

ANALISIS EKSPEKTASI PELANGGAN WARUNG BAKSO TEGAL 2 KABUPATEN JOMBANG

MAWADDATURROHMAH

Email : mawaddaturrohmah34@gmail.com

Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

Abstrak : Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengungkapkan bagaimana ekspektasi pelanggan warung bakso tegal 2 Kabupaten Jombang pada bakso ranjau. Hasil penelitian ini diharapkan akan memperluas wawasan dan menambah pengetahuan dibidang ekspektasi pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. informna dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah membeli bakso ranjau lebih dari 2 kali, pemilik warung, karyawan dan kasir warung bakso tegal 2 Jombang. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah observasi dan wawancara. Penulis memaparkan seacara apa adanya hasil dari lapangan dengan melihat validitas datanya dan dianalisi melalui proses reduksi data, penyajian data kemudian kesimpulan. Hasil penelitian menjabarkan bahwa ekspektasi pelanggan dilihat dari ekspektasi indikator kebutuhan perorangan, indikator rekomendasi, dan indikator pengalaman sudah sesuai dengan ekspektasi dan selera pelanggan. Sebaiknya pemilik dapat mendengarkan memperhatikan saran dan masukan dari para pelanggan sehingga pelanggan diwarung bakso tegal 2 Jombang lebih semangat dan setia membeli dan menikmati bakso ranjau serta perusahaan dapat terus berkembang.

Kata Kunci : Kualitatif, Ekspektasi, Pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri kuliner merupakan bisnis yang tidak pernah mati, sebab makan dan minum merupakan kebutuhan primer masyarakat. Apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka industri kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan industri kuliner saat ini semakin pesat, karena potensi untuk berkembangnya bisnis kuliner ini cukup besar, salah satunya adalah usaha warung bakso.

Ekspektasi dalam Rabiqyy (2016) adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi yang dilakukan konsumen dalam melakukan pembelian. Sedangkan Menurut Suwendra (2014:33) Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (atau perusahaan kita) untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan oleh karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja (*performance*) kita (atau perusahaan kita).

Ekspektasi pelanggan (*Customer expectations*) merupakan tuntutan pelanggan terhadap apa yang mereka inginkan dari sebuah produk (barang atau jasa) sebelum

mencoba atau membeli suatu produk tersebut. Ekspektasi pelanggan memiliki sifat yang tidak tetap atau dapat berubah-ubah mengikuti perkembangan modern ada saat ini. Apa yang diharapkan pelanggan saat ini, belum tentu akan sama dengan masa lalu atau masa yang akan datang (Rabiqyy, 2016).

Usaha warung bakso adalah usaha industri kecil yang bergerak dibidang pengolahan makanan cepat saji. Usaha ini juga merupakan makanan yang sangat populer bagi masyarakat Indonesia (Fetra, 2017). Usaha warung bakso ini telah ada sejak lama dan berkembang didaerah pedesaan pada beberapa provinsi di Indonesia salah satunya yaitu di Jawa Timur. Sekarang ini banyak terdapat usaha warung bakso di daerah-daerah Jawa Timur salah satunya adalah di Kota Jombang. Industri ini mampu memberikan pendapatan bagi pengusaha dan juga dapat memberikan lapangan pekerjaan untuk penduduk sekitar yang menganggur karena di dalam satu warung bakso memiliki atau menggunakan dua atau tiga orang tenaga kerja terkadang bisa lebih.

Warung Bakso Tegal 2 merupakan satu-satunya warung yang menjual bakso di jalan Pattimura Desa Sengon Kabupaten

Jombang. Jalan Pattimura telah dikenal sebagai lokasi yang strategis dan ramai akan penduduknya, keberadaanya terletak di perkotaan kawasan perumahan dan lingkungan pendidikan salah satunya yaitu kampus STKIP PGRI Jombang dan sekolah-sekolah menengah atas lainnya. Lokasi yang strategis dan dekat dengan keramaian secara langsung akan mendorong pedagang sekitar untuk berlomba-lomba berjualan di area tersebut demi mendapatkan konsumen dan pelanggan yang dianggap dapat menghasilkan pendapatan serta keuntungan bagi para pedagang tersebut.

