

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 untuk 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.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis kepuasan konsumen atau pelanggan atas strategi bersaing yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen oleh Rumah Makan Baso Malang Karapitan berdasarkan kualitas jasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan yang ingin dicapai oleh Rumah Makan Baso Malang Karapitan dalam melaksanakan strategi bersaing dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan, untuk mengetahui perencanaan dan pelaksanaan strategi bersaing Rumah Makan Baso Malang Karapitan dalam menghadapi para pesaingnya di kota Bandung, untuk mencari tahu rencana apa saja yang dilakukan Rumah Makan Baso Malang Karapitan dalam menghadapi pesaingnya. Objek dari penelitian ini adalah Rumah Makan Baso Malang Karapitan, yang berlokasi di Jalan Merdeka No. 21 Bandung, Indonesia. Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 50 sampel. Peneliti menggunakan uji pendahuluan yaitu uji validitas dan uji realibilitas, untuk mengukur apakah instrument yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur. Alat analisis yang dapat digunakan untuk menganalisa strategi bersaing dengan menggunakan dimensi kualitas jasa.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, 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. Dalam hal teknis analisis data, peneliti menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif dengan mengolah data-data yang ada untuk kemudian dianalisis memakai metode statistik.

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.6.1 Metode yang Digunakan.....	7
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	8
1.6.3 Sumber Data.....	9
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	9
1.7 Lokasi Penelitian.....	10

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.1 Pengertian Pasar.....	12
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran dan Elemen-Elemennya.....	13
2.2.1 Produk.....	15
2.2.2 Harga.....	22
2.2.3 Promosi.....	23
2.2.4 Tempat dan/ atau Distribusi.....	25
2.2.5 Orang.....	25
2.2.6 Bukti Fisik.....	26
2.2.7 Proses.....	27
2.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	27
2.4 Pengertian Pesaing dan Persaingan.....	28
2.4.1 Strategi Menghadapi Pesaing.....	30
2.4.2 Strategi Memenangkan Pesaingan.....	31
2.4.3 Strategi Menguasai Pasar.....	33
2.4.4 Strategi Bertahan.....	34
2.4.5 Strategi Menyerang.....	35
2.5 Jasa.....	35
2.5.1 Pengertian Jasa.....	35
2.5.2 Klasifikasi Penawaran Jasa.....	36
2.5.3 Karakteristik Jasa.....	38

2.6 Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa.....	39
2.6.1 Strategi Perusahaan untuk Menarik Konsumen.....	41
2.6.2 Strategi Mengalahkan Pesaing.....	42
2.7 Strategi Rumah Makan Baso Malang Karapitan.....	43
2.7.1 Strategi untuk Menjadi Pemimpin Pasar.....	43
2.7.2 Strategi untuk Tetap Bertahan.....	43
2.7.3 Strategi untuk Diminati Konsumen.....	44
2.8 Kepuasan Konsumen.....	44
2.9 Strategi Kepuasan Konsumen.....	49
2.10 Hubungan Analisis Strategi Bersaing untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.....	52

BAB III. OBYEK PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	54
3.2 Metode Penelitian yang Digunakan.....	55
3.3 Metode Analisis Data.....	55
3.4 Operasional Variabel.....	57
3.5 Jenis Sumber Data.....	60
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	60
3.7 Metode Pengambilan Sample.....	61

BAB IV. PEMBAHASAN MASALAH

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	63
4.2 Jenis Produk yang Dijual.....	64
4.3 Struktur Organisasi.....	69
4.4 Kegiatan Usaha Perusahaan.....	72
4.5 Analisa Data.....	74
4.5.1 Analisa Data Kuantitatif.....	74
4.5.2 Analisa Data Kualitatif.....	74
4.6 Penilaian terhadap Keadaan Pelanggan.....	75
4.6.1 Jenis Kelamin Konsumen.....	75
4.6.2 Usia Konsumen.....	76
4.6.3 Pekerjaan Konsumen.....	77
4.6.4 Pengeluaran Rata-Rata Tiap Bulan.....	78
4.6.5 Wilayah Tempat Tinggal Konsumen.....	79
4.7 Penilaian Responden terhadap Strategi Bersaing yang Dilakukan Rumah Makan Baso Malang Karapitan.....	80
4.8 Penilaian Responden terhadap Pengaruh Strategi Bersaing terhadap Kepuasan Konsumen.....	97
4.9 Data penjualan Rumah Makan Baso Malang Karapitan Tahun 2001 dan Tahun 2002.....	109

4.10 Hubungan Strategi Bersaing yang Dilakukan	
Rumah Makan Baso Malang Karapitan terhadap Tingkat	
Kepuasan Pelanggan.....	110

