

ABSTRACT

In the middle of business competition is increasingly fierce, companies should strive to design and implement a marketing strategy that is able to create, maintain and improve customer satisfaction with services were offered by the company. Therefore, the improvement customer satisfaction can produces word of mouth, strengthening customer loyalty, greater increasing revenue, and increasing corporate reputation. This study is aim to analyze effect of customer satisfaction to word of mouth.

This study took samples from 120 respondents who had eaten at café Tomodachi, Bandung, with using purposive sampling method. Then the datas were analyzed by qualitative and quantitative analysis. Qualitative analysis is taken from the interpretation of the data opened obtain and analyzes the answers given by respondents, while the quantitative analysis include: validity test, reliability test, and simple linear regression analysis.

Finally, the results of this study is customer satisfaction has a positive effect both on word of mouth activity (11,6%) and word of mouth praise (29,6%), another factors that influencing customer satisfaction are price, service quality, taste, location, and atmosphere.

Keywords : Customer Satisfaction, Word of Mouth Activity, Word of Mouth Praise

ABSTRAK

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus berupaya mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan pelanggan dapat menghasilkan *word of mouth*, memperkuat loyalitas pelanggan, menghasilkan pendapatan yang lebih besar, dan meningkatkan reputasi perusahaan. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 120 responden yang pernah makan di *café Tomodachi*, Bandung dengan menggunakan metode *purposive* sampel. Kemudian dilakukan analisis data yang diperoleh baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Analisis kualitatif diambil dari interpretasi data yang diperoleh di lapangan dan analisis jawaban terbuka yang diberikan oleh responden, sedangkan analisis kuantitatif meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana.

Akhirnya, hasil dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif baik terhadap *word of mouth activity* (11,6%) maupun *word of mouth praise* (29,6%) yang sisanya dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan, rasa, lokasi, dan suasana.

Kata-kata kunci : Kepuasan konsumen, *Word of Mouth Activity*, *Word of Mouth Praise*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Klasifikasi Produk.....	16
2.1.4 Pengertian Jasa	20
2.1.5 Bauran Jasa	23
2.1.5.1 Klasifikasi Jasa	24
2.1.6 Bauran Produk	25
2.1.7 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	26
Saluran Komunikasi Massal	29
1. Periklanan	29
2. Promosi Penjualan.....	35
3. Hubungan Masyarakat dan Publisitas	37
4. Acara dan Pengalaman	41
Saluran Komunikasi Personal.....	43
5. Penjualan Pribadi	43
6. Pemasaran Langsung.....	46
7. Buzz Marketing.....	48
2.1.8 Kepuasan Konsumen.....	51
2.1.8.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .	52
2.1.8.2 Mengukur Kepuasan Konsumen	54

2.1.9 Pengertian Restoran	56
2.1.9.1 Tipe–tipe Restoran	56
2.2 Riset Terdahulu	58
2.3 Kerangka Pemikiran, Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	59
2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	60
2.3.2 Kerangka Teoritis	61
2.3.3 Pengembangan Hipotesis	62
2.4 Hipotesis Penelitian	62
 BAB III METODE PENELITIAN	 63
3.1 Objek Penelitian	63
3.1.1 Sejarah Perusahaan	63
3.2 Jenis Penelitian.....	65
3.3 Desain Penelitian.....	66
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.4.1 Populasi	68
3.4.2 Sampel.....	69
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	72
3.5 Definisi Operasional Variabel atau Pengukuran Variabel	74
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	75
3.6.1 Uji Validitas.....	75
3.6.2 Uji Reliabilitas	77
3.7 Metode Analisis Data	78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Gambaran Umum Responden	82
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	83
4.2 Uji Validitas	83
4.2.1 KMO and Bartlett's Test	84
4.2.2 Anti-image Matrices.....	84
4.2.3 Rotated Component Matrix	85
4.3 Uji Reliabilitas.....	86
4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas	87
4.4 Uji Regresi	88
4.4.1 Hasil Uji Regresi KK dan WMA.....	88
Pembahasan Hasil Uji Hipotesis I	89
4.4.2 Hasil Uji Regresi KK dan WMP	91
Pembahasan Hasil Uji Hipotesis II	91
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	96
 DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	118

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>The Four P Components of The Marketing Mix</i>	12
Gambar 2.2 <i>The Expanded Marketing Mix for Service</i>	16
Gambar 2.3 <i>Karakteristik Service</i>	22
Gambar 2.4 <i>Hierarchy Effect Model</i>	28
Gambar 2.5 <i>Kerangka Pemikiran</i>	60
Gambar 2.6 <i>Kerangka Teoritis</i>	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Riset Terdahulu	58
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	74
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	82
Tabel 4.2 Usia Responden.....	83
Tabel 4.3 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	84
Tabel 4.4 <i>Anti-image Matrices</i>	84
Tabel 4.5 <i>Rotated Component Matrix</i>	85
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.7 Uji Regresi KK dan WMA	88
Tabel 4.8 ANOVA KK dan WMA	89
Tabel 4.9 <i>Coefficients</i> KK dan WMA.....	90
Tabel 4.10 Uji Regresi KK dan WMP	91
Tabel 4.11 ANOVA KK dan WMP	92
Tabel 4.12 <i>Coefficients</i> KK dan WMP	93

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Uji Reliabilitas	78
Rumus 3.2 Uji Regresi Sederhana	80
Rumus 3.3 Persamaan Regresi	80
Rumus 4.1 Persamaan Regresi KK dan WMA	90
Rumus 4.2 Persamaan Regresi KK dan WMP	93

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 2 Data Ordinal.....	105
Lampiran 3 Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Regresi	109
Lampiran 4 Surat Pernyataan Penelitian	117