

ABSTRACT

In maintaining continuation of the life of his efforts, each service company was prosecuted to always give the best service that in accordance with the wish and the requirement for his customer. Through the quality of the service that as hoped the customers, then was expected to be formed by the consumer's satisfaction that was assets that were very valuable for the company/the service provider.

On the basis of the analysis above, then must be carried out by the research to analyse the influence of the quality of the service towards the consumer's satisfaction in Rumah Makan Sari Rasa Sambel Hejo. With the holding of this research, was expected to be able to be made the evaluation material for the management side cafe on the achievement of the service that was given to increase the consumer's satisfaction through the improvement on the handling of his service.

The writer spread the questionnaire for 50 respondents and held the direct interview by using the method non probability or the election nonrandom that take the form of purposive sampling (the taking of the purposeful sample) was carried out by taking the sample from the population was based on a certain criterion. The writer used the Rank Spearman correlation test with the SPSS program 13,0. Was based on the calculation that was carried out, then was gotten rs of 0.550 with alfa of 0.01, that was proven that is gotten by the influence between the service variable and the variable of the consumer's satisfaction. Where if being seen from the determination coefficient (Kd) of 0.3025, whereas 69.75% were affected by other factors that were not researched. From test statistics, then was gotten by results t counted of 6.52 and after compared with t the table was received by results 2.6385 in this case t counted bigger than t the table (6.52 > 2,6385) so as Ho was refused meaning that having the influence between the service and the consumer's satisfaction. This showed that is gotten by the influence between the service and the consumer's satisfaction, then the rise and the decline one of the two variables

The key word: the Quality of the Service, Kepuasan the consumer

ABSTRAK

Dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, setiap perusahaan jasa dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Melalui kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan, maka diharapkan akan terbentuk kepuasan konsumen yang merupakan asset yang sangat berharga bagi perusahaan/ penyedia jasa.

Atas dasar uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sari Rasa Sambel Hejo. Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pihak manajemen cafe atas kinerja pelayanan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui perbaikan atas penanganan pelayanannya.

Penulis menyebarkan kuesioner bagi 50 responden dan mengadakan wawancara langsung dengan menggunakan metode *non probability* atau pemilihan nonrandom yang berupa *purposive sampling* (pengambilan sampel bertujuan) dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Penulis menggunakan uji korelasi *Rank Spearman* dengan program SPSS 13.0. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, maka didapat r_s sebesar 0,550 dengan alfa sebesar 0,01, yang terbukti bahwa terdapat pengaruh antara variabel pelayanan dan variabel kepuasan konsumen. Dimana jika dilihat dari koefisien determinasi (K_d) sebesar 0,3025, sedangkan sisanya 69,75% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Dari statistik uji, maka didapat hasil t hitung sebesar 6,52 dan setelah dibandingkan dengan t tabel diperoleh hasil 2,6385 dalam hal ini t hitung lebih besar daripada t tabel ($6,52 > 2,6385$) sehingga H_0 ditolak artinya ada pengaruh antara pelayanan dan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pelayanan dan kepuasan konsumen, maka kenaikan maupun penurunan salah satu dari kedua variabel tersebut akan menaikkan atau menurunkan variabel lainnya karena pengaruhnya positif.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Inti Pemasaran	8
2.2 Bauran Pemasaran.....	11

2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2.2.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	12
2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	18
2.3 Jasa.....	20
2.3.1 Pengertian Jasa.....	20
2.3.2 Karakteristik Jasa	21
2.3.3 Tingkatan/Klasifikasi Jasa	23
2.3.4 Proses Pembelian Jasa.....	25
2.3.5 Pemasaran Jasa dan Strategi Pemasaran Jasa	26
2.3.6 Manajemen Pemasaran Jasa.....	25
2.3.7 Kualitas Jasa.....	30
2.4 Kepuasan Konsumen	33
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	33
2.4.2 Pentingnya Kepuasan Konsumen/Pelanggan.....	34
2.4.3 Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	37
2.4.4 Harapan dan Kepuasan Pelanggan.....	38
2.5 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	43
2.6 Kerangka Pemikiran.....	44
2.6.1 Kualitas Pelayanan.....	44
2.6.2 Kepuasan Konsumen	45
2.6.3 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.....	46
2.6.4 Paradigma Penelitian	47
2.7 Hipotesis	48

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	49
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	49
3.1.2 Produk.....	50
3.2 Desain Penelitian	50
3.2.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	51
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.2.3 Metode Pengambilan Sampel	52
3.2.4 Populasi dan Jumlah Sampel	53
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	54
3.2.5.1 Analisis Korelasi <i>Rank Spearman</i>	55
3.2.5.2 Prosedur SPSS	55
3.3 Operasionalisasi Variabel	57
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas	60
3.4.1 Uji Validitas (<i>Validity</i>).....	60
3.4.2 Uji Reabilitas (<i>Reability</i>)	61

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Profil Responden.....	62
4.2 Kualitas Jasa yang Diberikan Oleh R.M. Sari Rasa Sambel Hejo....	65
4.3 Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	79
4.4 Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Sari Rasa Sambel Hejo	92

