

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Studi Deskriptif Mengenai Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Warung Wayangku di Bandung”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana gambaran kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Restoran Warung Wayangku di Bandung.

Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan penelitian deskriptif dengan metode survey. Responden yang diteliti adalah konsumen Restoran Warung Wayangku yang berjumlah 85 orang. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berupa kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti berdasarkan teori lima dimensi kualitas pelayanan oleh Valerie A. Zeithaml. Alat ukur ini terdiri dari dua bagian yaitu Expected Service dan Perceived Service yang berjumlah 43 item untuk setiap bagian.

Data yang diperoleh diolah menggunakan distribusi frekuensi, tabulasi silang, dan analisis kesenjangan (gap). Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil 43 item yang diterima dan validitas expected service berkisar antara 0,680 hingga 0,852 dan validitas item perceived service berkisar antara 0,314 hingga 0,723. Hasil reliabilitas item expected service adalah 0,987 dan reliabilitas perceived service adalah 0,949.

Hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa mayoritas konsumen Restoran Warung Wayangku merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan Restoran Warung Wayangku. Konsumen yang merasa tidak puas yaitu sebanyak 74,1% konsumen, sebanyak 14,1% konsumen merasa puas, dan sebanyak 11,8% konsumen merasa sangat puas terhadap pelayanan Restoran Warung Wayangku. Hasil penelitian ini menunjukkan ketidakpuasan konsumen pada dimensi kualitas pelayanan Restoran Warung Wayangku secara berurutan dari ketidakpuasan yang terbesar hingga ketidakpuasan terkecil adalah dimensi reliability, empathy, responsiveness, assurance, dan tangible.

Peneliti mengajukan saran agar dilakukan pengukuran data penunjang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi expected service dan perceived service yang sebelumnya tidak dilakukan oleh peneliti. Selain itu, juga dapat dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor mana yang paling mempengaruhi expected service dan perceived service konsumen dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This research is titled “Descriptive Study About Customer’s Satisfaction Towards the Service Quality of Warung Wayangku Restaurant in Bandung”. The purpose of this research was to obtain a description about customer’s satisfaction towards the quality of service that Warung Wayangku Restaurant delivered.

This study used a descriptive design with survey method. The subjects participated in this study were 85 customers of Warung Wayangku Restaurant. The tool that was used to measure the customer’s satisfaction was in the form of questionnaire, which was constructed by the researcher based on Valerie A. Zeithaml theory on five dimensions of service’s quality. The questionnaire was divided in two parts, which were expected service and perceived service. Each part consisted of 43 items.

The data obtained from this research was processed using frequency distribution, cross tabulation, dan gap analysis. Based on the validation test, all 43 items in this tool were shown valid. Expected service validations were ranged from 0,680 to 0,852 and perceived service validations were ranged from 0,314 to 0,723. The reliability of expected service was 0,987 and perceived service reliability was 0,949.

This study showed that the majority of Warung Wayangku Restaurant’s customers felt dissatisfied with the service that were given by Warung Wayangku Restaurant. The number of dissatisfied customer was 74,1%. The percentage of customers who were satisfied by the service quality was 14,1% and customers who were very satisfied by the service quality was 11,8%. This study shows that the most unsatisfactory dimension in the service was reliability, followed by empathy, responsiveness, assurance, and tangible.

Suggestions for further research are to take a measurement about factors that influenced the expected service and perceived service which hasn’t been measured by the researcher earlier in this research. Besides that, further research also needed about which factor that influenced expected service and perceived service the most in relation of customer’s satisfaction.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR SKEMA.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Maksud Penelitian.....	8
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	9

1.5. Kerangka Pemikiran.....	10
1.6. Asumsi.....	28
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	29
2.1. Definisi Pelayanan.....	29
2.2. Kualitas Pelayanan.....	29
2. 2. 1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	29
2. 2. 2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	30
2.3. Kepuasan Konsumen.....	32
2. 3. 1. Definisi Kepuasan Konsumen.....	32
2. 3. 2. Tingkat Kepuasan Konsumen.....	34
2. 3. 3. Kesenjangan Konsumen (<i>The Customer Gap</i>).....	34
2. 3. 4. <i>Expected Service</i>	35
2. 3. 4. 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Expected Service</i>	36
2. 3. 5. <i>Perceived Service</i>	41
2. 3. 5. 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Perceived Service</i>	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1. Rancangan Penelitian.....	44
3.2. Skema Prosedur Penelitian.....	44
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	45
3.3.1. Variabel Penelitian.....	45
3.3.2. Definisi Operasional.....	45
3.4. Alat Ukur Penelitian.....	46
3.4.1. Alat Ukur Tingkat Kepuasan Konsumen.....	46