Warung bakso tegal 2 ini belum lama berdiri namun selalu ramai didatangi pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti saat observasi (pra-penelitian), dalam setiap hari warungbakso tegal 2 Jombang didatangi pengunjung sekitar dua ratus orang serta mampu menghabiskan kira-kira dua ratus dua puluh porsi bakso. Meskipun masih baru, warung bakso tegal 2 Jombangjuga telah memiliki puluhan pelanggan. Konsumen dan pelangganwarung bakso tegal 2 Jombang pada umumnya adalah para mahasiswa, guru, dan pelajar yang dekat dengan lokasi tersebut. Sedangkan untuk masyarakat umum, yang pada umumnya adalah ibu rumah tangga dan anak kos-kosan yang

tinggal didaerah warung bakso tegal 2 Jalan Pattimura Jombang karena hal tersebut dianggap cocok untuk kantong anak kos.

Berdasarkan fenomena industri kuliner yang saat ini sedang banyak peminatnya di Warung Bakso Tegal 2 Jombang adalah bakso ranjau dengan inovasi yang unik. Bakso ranjau yang merupakan produk yang paling diminati pelanggan di warung bakso tegal 2 yang memberikan sensasi meledak saat mengkonsumsi produk tersebut karena didalam bakso terdapat beberapa cabai utuh dan irisan daging yang mungkin tidak didapatkan pada produk bakso lainnya. Penyajian bakso ranjau diwarung bakso tegal 2 cukup sederhana yaitu dengan menggunakan kuah kaldu daging sapi, ditemani mie bihun putih atau biru, irisan daun seledri serta bawang goreng sebagai pelengkap agar lebih sedap untuk dinikmatinya.

Selain itu, untuk menikmati bakso ranjau di warung bakso tegal 2 pelanggan dapat bebas memilih kuah bakso, karena di warung bakso tegal 2 menyediakan dua pilihan kuah bakso yaitu kuah biasa untuk yang tidak suka pedas dan kuah pedas untuk para pecinta pedas. Akan tetapi, dua pilihan kuah bakso tidak hanya berlaku pada bakso ranjau saja, untuk bakso lain pelanggan juga

boleh memilih varian kuah bakso sesuai selera masing-masing.

Para pelanggan tentunya memiliki ekspektasi pada bakso ranjau yang bermacam-macam misalkan dari segi produk yang unik, harga yang murah, rasa yang enak dan sesuai harapan, penyajian produk yang menarik, serta pelayanan yang baik. Akan tetapi, jika produk yang diharapkan tidak sesuai ekspektasi maka pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya jika yang diharapkan pelanggan sesuai dengan harapan maka pelanggan merasa senang dan jika harapan pelanggan melebihi ekspektasi maka timbulah kepuasan. Dengan demikian perusahaan harus berusaha memenuhi ekspektasi pelanggan semaksimal mungkin agar pelanggan tetap mau datang kembali membeli bakso dan setia pada perusahaan kita.

Desa Banggle kecamatan Sukorame kabupaten Lamongan merupakan sebuah desa yang jauh dari kota dimana mayoritas penduduk di desa tersebut bekerja sebagai petani. Desa Banggle dikelilingi dengan hutan yang dilindungi oleh pihak perhutani seluas 200 hektar. Masyarakat desa Banggle memanfaatkan hutan yang luas tersebut hanya sebagai tempat untuk mencari kayu bakar untuk memasak.

Warung bakso yang baru berdiri hampir satu tahun dan selalu ramai didatangi pelanggan karena harganya juga yang terjangkau dan rasanya yang enak khususnya bakso ranjau yang sedang digemari pelanggan, secara langsung membuat peneliti tertarik dan penasaran serta menjadi salah satu alasan peneliti untuk mengetahui ekspektasi seperti apa yang diharapkan para pelanggan terhadap produk bakso ranjau yang ada di warung bakso tegal 2 Jombang.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Analisis Ekspektasi Pelanggan Warung Bakso Tegal 2 Kabupaten Jombang”**.

