

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui gambaran mengenai tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan jasa Restoran “X” Bandung. Pemilihan sampel menggunakan metode accidental sampling, dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 46 orang. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan penelitian deskriptif.

Alat ukur yang digunakan merupakan kuesioner kepuasan konsumen yang dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan teori kepuasan konsumen dari Zeithaml (2006) yang menjelaskan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibles. Berdasarkan uji validitas terdapat 48 item yang digunakan dengan nilai validitas berkisar antara 0.59 – 0.93 , sedangkan reliabilitas yang diperoleh adalah 0.92 untuk perceived service dan 0.97 untuk expected service. Data yang diperoleh diolah menggunakan metode statistik deskriptif dengan tabulasi silang dan distribusi frekuensi.

Berdasarkan pengolahan data secara statistik, maka didapatkan hasil 67.4 % konsumen merasa tidak puas, 8.7 % konsumen merasa cukup puas, dan 23.9 % konsumen merasa puas. Dari kelima dimensi, konsumen paling banyak merasa tidak puas pada dimensi tangibles yaitu sebanyak 63 %, konsumen yang cukup puas paling banyak terdapat pada dimensi emphaty yaitu sebanyak 8.7 %, dan konsumen yang puas paling banyak terdapat pada dimensi assurance yaitu sebanyak 23.9 %.

Kesimpulan yang diperoleh adalah tingkat kepuasan yang dimiliki oleh konsumen bervariasi. Sebagian besar konsumen memiliki tingkat kepuasan yang paling rendah/tidak puas yang berada hampir pada setiap dimensi kualitas pelayanan jasa. Peneliti mengajukan saran agar dilakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada bidang yang lain.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Identifikasi Masalah.....	5
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1	Maksud Penelitian.....	6
1.3.2	Tujuan Penelitian.....	6
1.4	Kegunaan Penelitian.....	6

1.4.1	Kegunaan Ilmiah.....	6
1.4.2	Kegunaan Praktis.....	6
1.5	Kerangka Penelitian.....	7
1.6	Asumsi.....	19

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Teori Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.1	Definisi Kepuasan Konsumen	20
2.1.2	Tingkat Kepuasan Konsumen	21
2.2	Teori Jasa.....	22
2.2.1	Definisi Jasa.....	22
2.2.2	Kualitas Jasa.....	23
2.2.2.1	Persepsi Terhadap Kualitas Jasa.....	23
2.2.2.2	<i>Expected Service</i>	24
2.2.2.3	<i>Perceived Service</i>	28
2.2.3	Model Kualitas Jasa.....	29
2.2.4	Dimensi Kualitas Jasa.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian dan Prosedur Penelitian.....	34
3.2	Bagan Rancangan Penelitian.....	34
3.3	Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional..	35
3.3.1	Variabel Penelitian.....	35
3.3.2	Definisi Konseptual.....	35
3.3.3	Definisi Operasional.....	35
3.4	Alat Ukur.....	37
3.4.1	Kuesioner.....	37
3.4.2	Data Pribadi dan Data Penunjang.....	39
3.4.3	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	41
3.4.3.1	Validitas.....	41
3.4.3.2	Reliabilitas.....	43
3.5	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.5.1	Populasi Sasaran.....	44
3.5.2	Karakteristik Sampel.....	44

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	45
3.5.4 Waktu Pengambilan Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Responden	47
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Tingkat Kepuasan Konsumen	49
4.2.2 Hasil Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Dimensi Kualitas Pelayanan.....	50
4.3 Pembahasan	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
5.2.1 Saran Teoritis	56
5.2.2 Saran Praktis	56

Daftar Pustaka 57

Daftar Rujukan 58

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir	18
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian	34

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur	38
Tabel 3.2 Skoring Item	39
Tabel 3.3 Kisi-kisi data penunjang Faktor <i>Expected Service</i>	41
Tabel 3.4 Kisi-kisi data penunjang Faktor <i>Perceived Service</i>	41
Tabel 3.5 Teknik Analisis Data	46
Tabel 4.1 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung	49
Tabel 4.4 Tabel Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4.5 Keterkaitan antara Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Setiap Dimensinya	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kata Pengantar

Lampiran 1.2 Data Pribadi dan Data Penunjang

Lampiran 1.3 Kuesioner Kepuasan Konsumen

Lampiran 2 Hasil Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Silang

Lampiran 4 Gambaran Responden