	Aroma dan rasa dari sate yang disajikan enak dan penuh cita rasa, sehingga dapat menggugah selera makan.	4,42	4,25	104%
2.	Tekstur dan bentuk dari sate yang disajikan terasa empuk (tidak keras).	4,38	4,26	102,82%
3.	Warna pada sate yang disajikan terlihat segar, dan tidak pucat.	4,4	4,16	105,77%

Analisis Persepsi dan Ekspetasi Konsumen Terhadap Kualitas Makanan ...
Annisa Virda Qomariah, Tanjung Prasetyo

No	Atribut	X	Y	TKi (%)
4.	Sate yang disajikan bersih.	4,51	4,28	105,37%
5.	Penyajian sate sesuai, sehingga menggugah selera.	4,31	4,18	103,11%
6.	Sate dikemas dengan rapih.	4,41	4,34	101,61%
7.	Daging sate manis dan segar.	4,33	4,26	101,64%
8.	Kematangan sate sesuai dengan <i>standard</i> (tidak <i>overcook</i>).	4,36	4,37	99,77%
9.	Bumbu pada sate meresap pada daging.	4,39	4,33	101,38%
10.	Memiliki banyak varian sate sebagai alternatif pilihan.	4,34	4,39	98,86%
11.	Memiliki potongan harga yang sesuai dengan varian sate.	4,3	4,24	101,41%
12.	Memiliki varian bumbu sate yang beragam yang dapat menarik perhatian konsumen.	4,31	4,37	98,63%

Sumber: Hasil Olahan Kuesioner (2021)

Berdasarkan tabel 5 secara keseluruhan tabulasi rata-rata dari penilaian persepsi dan rata-rata penilaian ekspetasi dengan nilai tingkat kesesuaian sesuai *importance performance analysis*. Setelah menghitung kordinat titik potong dan kordinat masing-masing variabel maka indikator-indikator dibagi menjadi 4 bagian dalam diagram kartesius sebagai berikut:



Gambar 1. Analisis Diagram Kartesius

Penjelasan masing-masing kuadran adalah sebagai berikut:

Kuadran A (Prioritas Utama). Ini adalah area yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen, namun pada hakikatnya faktor-faktor ini belum sesuai

ekspektasi konsumen. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Upayanya adalah Warung Sate Mpok Siti Jakarta melakukan perbaikan secara berkepanjangan agar ekspektasi variabel di dalam kuadran ini akan terus meningkat. Dimensi yang masuk dalam kuadran ini adalah keanekaragaman makanan (*variety of food*) dengan indikator memiliki varian bumbu sate yang beragam yang dapat menarik perhatian konsumen, dan memiliki banyak varian sate sebagai alternative pilihan, dan dimensi pengolahan makanan (*well cooked*) dengan indikator kematangan sate sesuai dengan *standard (tidak overcook)*.

Kuadran B (Pertahankan Prestasi). Ini adalah area yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dan faktor-faktor yang dianggap relevan oleh konsumen sudah sesuai dengan yang persepsi mereka. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan kualitas makanan unggul di lihat konsumen. Dimensi yang masuk dalam kuadran ini adalah dimensi pengolahan makanan (*well cooked*) dengan indikator bumbu pada sate meresap pada daging, dan dimensi penyajian makanan (*presentation*) dengan indikator sate dikemas dengan rapih.

Kuadran C (Prioritas Rendah). Ini adalah area yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan sebenarnya persepsinya tidak terlalu signifikan. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil. Dimensi yang masuk dalam kuadran ini adalah penyajian makanan (*presentation*) dengan indikator penyajian sate sesuai sehingga menggugah selera, dimensi pengolahan makanan (*well cooked*) dengan indikator daging sate manis dan segar, dan dimensi keanekaragaman makanan (*variey of food*) dengan indikator memiliki potongan harga yang sesuai dengan varian sate.