KAJIAN PUSTAKA

1. Ekspektasi

a. Pengertian Ekspektasi

Ekspektasi merupakan perkiraan atau keyakinan seseorang tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa ekspektasi merupakan standar prediksi yang dilakukan konsumen dalam melakukan pembelian. Ekspektasi adalah pikiran pelanggan tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk Yamit dalam Purnomo (2017). Sedangkan pengertian ekspektasi menurut (Sustisna : 2001) adalah suatu keyakinan atau kepercayaan individual sebelumnya

mengenai hal-hal apa saja yang seharusnya terjadi pada situasi tertentu.

a. Faktor-faktor Ekspektasi

Ekspektasi dalam penerapannya suatu kehidupan seseorang memiliki beberapa faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan dari ekspektasi dan perilaku yang terarah menurut Snyder dalam Sari (2015) antara lain:

1. Seberapa besar nilai dari hasil yang diusahakan
2. Jalan keluar yang direncanakan dapat dipastikan terhadap hasil dan keinginan yang sesuai tentang bagaimana keefektifan mereka akan berhasil pada sesuatu yang dihasilkan.
3. Pemikiran diri sendiri dan seberapa efektif seseorang akan mengikuti jalannya dalam upaya mencapai tujuan.

2. Pelanggan

a. Definisi Pelanggan

Seseorang yang datang kesuatu tempat untuk memiliki suatu barang atau mendapatkan suatu jasa, dan membayar barang atau jasa tersebut, disebut pembeli atau konsumen. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), adalah pembeli yang datang berulang. Pembeli akan menjadi pelanggan jika dia merasa mendapat nilai

lebih dari barang atau jasa yang dibelinya. Pelanggan merupakan seseorang yang terbiasa untuk membeli jasa kita. Kebiasaan itu terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang berulang selama periode tertentu.

b. Jenis-jenis Pelanggan

Pada dasarnya dikenal tiga macam pelanggan dalam sistem kualitas modern, yaitu:

1. Pelanggan internal (*internal customer*), merupakan orang yang berbeda didalam perusahaan dan memiliki pengaruh, pada kinerja (*performance*) pekerjaan (atau perusahaan) kita, Bagian-bagian Pembelian, Produksi, Penjualan, Pembayaran Gaji, Rekrutmen, dan Karyawan, merupakan contoh dari pelanggan internal. Sebagai misal, Bagian Pembayaran Gaji harus memandang karyawan yang dibayar gajinya sebagai pelanggan yang harus dipuaskan.

2. Pelanggan antara (*intermediate customer*), merupakan mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk itu. Distributor yang mendistribusikan produk-produk, agen-agen perjalanan yang

memesan kamar hotel untuk pemakai akhir, merupakan contoh dari pelanggan antara.

3. Pelanggan eksternal (*external customer*), merupakan pembeli atau pemakai akhir produk itu, yang sering disebut pelanggan nyata (*real customer*). Pelanggan eksternal merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk yang di hasilkan itu. Kadang-kadang pelanggan berbeda antara mereka yang membayar dan mereka yang memakai.

c. Karakteristik Pelanggan

Karakteristik Pelanggan berkaitan dengan suatu kriteria yang dibutuhkan dalam suatu situasi Spencer dan Spencer dalam Mutu dkk, (2009). Suatu karakteristik yang diinginkan atau dibutuhkan secara obyektif berada di dalam diri dan ketahanan seseorang ditinjau dari kepribadiannya sehingga seseorang tersebut dapat membawa dirinya dalam berbagai macam situasi.

d. Karakteristik Produk yang Diinginkan Pelanggan

Pada umumnya pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*faster*), lebih murah (*cheaper*), dan lebih baik (*better*). Dalam hal ini terdapat tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu: dimensi waktu, dimensi biaya, dimensi kualitas.