3.4.2. Cara Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen.....	49
3.4.3. Data Pribadi dan Data Penunjang.....	50
3.4.3.1. Data Pribadi.....	50
3.4.3.2. Data Penunjang.....	50
3.5. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	51
3.5.1. Validitas Alat Ukur.....	51
3.5.2. Reliabilitas Alat Ukur.....	52
3.6. Populasi Sasaran dan Teknik Penarikan Sampel.....	53
3.6.1. Populasi Sasaran.....	53
3.6.2. Karakteristik Sampel.....	53
3.6.3. Teknik Penarikan Sampel.....	53
3.7. Teknik Analisa Data.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Gambaran Responden.....	56
4.1.1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.1.2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.1.4. Gambaran Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Restoran Warung Wayangku.....	58
4.2. Hasil Penelitian.....	59
4.2.1. Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Warung Wayangku.....	59
4.2.2. Konsumen yang Tidak Puas Terhadap Pelayanan Restoran Warung Wayangku.....	59

4. 3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Saran.....	88
5.2.1. Saran Teoritis.....	88
5.2.2. Saran Praktis.....	89
 DAFTAR PUSTAKA	
 DAFTAR RUJUKAN	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kisi-kisi Alat Ukur Tingkat Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 3.2. Skor Penilaian Setiap Item.....	49
Tabel 3.3. Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen.....	50
Tabel 3.4. Kisi-kisi Data Penunjang.....	51
Tabel 3.5. Rumus Distribusi Frekuensi.....	54
Tabel 4.1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.4. Gambaran Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	58
Tabel 4.5. Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Warung Wayangku.....	59
Tabel 4.6. Gambaran Konsumen Restoran Warung Wayangku yang Tidak Puas Terhadap Pelayanan Restoran Warung Wayangku.....	60

DAFTAR SKEMA

Skema 1.1. Kerangka Pikir.....	27
Skema 3.1. Prosedur Penelitian.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Profil Singkat Restoran Warung Wayangku

Lampiran 2 : Kisi-kisi Alat Ukur

Lampiran 3 : Data Penunjang

Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 : Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Lampiran 6 : Tabulasi Silang Antara Tingkat Kepuasan Dengan Jenis Kelamin

Lampiran 7 : Tabulasi Silang Antara Tingkat Kepuasan Dengan Usia

Lampiran 8 : Tabulasi Silang Antara Tingkat Kepuasan Dengan Pekerjaan

Lampiran 9 : Tabulasi Silang Antara Tingkat Kepuasan Dengan Jumlah
Kunjungan

Lampiran 10 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Reliability* Dengan
Kesalahan Pesanan

Lampiran 11 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Reliability* Dengan
Informasi Melalui Iklan dan Promosi

Lampiran 12 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Reliability* Dengan Harga
Hidangan

Lampiran 13 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Reliability* Dengan Jenis
Informasi Yang Didapatkan Konsumen

Lampiran 14 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Reliability* Dengan
Prediksi Sebelum Berkunjung

- Lampiran 15 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Reliability* Dengan Perbandingan Kualitas Dengan Restoran Lain
- Lampiran 16 : Tabulasi Silang Antara *Perceived Service Reliability* Dengan Kesan Saat Berkunjung
- Lampiran 17 : Tabulasi Silang Antara *Perceived Service Reliability* Dengan Proses Transaksi Saat Berkunjung
- Lampiran 18 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Empathy* Dengan Kesalahan Pesanan
- Lampiran 19 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Empathy* Dengan Gangguan Dalam Pelayanan
- Lampiran 20 : Tabulasi Silang Antara *Perceived Service Empathy* Dengan Kesan Saat Berkunjung
- Lampiran 21 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Responsiveness* Dengan Perbandingan Kualitas Dengan Restoran Lain
- Lampiran 22 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Responsiveness* Dengan Gangguan Dalam Pelayanan
- Lampiran 23 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Responsiveness* Dengan Kesalahan Pesanan
- Lampiran 24 : Tabulasi Silang Antara *Perceived Service Responsiveness* Dengan Proses Transaksi Saat Berkunjung
- Lampiran 25 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Assurance* Dengan Pemenuhan Kebutuhan

- Lampiran 26 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Assurance* Dengan Kesesuaian Pelayanan Dengan Harga Hidangan
- Lampiran 27 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Assurance* Dengan Kesalahan Pesanan
- Lampiran 28 : Tabulasi Silang Antara *Perceived Service Assurance* Dengan Kesan Saat Berkunjung
- Lampiran 29 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Tangible* Dengan Perbandingan Kualitas Dengan Restoran Lain
- Lampiran 30 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Tangible* Dengan Harga Hidangan
- Lampiran 31 : Tabulasi Silang Antara *Perceived Service Tangible* Dengan Situasi Saat Berkunjung
- Lampiran 32 : Tabulasi Silang Antara *Perceived Service Tangible* Dengan Rasa Hidangan
- Lampiran 33 : Gambaran Konsumen Restoran Warung Wayangku Yang Sangat Puas Terhadap Pelayanan Restoran Warung Wayangku
- Lampiran 34 : Gambaran Sumber Informasi Konsumen Mengenai Restoran Warung Wayangku
- Lampiran 35 : Tabulasi Silang Antara *Expected Service Reliability* Dengan Pengalaman Menjamu Kerabat
- Lampiran 36 : Lembar Kesiediaan Responden Penelitian
- Lampiran 37 : Data Tingkat Kepuasan Konsumen