

ABSTRAK

Dengan semakin majunya perkembangan dunia bisnis saat ini menyebabkan timbulnya tingkat persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan-perusahaan yang ada. Hal ini membuat kalangan bisnis maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan selalu dituntut untuk bergerak cepat agar dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada maupun peluang-peluang yang akan muncul, sehingga keadaan seperti ini menyebabkan perusahaan harus mampu menganalisa kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sifat perusahaan yang menghasilkan jasa ialah bahwa jasa itu tidak bisa ditimbun atau ditumpuk di gudang, seperti barang-barang lainnya sambil menunggu penjualan. Karena salah satu sifat yang demikian, banyak perusahaan yang mengalami kesulitan untuk mengembangkan perusahaan yang bergerak di sektor jasa.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik

Penulis mengadakan penelitian pada RUMAH MAKAN SAUDARA yang berlokasi di Jalan A. Yani No. 135 Garut, yang bergerak di dalam jasa pelayanan makanan. Dalam melakukan penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Field Research (penelitian Lapangan), Library Research (penelitian Kepustakaan) dan pengukuran kepuasan dengan Diagram Kartesius. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh pihak Rumah Makan Saudara telah berjalan dengan baik sebagaimana terlihat dalam diagram tersebut sudah terdapat point-point yang banyak terdapat di kuadran 2 dan 3 yakni sudah baik dan perlu dipertahankan dan juga sudah ada pelayanan yang cukup memuaskan dari Rumah Makan Saudara dan konsumen sudah merasa cukup dengan pelayanan tersebut, juga beberapa dari kuadran 1 yang perlu lebih dikembangkan oleh Rumah Makan Saudara agar dapat lebih memuaskan konsumennya dalam masa yang akan datang.

Key Words : Kualitas, Kepuasan, Jasa.

ABSTRACT

The increasing of business development causes the tight competition between companies. It makes the business society, in addition authorized on duty are insested to move quickly and flexible thus able to use every chance which appears also chance will perform. It causes companies have to be able to analyze consumers requirement and desires.

The attitude of the company which produce services is the services can not be hold or keep in the warehouse, like the other product as the time for selling is come. With the attitude like that, many company has faced so many problems to improve their company which move in the services sector.

Marketing is a social and managerial process which inside it is an individual and group has what they need and what they want with creating, offering and trading a product which has a value with other people. And a service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything it's production may or may, not be tied to a physical product.

The writer did this research at SAUDARA RESTAURANT which located at Jalan A. Yani No. 135 Garut, this restaurant moved in services sector of food. At this research, the writing method used is the analysis descriptical with case study. And the other is data collection technique used in this research is Field Research, Library Research, and satisfaction measure with Cartesius Diagram. Based on the results of the research, it can be said that the services quality did by the Saudara Restaurant is going well, it can be seen in that diagram has a lot of points in second and third quadran which explain that the quality of service by Saudara Restaurant so far so good, just need to maintain it quality and many consumer has satisfied with its services, and a few points is located at first diagram, it means the clinic must improved that sector so the consumer can be more satisfied in the future

Keywords : Quality, Satisfaction, Services,

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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 DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Konsep Inti Pemasaran.....	7
2.1.2.1 Pengertian Konsep Inti Pemasaran.....	7
2.1.2.2 Unsur-unsur Konsep Inti Pemasaran.....	7
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	10
2.1.3.1 Pengertian Konsep Pemasaran.....	10
2.1.3.2 Konsep Pemasaran yang Berorientasi Pada	
Kepuasan Konsumen.....	10