4.4.1 Uji Validitas dan Reabilitas	94
4.4.2 Uji Korelasi	95
4.4.3 Uji Hipotesis	97
BAB. V Simpulan dan Saran	
5.1 Simpulan	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran.....	11
Gambar 2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	17
Gambar 2.3 Proses Pembelian Jasa.....	26
Gambar 2.4 Tiga Jenis Pemasaran Dalam Industri Jasa	28
Gambar 2.5 <i>GAP's Model of Service Quality</i>	32
Gambar 2.6 Konsep Kepuasan Pelanggan	34
Gambar 2.7 Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan.....	39
Gambar 2.8 Paradigma Penelitian Kualitas Pelayanan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen	101

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Bobot Penilaian Berdasarkan Skala <i>Likert</i>	53
Tabel 3.2 Batas-batas Nilai Korelasi menurut Champion	56
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel	58
Tabel 4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.4 Komposisi Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	64
Tabel 4.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
Tabel 4.6 Penilaian Responden Mengenai Fasilitas Fisik Rumah Makan.....	65
Tabel 4.7 Penilaian Responden Mengenai Tata Ruang Rumah Makan.....	66
Tabel 4.8 Penilaian Responden Mengenai Kerapihan, Kebersihan serta Kenyamanan Rumah Makan.....	67
Tabel 4.9 Penilaian Responden Mengenai Kerapihan Kebersihan Karyawan	67
Tabel 4.10 Penilaian Responden Mengenai Lokasi Rumah Makan	68
Tabel 4.11 Penilaian Responden Mengenai Pelayanan Rumah Makan.....	69
Tabel 4.12 Penilaian Responden Mengenai Ketepatan Waktu Pelayanan	69
Tabel 4.13 Penilaian Responden Mengenai Kemudahan Karyawan untuk Dihubungi	70
Tabel 4.14 Penilaian Responden Mengenai Kesesuaian Layanan dengan Standar Rumah Makan.....	71
Tabel 4.15 Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kemampuan Pegawai	71

Tabel 4.16 Penilaian Responden Terhadap Respom Karyawan Dalam Menanggapi Perubahan Pesanan.....	72
Tabel 4.17 Penilaian Responden Terhadap Kecepatan Karyawan dalam Memberikan Pesanan	73
Tabel 4.18 Penilaian Responden Terhadap Ketrampilan Karyawan	73
Tabel 4.19 Penilaian Responden Terhadap Respon Karyawan dalam Menanggapi Keluhan	74
Tabel 4.20 Penilaian Responden Terhadap Kesopanan dan Keramahan Karyawan	75
Tabel 4.21 Penilaian Responden Terhadap Keamanan Kendaraan Saat Parkir...	76
Tabel 4.22 Penilaian Responden Terhadap Ketelitian Saat Menerima Pesanan .	77
Tabel 4.23 Penilaian Responden Terhadap Potongan Harga.....	77
Tabel 4.24 Penilaian Responden Terhadap Sikap Karyawan dalam Memberikan Informasi	78
Tabel 4.25 Penilaian Responden Terhadap Perhatian Karyawan dalam Memahami Kebutuhan Pelanggan	79
Tabel 4.26 Kepuasan Konsumen Terhadap Fasilitas Fisik Rumah Makan	80
Tabel 4.27 Kepuasan Konsumen Terhadap Tata Ruang Rumah Makan	80
Tabel 4.28 Kepuasan Konsumen Terhadap Kerapihan, Kebersihan dan Kenyamanan Rumah Makan.....	81
Tabel 4.29 Kepuasan Konsumen Terhadap Kerapihan Kebersihan Pegawai.....	81
Tabel 4.30 Kepuasan Konsumen Terhadap Lokasi Rumah Makan.....	82
Tabel 4.31 Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Rumah Makan	83

Tabel 4.32 Kepuasan Konsumen Terhadap Ketepatan Waktu Pelayanan	84
Tabel 4.33 Kepuasan Konsumen Terhadap Kemudahan Karyawan untuk Dihubungi	84
Tabel 4.34 Kepuasan Konsumen Terhadap Kesesuaian layanan dengan standar Rumah Makan.....	85
Tabel 4.35 Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Kemampuan Karyawan	86
Tabel 4.36 Kepuasan Konsumen Terhadap Respon Karyawan dalam Menanggapi Perubahan Pesanan.....	86
Tabel 4.37 Kepuasan Konsumen Terhadap Kecepatan Karyawan dalam Memberikan Pesanan	87
Tabel 4.38 Kepuasan Konsumen Terhadap Ketrampilan Karyawan.....	88
Tabel 4.39 Kepuasan Konsumen Terhadap Respon Karyawan dalam Menghadapi Keluhan.....	88
Tabel 4.40 Kepuasan Konsumen Terhadap Kesopanan dan Keramahan Karyawan	89
Tabel 4.41 Kepuasan Konsumen Terhadap Keamanan Kendaraan pada Saat Parkir.....	90
Tabel 4.42 Kepuasan Konsumen Terhadap Ketelitian dalam Menerima Pesanan	91
Tabel 4.43 Kepuasan Konsumen Terhadap Potongan Harga	91
Tabel 4.44 Kepuasan Konsumen Terhadap Sikap Karyawan dalam Memberikan Informasi	92

Tabel 4.45 Kepuasan Konsumen Terhadap Perhatian Karyawan dalam Memahami Kebutuhan Pelanggan	93
Tabel 4.46 Batas-batas Nilai Korelasi	96