

Abstrak

Setiap penyedia produk dan jasa tentu saja berusaha untuk memberikan penawaran yang dapat melebihi ekspektasi dari pelanggan agar pelanggan merasa puas. Salah satu cara memuaskan pelanggan dapat dengan menawarkan kualitas jasa yang tidak menyebabkan kesenjangan antara harapan dan kenyataan.

Oleh sebab itu kualitas jasa perlu diperhatikan bagi setiap penyedia produk, termasuk rumah makan yang memberikan jasa penyedia makanan dalam hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen atas bauran pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen oleh Rumah Makan San Jose. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tujuan yang ingin dicapai oleh Rumah Makan San Jose dalam melaksanakan bauran pemasaran dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui perencanaan dan pelaksanaan bauran pemasaran Rumah Makan San Jose dalam menghadapi para pesaingnya di kota Bandung, untuk mencari tahu rencana apa saja yang dilakukan Rumah Makan San Jose dalam menghadapi pesaingnya, objek dari penelitian ini adalah Rumah Makan San Jose yang berlokasi di Jalan Pajagalan no. 21 Bandung, Indonesia. Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 50 sampel. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei yaitu metode yang bertujuan untuk melihat atau menggambarkan suatu keadaan suatu perusahaan berdasarkan fakta yang ada pada sebuah situasi yang diteliti dan fakta tersebut kemudian dikumpulkan, disusun secara sistematis dan diolah untuk selanjutnya dianalisis.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka pemikiran dan Hipotesa	5
1.6 Metode Penelitian	7
1.7 Populasi dan Sampling	8
1.8 Teknik Pengumpulan Data	9
1.9 Analisis Data	9
1.10 Lokasi Penelitian	9

BAB II Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Manajemen Pemasaran	12
2.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.3.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	14
2.4 Konsep Pemasaran.....	18
2.4.1 Pengertian Konsep Pemasaran.....	18

2.4.2 Konsep Pemasaran yang Berorientasi Pada Kepuasan	
Pelanggan.....	19
2.5 Jasa.....	21
2.5.1 Pengertian Jasa.....	21
2.5.2 Kategori Jasa.....	22
2.5.3 Klasifikasi Jasa.....	23
2.5.4 Karakteristik Jasa.....	26
2.5.5 Produk dan Tingkatan Produk Jasa.....	27
2.6 Pengertian Strategi Pemasaran Jasa.....	29
2.6.1Strategi Mengelola Permintaan Jasa.....	30
2.6.2Strategi Mengelola Penawaran Jasa.....	34
2.7 Pengertian Kualitas dan Kualitas Pelayanan.....	36
2.7.1Kesenjangan dalam Penyampaian Jasa.....	41
2.7.2Faktor faktor Penyebab Mutu Pelayanan yang Buruk.....	47
2.7.3Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	49
2.8 Kepuasan Konsumen.....	51
2.8.1Pengertian Kepuasan Konsumen.....	51
2.8.2Mengukur Kepuasan Konsumen.....	56
2.9Hubungan Antara Bauran Pemasaran dengan Kepuasan Konsumen.....	57

BAB III Objek Penelitian

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	59
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
3.3 Konsumen Dan Produk Perusahaan.....	62
3.4 Metodologi Penelitian.....	63
3.5 Operasional Variabel.....	66
3.6 Populasi Sampling.....	69
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.8 Analisis Data.....	71

BAB IV Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas Terhadap Hasil Jawaban Kuesioner Mengenai Bauran Pemasaran yang Ditampilkan Oleh RumahMakan San Jose	73
4.2 Uji Validitas Terhadap Hasil Jawaban Kuisisioner Mengenai Kepuasan Konsumen.....	83
4.3 Uji Reliability Terhadap Hasil Jawaban Kuesioner Mengenai Bauran Pemasaran Yang Ditampilkan Rumah Makan San Jose	88
4.4 Uji Reliability Terhadap Hasil Jawaban Kuesioner Mengenai Kepuasan Konsumen Rumah Makan San Jose.....	90

4.5 Analisis Karakteristik Responden.....	91
4.6 Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan San Jose Berdasarkan Analisis Korelasi Peringkat Dari Spearman	95
4.6.1 Analisis Korelasi Rank Spearman.....	97
4.6.2 Koefisien Determinasi.....	99
4.6.3 Pengujian Hipotesis.....	100
4.7 Data Volume Penjualan.....	102