2.1.4 Marketing Mix.....	11
2.1.4.1 Pengertian Marketing Mix.....	11
2.1.4.2 Variabel / Unsur Marketing Mix	11
2.1.5 Pengertian Produk	15
2.1.6 Pengertian, Karakteristik, Klasifikasi, dan Jenis – jenis Jasa..	16
2.1.6.1 Pengertian Jasa.....	16
2.1.6.2 Karakteristik Jasa.....	17
2.1.6.3 Ciri-Ciri Jasa.....	20
2.1.6.4 Klasifikasi Jasa.....	21
2.1.6.5 Jenis-jenis Jasa.....	25
2.1.7 Strategi Pemasaran Bagi Perusahaan Jasa.....	27
2.1.7.1 Melakukan Diferensiasi Kompetitif.....	28
2.1.7.2 Mengelola Kualitas Jasa.....	29
2.1.7.3 Mengelola Produktivitas.....	32
2.1.7.4 Strategi Mengelola Permintaan Jasa.....	33
2.1.7.5 Strategi Mengelola Penawaran Jasa.....	33
2.1.8 Pengertian Kualitas dan Kualitas Pelayanan.....	33
2.1.8.1 Prinsip Dasar Kualitas Pelayanan.....	34
2.1.8.2 Dimensi Kualitas Jasa.....	35
2.1.9 Perilaku Konsumen.....	37
2.1.9.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	37
2.1.9.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.	37
2.1.9.3 Proses Keputusan Pembelian.....	38

2.1.10 Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	40
2.1.10.1 Pelayanan Pelanggan.....	40
2.1.10.2 Pentingnya Kepuasan Konsumen.....	43
2.1.10.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	44
2.1.10.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	45
2.1.10.5 Konsep Kepuasan Konsumen.....	45
2.1.10.6 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	46
2.1.10.7 Implikasi Kepuasan Konsumen.....	46
2.1.11 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	47
2.2 Kerangka Pemikiran	48
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Objek Penelitian.....	57
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	57
3.2 Metode Penelitian.....	58
3.2.1 Desain Penelitian.....	58
3.2.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	58
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	58
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.2.5 Metode Pengumpulan Data.....	60
3.2.6 Teknik Analisis Data.....	63
3.2.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Hasil Penelitian.....	68
4.1.1 Analisis Profil Responden Rumah Makan Saudara Garut	69
4.1.1.1 Jenis Kelamin Responden Rumah Makan Saudara Garut	69
4.1.1.2 Usia Responden Rumah Makan Saudara.....	70
4.1.1.3 Status Perkawinan Responden Rumah Makan Saudara.....	70
4.1.1.4 Pendidikan Terakhir Responden Rumah Makan Saudara....	71
4.1.1.5 Jenis Pekerjaan Responden Rumah Makan Saudara	72
4.1.1.6 Lamanya Berlangganan Responden Rumah Makan.....	72
4.1.1.7 Tempat tinggal (wilayah) Responden Rumah Makan.....	73
4.1.1.8 Intensitas Kedatangan per Bulan Responden R.M Saudara.	74
4.2 Pembahasan.....	75
4.2.1 Pelaksanaan Kualitas Jasa Oleh Rumah Makan Saudara di	
Garut.....	75
4.2.2 Analisis dan Pembahasan Setiap factor / Atribut.....	77
4.2.2.1 Analisis Keandalan Pelayanan.....	77
4.2.2.2 Analisis Keresponsifan Pelayanan.....	81
4.2.2.3 Analisis Keyakinan	84
4.2.2.4 Analisis Empati.....	88
4.2.2.5 Analisis Berwujud.....	91
4.2.2.6 Diagram Kartesius.....	96

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bauran Pemasaran.....	15
Gambar 2.2	Kualitas Jasa.....	31
Gambar 2.3	Bagan Kerangka Penelitian.....	56
Gambar 3.1	Diagram Kartesius.....	66
Gambar 4.1	Diagram Kartesius dari Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Saudara.....	99