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran.....	122

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Tingkatan Produk atau Lingkaran Produk.....	17
Gambar 2.2 Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	59
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata Tiap Bulan.....	78
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	79
Tabel 4.6 Penilaian Responden Berdasarkan Waktu Berkunjung ke Rumah Makan Baso Malang Karapitan	81
Tabel 4.7 Penilaian Responden Berdasarkan Dengan Siapa Responden Sering Makan di Rumah Makan Baso Malang Karapitan.....	82
Tabel 4.8 Penilaian Responden Berdasarkan Luas Areal Parkir.....	82
Tabel 4.9 Penilaian Responden Berdasarkan Lokasi Biasanya Makan.....	83
Tabel 4.10 Penilaian Responden Berdasarkan Rasa dan Kenikmatan Baso Malang Karapitan.....	84
Tabel 4.11 Penilaian Responden Berdasarkan Keragaman Makanan dan Minuman.....	85
Tabel 4.12 Penilaian Responden Berdasarkan Kecepatan Makanan dan Minuman Disajikan.....	85
Tabel 4.13 Penilaian Responden Berdasarkan Rasa, Kualitas Makanan dan Minuman.....	86

Tabel 4.14 Penilaian Responden Berdasarkan Kehalalan Makanan dan Minuman.....	87
Tabel 4.15 Penilaian Responden Berdasarkan Keramahan Karyawan.....	88
Tabel 4.16 Penilaian Responden Berdasarkan Kesesuaian Makanan dan Minuman Dengan Selera Responden.....	89
Tabel 4.17 Penilaian Responden Berdasarkan Kenyamanan Rumah Makan Baso Malang Karapitan.....	90
Tabel 4.18 Penilaian Responden Berdasarkan Ruang Ber – AC.....	90
Tabel 4.19 Penilaian Responden Berdasarkan Keberadaan Baso Malang Karapitan Sehingga Mencoba dan Puas.....	91
Tabel 4.20 Penilaian Responden Berdasarkan Usaha Penyediaan Menu Makanan Agar Masyarakat Mau Mencoba dan Membeli.....	92
Tabel 4.21 Penilaian Responden Berdasarkan Harga Baso Malang Karapitan....	92
Tabel 4.22 Penilaian Responden Berdasarkan Kelezatan Menu Makanan yang Tersedia.....	93
Tabel 4.23 Penilaian Responden Berdasarkan Makanan Siap Saji yang Tersedia.....	94
Tabel 4.24 Penilaian Responden Berdasarkan Macam Makanan yang Sesuai Keinginan konsumen.....	94
Tabel 4.25 Penilaian Responden Berdasarkan Koki Pilihan Sesuai Selera Konsumen.....	95
Tabel 4.26 Penilaian Responden Berdasarkan Suasana Gembira dan Nikmat di Baso Malang Karapitan.....	96

Tabel 4.27 Penilaian Responden Berdasarkan Service Cepat makanan	
Tersaji.....	96
Tabel 4.28 Penilaian Responden Berdasarkan Suasana Atmosfer Menyenangkan	
Pembeli.....	97
Tabel 4.29 Penilaian Responden Berdasarkan Rasa, Kualitas Makanan dan	
Minuman.....	98
Tabel 4.30 Penilaian Responden Berdasarkan Kebersihan dan Ketersediaan	
Alat-Alat Pendukung.....	99
Tabel 4.31 Penilaian Responden Berdasarkan Kebersihan dan Kesehatan	
Makanan dan Minuman.....	100
Tabel 4.32 Penilaian Responden Berdasarkan Petugas yang Siap Membantu	
Konsumen.....	100
Tabel 4.33 Penilaian Responden Berdasarkan Kelengkapan Menu Yang	
Tersedia.....	101
Tabel 4.34 Penilaian Responden Berdasarkan Kecepatan Makanan dan Minuman	
Disajikan.....	102
Tabel 4.35 Penilaian Responden Berdasarkan Keramahan Karyawan	102
Tabel 4.36 Penilaian Responden Berdasarkan Penerangan yang Sesuai Dengan	
Situasi.....	103
Tabel 4.37 Penilaian Responden Berdasarkan Kerapihan Pakaian Karyawan....	104
Tabel 4.38 Penilaian Responden Berdasarkan Ruang Makan.....	105
Tabel 4.39 Penilaian Responden Berdasarkan Sebagai Tempat Berkumpul.....	105

Tabel 4.40 Penilaian Responden Berdasarkan Rasa Masakan Bercitra Tinggi.....	106
Tabel 4.41 Penilaian Responden Berdasarkan Menu dan Tempat yang Selalu Dicari Konsumen.....	107
Tabel 4.42 Penilaian Responden Berdasarkan Baso Malang Disukai Sebagai Favorit.....	107
Tabel 4.43 Penilaian Responden Berdasarkan Keamanan Kendaraan Saat Parkir.....	108
Tabel 4.44 Data Volume Penjualan Rumah Makan Baso Malang Karapitan Januari-Desember Tahun 2006-2007.....	109
Tabel 4.45 Rank-Rank Variabel Penelitian.....	111
Tabel 4.46 Rank kembar variabel x.....	114
Tabel 4.47 Rank kembar variabel y.....	114
Tabel 5.1 Penilaian Responden Berdasarkan Rasa Masakan Bercitra Tinggi....	120
Tabel 5.2 Penilaian Responden Berdasarkan Menu dan Tempat yang Selalu Dicari Konsumen.....	120
Tabel 5.3 Penilaian Responden Berdasarkan Baso Malang Disukai Sebagai Favorit.....	121
Tabel 5.4 Penilaian Responden Berdasarkan Ruang Makan.....	121
Tabel 5.5 Penilaian Responden Berdasarkan Sebagai Tempat Berkumpul.....	122