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	67
Tabel 4.1	Koefisien Korelasi Rasa Makanan Lezat.....	73
Tabel 4.2	Koefisien Korelasi Rasa Minuman Lezat.....	73
Tabel 4.3	Koefisien Korelasi Porsi Makanan Yang Disajikan Banyak.....	74
Tabel 4.4	Koefisien Korelasi Porsi Minuman Yang Disajikan Banyak.....	74
Tabel 4.5	Koefisien Korelasi Tampilan Makanan Yang Disajikan Menarik.....	75
Tabel 4.6	Koefisien Korelasi Tampilan Minuman Yang Disajikan Menarik	75
Tabel 4.7	Koefisien Korelasi Menu Yang Disediakan Bervariasi.....	76
Tabel 4.8	Koefisien Korelasi Harga Makanan di Rumah Makan San Jose Terjangkau	76
Tabel 4.9	Koefisien Korelasi Harga Minuman di Rumah Makan San Jose Terjangkau.....	77
Tabel 4.10	Koefisien Korelasi Stand Rumah Makan San Jose Luas.....	77
Tabel 4.11	Koefisien Korelasi Lokasi Rumah Makan San Jose Strategis.....	78
Tabel 4.12	Koefisien Korelasi Tampilan Daftar Menu Rumah Makan San Jose Menarik.....	78
Tabel 4.13	Koefisien Korelasi Tampilan Seragam Para Pegawai Rumah Makan San Jose Menarik.....	79
Tabel 4.14	Koefisien Korelasi Para Pegawai Rumah Makan San Jose Ramah	79

Tabel 4.15	Koefisien Korelasi Ketrampilan Pegawai Rumah Makan San Jose Baik.....	80
Tabel 4.16	Koefisien Korelasi Penampilan Pegawai Rumah Makan San Jose Rapih.....	80
Tabel 4.17	Koefisien Korelasi Dekorasi Stand Rumah Makan San Jose Menarik.....	81
Tabel 4.18	Koefisien Korelasi Fasilitas Penerangan Memadai.....	81
Tabel 4.19	Koefisien Korelasi Peralatan Saji Yang Digunakan Rumah Makan San Jose Bersih.....	82
Tabel 4.20	Koefisien Korelasi Pegawai Rumah Makan San Jose Cepat Tanggap Dalam Melayani.....	82
Tabel 4.21	Koefisien Korelasi Rasa Dan Kualitas Makanan dan Minuman.....	83
Tabel 4.22	Koefisien Korelasi Kebersihan Tempat dan Tersedianya alat alat Pendukung.....	83
Tabel 4.23	Koefisien Korelasi Kebersihan dan Kesehatan Makanan dan Minumannya.....	84
Tabel 4.24	Koefisien Korelasi Petugas Yang Siap Membantu Konsumen.....	84
Tabel 4.25	Koefisien Korelasi Kelengkapan Menu Yang Tersedia.....	85
Tabel 4.26	Koefisien Korelasi Kecepatan Makanan dan Minuman Yang Disajikan.....	85
Tabel 4.27	Koefisien Korelasi Keramahan Karyawan.....	86
Tabel 4.28	Koefisien Korelasi Penerangan Yang Disesuaikan Dengan	

	Situasi.....	86
Tabel 4.29	Koefisien Korelasi Kerapihan Pakaian Karyawan.....	87
Tabel 4.30	Koefisien Korelasi Ruang Makan Baik di Dalam dan di Luar Ruangan.....	87
Tabel 4.31	Koefisien Korelasi Pengetahuan dan Pemilihan Rasa Masakan Bercitra Tinggi.....	88
Tabel 4.32	Case Processing Summary (Bauran Pemasaran)	88
Tabel 4.33	Reliability Statistics (Bauran Pemasaran).....	89
Tabel 4.34	Item Statistics (Bauran Pemasaran).....	89
Tabel 4.35	Case Processing Summary (Kepuasan Konsumen).....	90
Tabel 4.36	Reliability Statistics (Kepuasan Konsumen).....	90
Tabel 4.37	Item Statistics (Kepuasan Konsumen).....	91
Tabel 4.38	Komposisi Jenis Kelamin Responden.....	91
Tabel 4.39	Komposisi Usia Responden.....	92
Tabel 4.40	Komposisi Pekerjaan Responden.....	93
Tabel 4.41	Komposisi Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	94
Tabel 4.42	Koefisien Korelasi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen.....	98
Tabel 4.43	Bobot Koefisien Korelasi.....	99

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran Jasa.....	18
Gambar 2.2 Lima Level Produk.....	28
Gambar 2.3 Model Mutu Jasa.....	46
Gambar 2.4 Konsep Kepuasan Konsumen.....	54
Gambar 4.1 Model Kepuasan Pelanggan.....	58
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	61