

## **ABSTRACT**

*This study discusses the analysis of consumer satisfaction Mc Donald`s restaurant in Bandung based on the dimensions of service quality, or well known as the dimensions of SERVQUAL (service quality). Aims to determine whether consumers are satisfied with the quality of services provided by Mc Donald`s restaurant, based on the dimensions of service quality. Dimensional quality of the service itself consists of reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangible. Samples for this study are using 100 respondents, with the criteria ever felt the services provided by Mc Donald`s restaurant. The results of this research is, all dimensions have a positive result, majority of respondents expressed satisfaction with all the dimension. Responsiveness, assurance, and tangible dimensions have very good result, so it needs to be maintained and if necessary, improve it. Reliability and empathy dimensions also get good result, but only 51% and 52.5% of respondents who said they were satisfied with this dimensions. Both of these dimensions needs more attentions, and need more improvement, in order to make consumers more satisfied with the quality of services provided by Mc Donald`s restaurant.*

***Keywords: reliability, responsiveness, empathy, assurance, tangible***

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang analisis kepuasan konsumen restoran Mc Donald`s di Bandung berdasarkan dimensi kualitas pelayanan, atau yang lebih dikenal dengan dimensi Servqual (*service quality*). Bertujuan untuk mengetahui apakah konsumen sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak Restoran Mc Donald`s, berdasarkan dimensi kualitas pelayanan. Dimensi kualitas pelayanan itu sendiri terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible*. Sampel dari penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan kriteria pernah merasakan jasa pelayanan yang diberikan Restoran Mc Donald`s. Hasil yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan adalah, semua dimensi memiliki hasil positif, rata - rata responden menyatakan puas dengan kelima dimensi tersebut. Dimensi *responsiveness* *assurance* dan *tangible* memiliki hasil yang sangat baik, sehingga perlu dipertahankan dan bila perlu ditingkatkan. Dimensi *reliability* dan *empathy* juga mendapatkan nilai yang baik, tetapi hanya sebesar 51% dan 52.5% responden yang menyatakan puas akan kedua dimensi ini. Kedua dimensi ini perlu lebih diperhatikan lagi, perlu dilakukan peningkatan dan perbaikan, agar dapat membuat konsumen lebih merasa puas dengan kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak Restoran Mc Donald`s.

**Kata kunci :** *reliability, responsiveness, empathy, assurance, tangible*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TANPA MENGGUNAKAN PERUSAHAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I        PENDAHULUAN .....	1
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Rumusan Masalah .....	4
1.3.    Tujuan Penelitian .....	5
1.4.    Manfaat Penelitian .....	5

BAB II	DASAR TEORI .....	6
2.1.	Kajian Teori .....	6
2.1.1.	Pemasaran .....	6
2.1.2.	Jasa .....	8
2.1.3.	Karakteristik Jasa .....	9
2.2.	Kualitas Jasa .....	10
2.2.1.	Pengertian Kualitas Jasa.....	10
2.2.2.	Faktor – Faktor Penilaian Jasa .....	12
2.2.3.	Mengelola Kualitas Jasa.....	13
2.2.4.	Dimensi Kualitas Jasa .....	14
2.3.	Kepuasan Konsumen .....	16
2.3.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
2.3.2.	Manfaat Kepuasan Konsumen .....	17
2.3.3.	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	18
2.4.	Ekspektasi dan Persepsi Konsumen .....	19
2.4.1.	Ekspektasi (Yang Diharapkan) Konsumen .....	19
2.4.2.	Persepsi (Yang Diterima) Konsumen.....	25
2.5.	Model Servqual .....	25
2.6.	Pengukuran dan Pengumpulan Data .....	33
2.6.1.	Jenis Penelitian.....	33
2.6.2.	Penentuan Ukuran Sampel dan Pengambilan Sampel .....	33

2.6.3.	Skala Pengukuran.....	37
2.6.4.	Pembuatan Kuisisioner .....	38
2.7.	Metode Pengolahan Data .....	40
2.7.1.	Uji Validitas .....	40
2.7.2.	Uji Reliabilitas .....	40
2.7.3.	Pengukuran Kualitas Jasa (Metode Servqual).....	41
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1.	Desain Penelitian.....	42
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
3.3.	Metode Pengambilan Sampel.....	43
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.	Penentuan Ukuran Sampel .....	44
3.6.	Perancangan Model Penelitian.....	45
3.7.	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.8.	Uji Reliabilitas .....	51
3.9.	Metode Analisis Data.....	52

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	54
4.1.	Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Mc Donald`s di Bandung .....	54
4.1.1.	Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Pelayanan Yang Cepat dan Tepat .....	55
4.1.2.	Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Kecepatan Menangani Berbagai Masalah Pelayanan .....	57
4.1.3.	Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Konsistensi dan Dapat Diandalkan .....	58
4.1.4.	Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Ketersediaan Karyawan Pengganti Untuk Mempertahankan Kecepatan Pelayanan dan Kualitas .....	60
4.1.5.	Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Untuk Menanggapi Permintaan Spesial.....	62
4.1.6.	Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Mengantisipasi Kebutuhan dan Keinginan Setiap Konsumen .....	64
4.1.7.	Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Karyawan Yang Dapat Memberikan Informasi Mengenai Setiap .Item Menu, Isi, dan Penyajiannya .....	66