3. Ekspektasi Pelanggan

a. Pengertian Ekspektasi Pelanggan

Ekspektasi pelanggan (*Customer expectations*) merupakan tuntutan pelanggan terhadap apa yang mereka inginkan dari sebuah produk (barang atau jasa) sebelum mencoba atau membeli suatu produk tersebut. Penjelasan ekspektasi pelanggan menurut beberapa ahli, meliputi :

1. Menurut Hamzah (2008:47), ekspektasi pelanggan adalah keyakinan seseorang diengaruhi oleh perasaan mereka tentang gambaran hasil tindakan mereka.
2. Menurut Nugroho (2003:107) adalah keyakinan, kepercayaan, individual

sebelumnya mengenai apa yang seharusnya terjadi pada situasi tertentu.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspektasi Pelanggan

Umumnya faktor-faktor yang mempengaruhi ekspektasi pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dan iklan. Menurut Tjiptono (Sunyoto, 2012:244) mengungkapkan bahwa ekspektasi pelanggan terbentuk oleh beberapa faktor berikut:

1. *Enduring Service Intensifiers*
2. *Personal Need / Kebutuhan perorangan*
3. *Transitory Service Intensifiers*
4. *Perceived Service Alternatives*
5. *Self Perceived Service Role*
6. *Situational Factors / faktor situasi*
7. *Explicit Services Promises*
8. *Implicit Service Promises*
9. *Word – of – Mouth / Rekomendasi*
10. *Past Experience / Pengalaman*

c. Elemen-Elemen Ekspektasi Pelanggan

Elemen dari ekspektasi pelanggan menurut Gilbert, 2003(Semuel 2006) data dikelompokkan sebagai berikut:

- a. *Tangible* adalah segala sesuatu yang berwujud dan mendukung operasional suatu layanan jasa seperti: fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan perlengkapan yang digunakan, bentuk fisik lain dari berbagai fasilitas misalnya *sovere credit card*, sesama pelanggan.
- b. *Reliability* adalah kemampuan pengelola atau pelayan jasa dalam mewujudkan, memberikan layanan jasa sesuai dengan yang telah dijanjikan, seperti: keakuratan dalam memberi harga, menjaga catatan keakuratan yang sudah tercapai, tepat waktu.
- c. *Responsiveness* adalah kesediaan pengelola atau pelayan untuk membantu pelanggan, termasuk tanggapan akan kebutuhan dan keinginan pelanggan, seperti: menjawab pertanyaan

pelanggan, memberikan pelayanan dengan cepat, memberikan bon pembelian ada pelanggan.

- d. *Competence* adalah jaminan pengetahuan pengelola atau pelayan mengenai jasa layanan yang diberikan dan kemampuan untuk menciptakan pada pelanggan, seperti: pengetahuan contact personel, mendengarkan kebutuhan pelanggan dan menjelaskan produk atau jasa yang bisa memenuhi kebutuhan pelanggan, memperkuat reputasi dari badan usaha, mampu menjaga kerahasiaan data finansial dan sistem keamanan.
- e. *Empathy* adalah sikap peduli, perhatian, pengertian dari pengelola atau pelayanan jasa akan kebutuhan dan keinginan pelanggan, seperti: mengenali pelanggan lama atau pelanggan setia, mempelajari kebutuhan fisik pelanggan dan mengantisipasinya, menyediakan layanan secara individual.

d. Indikator Ekspektasi Pelanggan

Menurut Tjiptono (Sunyoto 2012:244) indikator ekspektasi pelanggan yaitu :

a. Personal Need

Merupakan kebutuhan yang dirasakanseseorang mendasar bagi kesejahteraanya juga sangat memerlukan harapannya, misalnya kebutuhan fisik, sosial, psikologi.

b. Word-of-Mouth

Merupakan pernyataan yang disampaikan oleh orang lain kepada pelanggan, dan ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikan adalah mereka yang dapat dipercaya seperti para ahli, teman, keluarga, dan publikasi media massa.

c. Past Experience

Merupakan pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya dimasa lalu.

