

ABSTRACT

There are five the dimensions of the service can evaluate a service quality: tangible, reliability, responsiveness, assurance, and emphaty. Those five dimensions were used by a restaurant for the implementation of the fulfillment of the needs of products and services for consumer to consumers feel satisfied to the performance of the restaurant. This research is aim to analyze the quality of the services and the level of customer satisfaction in a Restaurant Waroeng Ethnic, as well as to the improvement of the quality of service in the future. Furthermore, to know the whereabouts X variable influence towards Y variable on the Restaurant Waroeng Ethnic and knowing which dimensions is the most affect customer satisfaction in Restaurant Waroeng Ethnic. The number of sample used is 150 people. Samples to be taken by using the method purposive of sampling and convenience of sampling. This research using a method of multiple linear regression. Of the five dimensions that are tested, there are three dimensions have an effect on consumer satisfaction , i.e. the dimension of reliability, assurance, and emphaty. The dimensions that has an effect that is dominant is a dimension emphaty.

Keywords : Service Quality Dimensions, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Terdapat lima dimensi pelayanan yang dapat menilai suatu kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Kelimanya digunakan oleh sebuah restoran untuk pelaksanaan pemenuhan kebutuhan produk dan jasa bagi konsumen agar konsumen merasa puas terhadap kinerja restoran. Penelitian ini ditunjukkan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen di Restoran Waroeng Ethnic, serta untuk perbaikan kualitas pelayanan di masa datang. Selanjutnya, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y pada Restoran Waroeng Ethnic dan mengetahui dimensi mana yang paling memengaruhi kepuasan konsumen Restoran Waroeng Ethnic. Jumlah sampel yang digunakan adalah 150 orang. Sampel yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dari kelima dimensi yang diuji, tiga diantaranya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu dimensi *reliability*, *assurance*, dan *emphaty*. Adapun dimensi yang memiliki pengaruh yang dominan adalah dimensi *emphaty*.

Kata Kunci : Dimensi Kualitas Pelayanan, *Tangible*, *Realiability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*, Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.2 Pengertian Jasa	9
2.2.1 Karakteristik Jasa	11

2.2.2 Klasifikasi Jasa.....	12
2.2.3 Kesenjangan dalam Jasa.....	12
2.2.4 Mengelola Jasa	14
2.3 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	16
2.3.1 Konsep Kualitas Pelayanan	18
2.3.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	18
2.3.3 Dimensi Pelayanan	20
2.4 Kepuasan Konsumen.....	21
2.4.1 Mengukur Kepuasan Konsumen	22
2.4.2 Harapan Konsumen	26
2.5 Rerangka Teoritis	27
2.6 Pengembangan Hipotesis	27
2.7 Model Penelitian	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Desain Penelitian.....	31
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Metode Analisis Data	38
3.6.1 Uji Instrumen	39
3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Instrumen Penelitian	41
4.1.1 Uji Validitas	41
4.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	42
4.2 Analisis Data Penelitian	49
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan(X) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y).....	49
4.3 Pembahasan	56
4.3.1 Dimensi kualitas pelayanan yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen Restoran Waroeng Ethnic	60
4.3.2 Dimensi kualitas pelayanan yang paling memengaruhi kepuasan konsumen restoran Waroeng Ethnic.....	61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	63
5.2 Saran... ..	63

DAFTAR PUSTAKA	65
----------------------	----

LAMPIRAN.....	67
---------------	----

RIWAYAT HIDUP.....	79
--------------------	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pembentukan Kepuasan-Ketidakpuasan Pelanggan.....	24
Gambar 2.2 Rerangka Teoritis	27
Gambar 2.3 Metode Penelitian.....	28
Gambar 3.1 Klasifikasi Desain Penelitian	32

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.4 DOV	35
Tabel 3.5 Skala Likert	38
Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Tangible</i>	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Tangible If Item Deleted</i>	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Reliability</i>	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Reliability If Item Deleted</i>	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas <i>Responsiveness</i>	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Responsiveness If Item Deleted</i>	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Assurance</i>	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Assurance If Item Deleted</i>	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Emphaty</i>	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Emphaty If Item Deleted</i>	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas <i>Kepuasan Konsumen</i>	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas <i>Kepuasan Konsumen If Item Deleted</i>	49
Tabel 4.14 Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	49
Tabel 4.15 Analisis Regrsi Linier Gerganda	50
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan Regresi Linier Berganda ..	52
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.18 Besarnya Pengaruh Secara Simultan	54
Tabel 4.19 <i>Pearson Correlation</i>	55
Tabel 4.20 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pertanyaan-pertanyaan pada Sub Variabel <i>Tangible</i>	56

Tabel 4.21 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pertanyaan-pertanyaan pada Sub Variabel <i>Reliability</i>	57
Tabel 4.22 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pertanyaan-pertanyaan pada Sub Variabel <i>Responsiveness</i>	58
Tabel 4.23 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pertanyaan-pertanyaan pada Sub Variabel <i>Assurance</i>	59
Tabel 4.24 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pertanyaan-pertanyaan pada Sub Variabel <i>Emphaty</i>	59
Tabel 4.25 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pertanyaan-pertanyaan pada Variabel Kepuasan Konsumen	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	67
Lamipran B Faktor Analisis	72