4.1.8. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Karyawan Yang Terlatih, Cakap, dan Berpengalaman.....	68
4.1.9. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Semangat Karyawan.....	70
4.1.10. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Karyawan Dalam Menjawab Pertanyaan Dengan Lengkap.....	72
4.1.11. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Karyawan Yang Memiliki Kepekaan Pada Kebutuhan dan Keinginan Setiap Orang.....	74
4.1.12. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Karyawan Yang Memiliki Simpatik dan Tenang Jika Terdapat Kesalahan.....	76
4.1.13. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Perlakuan Terhadap Konsumen Sehingga Konsumen Merasa Spesial.....	78
4.1.14. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Penempatan Kepentingan Yang Terbaik Untuk Konsumen .....	80
4.1.15. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Kebersihan dan Kerapihan Pakaian Karyawan .....	82

4.1.16. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Dekor, <i>Image</i> , dan Harga Yang Terjangkau .....	84
4.1.17. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Tempat Makan Yang Memiliki Suasana Menarik .....	85
4.1.18. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Menu Yang Mudah Dimengerti.....	87
4.1.19. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Kebersihan Ruang Makan.....	89
4.1.20. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penilaian Terhadap Tempat Yang Nyaman .....	91
4.2. Pembahasan.....	92
4.2.1. <i>Reliability</i> Atau Reliabilitas .....	92
4.2.2. <i>Responsiveness</i> Atau Daya Tanggap.....	94
4.2.3. <i>Assurance</i> Atau Jaminan .....	95
4.2.4. <i>Empathy</i> Atau Empati .....	96
4.2.5. <i>Tangibility</i> Atau Bukti Fisik .....	97



BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1.	Kesimpulan .....	98
5.2.	Saran.....	99
5.2.1.	Saran Untuk Restoran Mc Donald's .....	99
5.2.1.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	101
	DAFTAR PUSTAKA .....	102
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	120

## DAFTAR TABEL

Tabel I	Dimensi dan Atribut Model Servqual .....	32
Tabel II	Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel III	Definisi Operasional Sub Variabel.....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Model Konseptual Ekspektasi Pelanggan Terhadap Jasa	24
Gambar 2	Model Konseptual Servqual.....	30
Gambar 3	Model Penelitian .....	46
Gambar 4	Menyediakan Pelayanan Yang Cepat dan Tepat.....	55
Gambar 5	Cepat Menangani Berbagai Masalah Pelayanan .....	57
Gambar 6	Dapat Diandalkan dan Konsisten.....	58
Gambar 7	Memiliki Karyawan Pengganti Selama Jam Sibuk, Untuk Membantu Mempertahankan Kecepatan Pelayanan dan Kualitas .....	60
Gambar 8	Memiliki Upaya Lebih Untuk Permintaan Spesial .....	62
Gambar 9	Mengantisipasi Kebutuhan dan Keinginan Setiap Konsumen.....	64
Gambar 10	Memiliki Karyawan Yang Dapat Memberikan Informasi Mengenai Setiap Item Menu, Isi, dan Penyajiannya.....	66
Gambar 11	Memiliki Karyawan Yang Terlatih, Cakap, dan Berpengalaman.....	68
Gambar 12	Memiliki Karyawan Yang Semangat, Sehingga Dapat Melakukan Pekerjaan Dengan Baik.....	70
Gambar 13	Memiliki Karyawan Yang Dapat Menjawab Pertanyaan Dengan Lengkap.....	72
Gambar 14	Memiliki Karyawan Yang Peka Pada Kebutuhan Dan Keinginan Setiap Orang .....	74
Gambar 15	Memiliki Karyawan Yang Simpatik dan Tenang Jika Terdapat Kesalahan .....	76
Gambar 16	Membuat Pengunjung Merasa Spesial Sebagai Konsumen.....	78

Gambar 17	Menempatkan Kepentingan Yang Terbaik Untuk Konsumen .....	80
Gambar 18	Memiliki Karyawan Berpakaian Bersih dan Rapih .....	82
Gambar 19	Memiliki Dekor, <i>Image</i> Yang Baik.....	84
Gambar 20	Memiliki Tempat Makan Dengan Suasana Menarik .....	85
Gambar 21	Memiliki Menu Yang Mudah Dimengerti .....	87
Gambar 22	Memiliki Ruang Makan Yang Bersih .....	89
Gambar 23	Memiliki Tempat Yang Nyaman .....	91

## LAMPIRAN

Lampiran A	Kuisisioner .....	104
Lampiran B	Uji Reliabilitas .....	110
Lampiran C	<i>Frequency Table</i> .....	112