Kuadran D (Berlebihan). Ini adalah area yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta agar dapat mengurangi pengeluaran. Dimensi yang masuk dalam kuadran ini adalah kesegaran makanan (*freshness*) dengan indikator aroma dan rasa dari sate yang disajikan enak dan penuh cita rasa, sehingga dapat menggugah selera, tekstur dan bentuk dari sate yang disajikan terasa empuk (tidak keras), dan warna pada sate yang disajikan terlihat segar, dan tidak pucat, dimensi penyajian makanan (*presentation*) dengan indikator sate yang disajikan bersih.

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya, persepsi sangat setuju dan ekspektasi sangat tinggi, tetapi terdapat 3 indikator yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi belum sesuai ekspektasi konsumen. Indikator yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan diantaranya memiliki varian bumbu sate yang beragam yang dapat menarik perhatian konsumen, memiliki banyak varian sate sebagai alternative pilihan, dan kematangan sate sesuai dengan *standard (tidak overcook)*.

KESIMPULAN

1. Persepsi konsumen terhadap 12 pernyataan tentang kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 4,37 yang

artinya kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta sudah dianggap setuju, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Ekspetasi konsumen terhadap 12 pernyataan tentang kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 4,29 yang artinya konsumen mempunyai ekspetasi yang sangat tinggi terhadap kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.
3. Tingkat kesesuaian antara persepsi dan ekspetasi konsumen terhadap kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Mpok Siti Jakarta memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 101,86% yang artinya kualitas makanan yang diberikan sudah melebihi apa yang dianggap penting oleh konsumen.
4. Faktor dominan yang harus diperbaiki adalah pada kuadaran A yaitu, memiliki varian bumbu sate yang beragam yang dapat menarik perhatian konsumen, memiliki banyak varian sate sebagai alternative pilihan, dan kematangan sate sesuai dengan *standard* (tidak *overcook*).

SARAN

1. Memberikan potongan harga yang lebih banyak untuk semua varian sate dan mengikuti promo-promo yang disediakan oleh masing-masing *marketplace* kepada semua varian sate sebagai sarana untuk memenuhi keinginan konsumen terkait dengan potongan harga dan untuk dapat bersaing dengan *competitor* UMKM sejenis.
2. Melakukan perbaikan pada proses penyimpanan yang terstandarisasi dan melakukan pemotongan bahan baku olahan sate yang terstandarisasi sehingga makanan yang disajikan terlihat segar dan tidak pucat yang dapat menggugah selera makan konsumen.
3. Dalam melakukan pengolahan makanan sebaiknya menentukan waktu yang standar untuk tingkat kematangan sate, dan makanan yang diolah juga harus di perhatikan sesuai keinginan konsumen, meskipun adanya perbedaan orang yang mengolah tidak mengubah standar, dan cita rasa makanan sesuai ekspetasi konsumen.
4. Menambah varian bumbu sate agar lebih beragam yang dapat menarik perhatian konsumen, menciptakan banyak varian sate sebagai alternative pilihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, A., & Aprilia, D. N. (2017). Pengaruh hygiene pengolahan makanan terhadap Kualitas makanan di Hotel Aston Rasuna Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 2(2). 216-227.
- Hamdanur, P., Yusuf, A. M., & Kasman, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Akulaku Indonesia di Jakarta. *Management and Accounting Expose*, 4(2).
- Hertwig, D. S., Putri, I. A. T. E., Pertiwi, P. R. (2017). Analisis kualitas makanan terhadap kepuasan wisatawan di w sense restaurant watermark hotel & spa bali. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 1(2), 90-107.
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature

- Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 1(1), 85-97.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Press@Unitomo.ac.id.
- Jienardy, C. (2017). Gap analisis persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan, harga, kualitas produk esus. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 703-710.
- Nurhidayat, E. (2019). Perbedaan Harapan Pelanggan Persepsi Dimensi Kualitas Layanan di Pecel Solo Restaurant. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 35-42.
- Prasetyo, V. W. T. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sambal Pecel Dan Prioritas Peningkatan Performansinya.
- Putra, I. P. S., Ariani, N. M., & Suarka, F. M. (2019). Persepsi dan ekspektasi wisatawan terhadap kualitas makanan breakfast di harris cafe. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 3(1), 90-107.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: ANDI.
- Wijaya, W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(2), 581-594.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Grup Penerbitan CV Budi Utama.