METODE

Penelitian ini mengambil tempat penelitian di warung bakso Tegal 2 Jalan Pattimura Gang III/E Desa Sengon Kabupaten Jombang . Metode yang digunakan yaitu kualitatif, dengan desain analisis dari Miles dan Huberman. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus sampai Desember 2019. Subjek penelitian yang berhasil diwawancarai sebanyak 3 pelanggan bakso ranjau warung bakso tegal 2 Jombang yang telah membeli selama lebih dari 2 kali, pemilik warung, karyawan dan kasir warung. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara dan metode observasi. Data yang telah berhasil dikumpulkan dianalisis selama di lapangan dan setelah penelitian berakhir. Data dianalisis dengan empat langkah yaitu pengumpulan data, menyaring/reduksi data, penyajian data (display data) dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Warung Bakso Tegal 2 Jombang

Warung Bakso Tegal 2 adalah milik perseorangan yang dimiliki oleh Bu Novi Ratnasari S.Pdi, usaha ini didirikan pada bulan Februari tahun 2019 yang beralokasi di jalan Pattimura Gang III/E Desa Sengon

Kabupaten Jombang tepatnya dipinggir jalan arah menuju kampus STKIP PGRI Jombang. Latar belakang berdirinya usaha ini yaitu atas dorongan dan inisiatif dari keluarga, suami serta termotivasi dari seorang penjual bakso yang pernah ia lihat dan amati ketika di kota Blitar kemudian ia bertekad kuat ingin sekali bisa membuat bakso. Dimana sebelumnya bu Novi ini adalah seorang penjual online berbagai macam produk makanan dan jajanan seperti Martabak, Lumpia, Klepon dan lain-lain. Dinamakan bakso tegal karena pada mulanya usaha warung bakso tegal ini terletak ditengah-tengah sawah atau dalam bahasa jawaanya tegalan sawah. Setelah berjalan setahun ternyata ia telah memiliki banyak pelanggan dan mayoritas pelanggannya dari kota Jombang. Banyak saran dan masukan dari para pelanggan untuk membuka cabang hal tersebut mendorong pemilik untuk membuka cabang baru di kota Jombang. Dan seiring berjalannya waktu kini pemilik telah memiliki cabang kedua di Jalan Pattimura Gang III/E Desa Sengon Kabupaten Jombang.

Latar belakang berdirinya usaha ini yaitu atas dorongan dan inisiatif dari keluarga, suami serta termotivasi dari seorang penjual bakso yang pernah ia lihat dan amati ketika di kota Blitar kemudian ia

bertekad kuat ingin sekali bisa membuat bakso. Dimana sebelumnya bu Novi ini adalah seorang penjual online berbagai macam produk makanan dan jajanan seperti Martabak, Lumpia, Klepon dan lain-lain. Dinamakan bakso tegal karena pada mulanya usaha warung bakso tegal ini terletak ditengah-tengah sawah atau dalam bahasa jawnya tegalan sawah. Setelah berjalan setahun ternyata ia telah memiliki banyak pelanggan dan mayoritas pelanggannya dari kota Jombang. Banyak saran dan masukan dari para pelanggan untuk membuka cabang hal tersebut mendorong pemilik untuk membuka cabang baru di kota Jombang. Dan seiring berjalannya waktu kini pemilik telah memiliki cabang kedua di Jalan Pattimura Gang III/E Desa Sengon Kabupaten Jombang.

Warung bakso tegal 2 yang berada dijalan Pattimura Gang III/E Desa Sengon ini merupakan cabang warung bakso tegal kedua dibuka dan sebelumnya warung bakso tegal yang pertama berada di Desa Bandung Kecamatan Jogoroto Jombang setelah itu memiliki cabang lagi yang ketiga di Rejoso sebagai supliyer dan bekerja sama dengan pemilik stand. Jumlah keseluruhan karyawan warung bakso tegal adalah 20 karyawan. Warung bakso tegal 2 merupakan

perusahaan perorangan yang dibangun dengan konsep kekeluargaan. Jadi, hubungan dan komunikasi antara pemilik dan karyawan terjalin dengan sangat baik.