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Volume Penjualan dan Biaya Variable.....	4
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	61
Tabel 4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.3 Komposisi Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	71
Tabel 4.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
Tabel 4.5 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	72
Tabel 4.6 Komposisi Responden Berdasarkan Lamanya Berlangganan.....	73
Tabel 4.7 Komposisi Responden Berdasarkan Tempat tinggal (wilayah).....	74
Tabel 4.8 Komposisi Responden Berdasarkan Intensitas Kedatangan per Bulan.	74
Tabel 4.9 Tingkat Kepentingan Responden terhadap Prosedur Penerimaan	
Pelanggan Yang Cepat dan Tepat.....	77
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Prosedur Penerimaan Pelanggan	
Yang Cepat dan Tepat.....	78
Tabel 4.11 Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pelayanan	
yang cepat dan tepat.....	78
Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Pelayanan	
yang cepat dan tepat.....	79
Tabel 4.13 Tingkat Kepentingan Responden terhadap Jadwal pelayanan	
Rumah Makan dijalankan dengan tepat	79

Tabel 4.14	Penilaian Responden Terhadap Jadwal pelayanan Rumah Makan	
	dijalankan dengan tepat.....	80
Tabel 4.15	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Prosedur pelayanan	
	tidak berbelit-belit.....	80
Tabel 4.16	Penilaian Responden Terhadap Prosedur pelayanan tidak	
	berbelit-belit.....	81
Tabel 4.17	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kemampuan chef	
	untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan.....	81
Tabel 4.18	Penilaian Responden Terhadap Kemampuan chef dan pelayan	
	untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan.....	82
Tabel 4.19	Tingkat Kepentingan Responden terhadap chef	
	memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti.....	82
Tabel 4.20	Penilaian Responden Terhadap chef memberikan informasi	
	yang jelas, mudah dimengerti.....	83
Tabel 4.21	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Tindakan cepat pada	
	saat pelanggan membutuhkan.....	83
Tabel 4.22	Penilaian Responden Terhadap Tindakan cepat pada saat	
	pasien membutuhkan.....	84
Tabel 4.23	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pengetahuan	
	dan kemampuan chef dalam memasak.....	84
Tabel 4.24	Penilaian Responden Terhadap Pengetahuan dan kemampuan	
	chef dalam memasak.....	85

Tabel 4.25	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Keterampilan chef dalam bekerja.....	85
Tabel 4.26	Penilaian Responden Terhadap Keterampilan chef dalam bekerja...	86
Tabel 4.27	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pelayanan yang sopan dan ramah.....	86
Tabel 4.28	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan yang sopan dan ramah..	86
Tabel 4.29	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.....	87
Tabel 4.30	Penilaian Responden Terhadap Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.....	87
Tabel 4.31	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pelanggan.....	88
Tabel 4.32	Penilaian Responden Terhadap Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pelanggan.....	88
Tabel 4.33	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Perhatian terhadap keluhan pelanggan dan keluarganya.....	89
Tabel 4.34	Penilaian Responden Terhadap Perhatian terhadap keluhan pelanggan dan keluarganya.....	89
Tabel 4.35	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pelayanan kepada semua pelanggan tanpa memandang status social dan lain-lai.....	90
Tabel 4.36	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan kepada semua pelanggan tanpa memandang status social dan lain-lain.....	90

Tabel 4.37	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan.....	91
Tabel 4.38	Penilaian Responden Terhadap Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan.....	91
Tabel 4.39	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Penataan eksterior dan interior ruangan.....	92
Tabel 4.40	Penilaian Responden Terhadap Penataan eksterior dan interior Ruangan.....	92
Tabel 4.41	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kelengkapan, kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang dipakai.....	93
Tabel 4.42	Penilaian Responden Terhadap Kelengkapan, kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang dipakai.....	93
Tabel 4.43	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kerapian dan kebersihan penampilan chef.....	94
Tabel 4.44	Penilaian Responden Terhadap Kerapian dan kebersihan penampilan chef.....	94
Tabel 4.45	Persentase dari Penilaian Tanggapan dan Harapan Kepentingan pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelanggan Rumah Makan Saudara.....	95
Tabel 4.46	Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelanggan Rumah Makan Saudara.....	97