Warung bakso tegal menyediakan berbagai macam varian bakso diantaranya bakso blendi, bakso kasaran, bakso alusan, bakso campur, bakso paron gajih, bakso cincang, bakso ranjau, bakso spesial, dan bakso jumbo urat. Selain itu warung bakso tegal juga menyediakan berbagai menu minuman baik minuman hangat maupun minuman dingin, terdapat juga lontong, gorengan, dan kerupuk sebagai pelengkap ketika menikmati bakso tak lupa kuah blendi dan es tegal yang merupakan khas dari warung bakso tegal. Kini warung bakso tegal menambah menu baru yaitu bakso spesial kress.

3. Pembahasan

Ekspektasi adalah suatu keyakinan atau kepercayaan individual sebelumnya mengenai hal-hal apa saja yang seharusnya terjadi pada situasi tertentu. Ekspektasi pelanggan merupakan tuntutan pelanggan terhadap apa yang mereka inginkan dari sebuah produk (barang atau jasa) sebelum mencoba atau membeli suatu produk tersebut. Ekspektasi pelanggan memiliki sifat yang tidak tetap atau dapat berubah-ubah mengikuti perkembangan modern ada

saat ini. Berikut ini yang termasuk indikator ekspektasi pelanggan yaitu:

a. Kebutuhan Perorangan

Kebutuhan perseorangan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi pelanggan untuk merasakan kesejahteraannya yang juga sangat memerlukan ekspektasinya. Dari hasil wawancara dengan pelanggan warung bakso tegal 2 Jombang sebagai informan kunci. Ketika peneliti melakukan wawancara dan observasi dilapangan, bahwa indikator kebutuhan perorangan dalam ekspektasi pelanggan menjadikan pelanggan penasaran dan memiliki ekspektasi terhadap bakso ranjau tersebut. Dimana ketika peneliti melakukan wawancara dan observasi kebanyakan pelanggan telah membeli bakso ranjau di warung bakso tegal 2 Jombang selama lebih dari dua kali. Selain itu, ekspektasi pelanggan pada bakso ranjau di warung bakso tegal 2 Jombang juga sudah sesuai dengan selera dan ekspektasinya.

b. Rekomendasi

Rekomendasi merupakan suatu pernyataan yang disampaikan orang lain kepada pelanggan, dan ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikan adalah mereka yang dapat dipercaya seperti keluarga, teman, dan publikasi media massa. Berdasarkan dari

hasil wawancara peneliti dengan ketiga pelanggan warung bakso tegal 2 Jombang sebagai informan kunci. Ketika peneliti melakukan observasi dilapangan bahwasanya indikator rekomendasi dalam ekspektasi pelanggan sangat mempengaruhi pertimbangan pelanggan untuk membeli bakso ranjau karena yang menyampaikan adalah orang yang dapat dipercayai dan argumennya meyakinkan yaitu teman dekat, guru senior, dan orang-orang sekitar tempat tinggal. Dimana ketika peneliti melakukan observasi pelanggan tidak datang sendiri melainkan juga mengajak teman-temannya dan mempromosikan serta merekomendasikannya kepada teman-teman serta orang lain khususnya kepada para pecinta pedas dari segi bakso yang memiliki rasa enak dan pedas, tekstur bakso yang tidak kasar, harga yang murah dan dekat dengan area kota.

c. Pengalaman

Pengalaman merupakan kejadian masa lampau yang terjadi meliputi hal-hal yang telah dipelajarinya atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya dimasa lalu. Dari hasil wawancara dengan pelanggan warung bakso tegal 2 Jombang sebagai informan kunci. Ketika peneliti melakukan wawancara dan observasi dilapangan bahwa indikator pengalaman

dalam ekspekasi pelanggan merupakan suatu kejadian dan pengalaman baik atau buruk yang dirasakan oleh pelanggan setelah berulang kali membeli bakso ranjau diwarung bakso tegal 2 Jombang. Dimana ketika pelangga melakukan wawancara dan observasi pelanggan mengalami beberapa pengalaman baik yang dialami yaitu pelanggan merasa lebih senang dan akrab dengan karyawan jadi tidak canggung ketika datang lagi kawarung bakso tegal 2. Selain itu, pelanggan setia warung bakso tegal 2 Jombang kadang-kadang juga diberi bonus atau tambahan bakso kecil tetelan, gajih daging sapi atau balungan dan kuah bakso bagi pelanggan yang ingin tambah lagi.

Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan semua informan maka dapat disimpulkan bahwasanya kebutuhan perorangan bagi pelanggan sangat penting untuk kesejahteraanya. Kebanyakan ekspektasi pelanggan pada bakso ranjau itu dari segi produk bako dan rasa yang pedas. Namun, rekomendasi dari orang yang dipercayai mereka juga sangat mempengaruhi pertimbangan pelanggan ketika membeli bakso ranjau, begitu pula yang dilakukan ketiga pelanggan warung

bakso tegal 2 yang pada awalnya direkomendasikan oleh orang terdekat mereka yang dianggap dapat dipercaya mereka juga merekomendasikan kepada tema-temannya mengenai rasa bakso ranjau yang pedas dan enak, harga yang murah dan tekstur bakso yang tidak kasar yang dapat membuat pelanggan lainnya pun merasa ketagihan dan tidak pernah bosan. Setelah pelanggan melewati beberapa pengalaman masa lampau yang salah satunya yaitu diberikan pelayanan yang lebih baik sehingga menjadi lebih akrab dan tidak merasa canggung ketika membeli ataupun meminta bantuan kepada karyawan bahkan kadang diberi semacam diskon atau bonus seperti diberi tambahan bakso dan tambahan kuah untuk pelanggan setia warung bakso tegal 2 Jombang secara ramah. Kemudian ekspektasi pelanggan sesungguhnya yang diharapkan adalah porsi bakso ranjaunya kurang besar, rasa pedas ditambahin dan isian didalam bakso ranjau murni cabai tidak ada campuran daging. Akan tetapi, menurut para pelanggan bakso ranjau yang ada diwarung bakso tegal 2 Jombang mengatakan bahwa bakso ranjau tersebut sudah sesuai dengan ekspektasi dan selera pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, penulis memberikan saran kepada beberapa pihak yang terkait dengan ekspektasi pelanggan warung bakso tegal 2 Jombang yaitu:

1. Pelanggan warung bakso tegal 2 Jombang sebaiknya memberikan kritik, saran dan masukan pada pemilik dan karyawan apabila rasa pedas pada bakso ranjau masih kurang pas dengan selernya agar merasa lebih puas dan tidak pernah bosan menikmati bakso ranjau di warung bakso tegal 2 Jombang.
2. Pemilik warung bakso tegal 2 Jombang harus mampu meningkatkan produk bakso salah satunya yaitu dengan menambahkan inovasi pada saos atau sambel yang ada di warung bakso tegal 2 Jombang seperti menyediakan saos tomat, saos pedas, saos super pedas, dan lain sebagainya agar ketika pelanggan menginginkan bakso ranjau yang pedas biasa atau lebih pedas pelanggan dapat

mengukur dan menambah level pedasnya sendiri dengan inovasi saos tersebut sesuai selera dan keinginannya. selain itu melihat banyaknya pelanggan warung bakso tegal 2 Jombang sebaiknya pemilik memberikan semacam diskon mungkin dengan minimal pembelian 5 sampai 7 kali dalam satu bulan agar pelanggan juga semakin bertambah banyak lagi serta lebih semangat untuk membeli lagi.

3. Bagi peneliti yang akan datang untuk lebih memfokuskan dan menambah informan kunci agar mendapatkan informasi dan hasil yang lebih baik dari peneliti sebelumnya. Selain itu menambah referensi penelitian lain atau teori untuk dapat mendukung topik yang diteliti.

Daftar Pustaka

Assauri Sofjan. 2011. *MANAJEMEN PEMASARAN Konsep, Dasar, Strategi* Jakarta : Rajagrafindo Persada

B, Mutu dkk. 2009. *Karakteristik Pelanggan Dan Persepsi Pelanggan Terhadap Pelayanan Puskesmas (Kasus di Kota Kotamobagu dan Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, Provinsi Sulawesi Utara)*.

(<file:///D:/Bismillah%20Skripsi/Referensi/8527-ID-the-client-characteristics-and-perception-to-the-community-health-service-case-k.pdf>). (diunduh pada 13 oktober 2019)

Jienardy, Christine. 2017. “*Gap Analisis Persepsi dan Ekspektasi Konsumen terhadap Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk Esus*”. (<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/398/357>) (diunduh pada tanggal 10 april 2019)

Munawaroh. 2013. “*Panduan Memahami METODOLOGI PENELITIAN*”. Malang : Intimedia

Pangaribowo, Vincent Dwi. 2015. “*Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Depot Bakso ak Djo*”. (<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/2927/2632>) (diunduh pada 12 juni 2019)

Pratiwi, Dinar Ika. 2010.” *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas, Produk, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang*. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang, Indonesia : Universitas Diponegoro Semarang. (http://eprints.undip.ac.id/23014/1/ANALISIS_PENGARUH_HARAPAN_PELANGGAN%2C_KUALITAS_PRODUK%2C_KEPUAAN.pdf) (diunduh pada 3 Juni 2019)

Purnomo, Agung. 2017. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Warung Bakso dan Mie Ayam Mas Punung)*”.

Purwanti, Eni.(2016). *Pengaruh Ekspektasi Pelanggan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Studi kasus pada Salon Frista Sengon, Kabupaten Jombang)*. Skripsi tidak diterbitkan. Jombang, Indonesia : STKIP PGRI JOMBANG.

Rabiqy, Yohandes. 2016. “*Pengaruh Ekspektasi Pelanggan, Kualitas Produk dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Telkomsel di Banda Aceh*”. (<http://repository.ut.ac.id/6611/1/50-yohandes.pdf>) (diunduh pada 10 April 2019)

Rachmawati, Erny. 2016. “*Perilaku Konsumen dalam Pembelian Bakso di Purwokerto*”. purwokerto (<https://media.neliti.com/media/publications/149226-ID-perilaku-konsumen-dalam-pembelian-bakso.pdf>) (diunduh pada 12 juni 2019)

Rofa, Milzam Haidi. 2015.” *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Salwa House Kafe di Tembalang)* (http://eprints.undip.ac.id/48760/1/03_ROFA.pdf) (diunduh pada 15 Juli 2019)

Satriyono, Gandung dan M. Dian Ruhamak. 2017. “*Analisis Kesenjangan antara Ekspektasi Konsumen terhadap Persepsi Jasa Pelayanan (Studi Kasus pada Bengkel Cat dan Las Mobil Warna Indah di Kediri)*” (<http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika/article/view/24/pdf>) (diunduh pada 5 April 2019)

Semuel, Hatane. 2006 “*Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Buran Pemasaran terhadap Loyalitas Toko Modern dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya*.” (<http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php>)

[/mar/article/view/16534/16526](#))(diunduh pada tanggal 5 April 2019)

Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Setiawan, Supriyadi. 2011. *LOYALITAS PELANGGAN JASA*.Bogor : IPB Press

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Pendekatan Kualitatif dan R&D*. Bandung, Indonesia : Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan perilaku konsumen*. Yogyakarta:CAPS

Suwendra, Wayan. 2014. *Manajemen Kualitas Total*. Yogyakarta:Graha Ilmu

Uno, Hamzah B. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara

Wibowo, A.J. Ibnu dan Fransisca Mulyono. 2009. “ *Dampak Ekspektasi Pelanggan, Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan , Serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan* .(<http://journal.unpar.ac.id/index.php/BinaEkonomi/article/view/703/687>) (diunduh pada 20 Mei 2019)

Yuniarti, Vinna Sri. 2015.*PERILAKU KONSUMEN Teori dan Praktik*. Bandung :Pustaka Setia