

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
INTISARI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Lingkup Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1. Pengertian Pemasaran (<i>Marketing</i>)	9
2.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.3. Pengertian Jasa	14
2.3.1. Klasifikasi Jasa	15
2.3.2. Karakteristik Jasa	16
2.3.3. Kualitas Jasa	18

2.4. Pengertian Kualitas	19
2.5. Pengertian Kepuasan Konsumen	24
2.6. Dimensi Kualitas dan Perspektif terhadap Kualitas	28
2.7. Harapan Konsumen	34
2.8. Analisis Kesenjangan Kualitas Jasa (<i>SERVQUAL</i>)	35
2.9. Hipotesis Penelitian	38
2.10. Model Penelitian	41
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Sejarah singkat Rumah Makan Saung Kabayan	46
3.2. Struktur Organisasi Perusahaan	47
3.3. Desain Penelitian	50
3.4. Sampel dan Populasi	52
3.5. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran	53
3.6. Uji Validitas	54
3.7. Uji Reliabilitas	54
3.8. Metode Analisis Data	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden	59
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.2.1. Uji Validitas	62
4.2.2. Uji Reliabilitas	64
4.3. Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana	66
4.4. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	73
5.2. Implikasi Pemasaran	74
5.3. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Operasional Variabel	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4.6 Hasil Validitas	63
Tabel 4.7 Hasil Reliabilitas	65
Tabel 4.8 Analisis Regresi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	66
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Kepuasan Konsumen	26
Gambar 2.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	27
Gambar 2.3 Analisis Lima Kesenjangan	37
Gambar 2.4 Model Penelitian	45
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Rumah Makan Saung Kabayan	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Regresi

INTISARI

Jasa merupakan setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Dalam industri jasa, kualitas jasa merupakan salah satu hal yang penting. Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan atau kualitas jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Apabila konsumen merasa kualitas yang didapatnya tidak sesuai dengan yang diharapkan atau tidak memuaskan, kemungkinan besar konsumen tidak akan menggunakan jasa dari perusahaan tersebut lagi, bahkan mungkin konsumen tersebut akan membeli dari pesaing yang menawarkan kualitas yang lebih baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah lima dimensi pokok kualitas jasa yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Bandung dengan menggunakan 185 responden yang merupakan konsumen dari Rumah Makan Saung Kabayan. Karakteristik yang digunakan adalah karakteristik yang mudah diamati seperti jenis kelamin, usia, status, pekerjaan, pendapatan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi menggunakan SPSS versi 12.0, yang mana hasil uji regresi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen memperoleh hasil $Y_1 = 7,762 + 0,147x_1 - 0,072x_2 + 0,096x_3 + 0,455x_4 + 0,076x_5$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Sedangkan hasil *adjusted R square* 0,115 atau 11,5% dan sisanya sebesar 0,885 atau 88,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa kualitas jasa mempengaruhi kepuasan konsumen, akan tetapi pengaruhnya sangat kecil.

Kata kunci : Kualitas Jasa, Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Service is performance or action which offer to one people to another people, which it's intangible and inconsequently ownership to something. In service industry, service quality is one matter of important. Consumer will be feel satisfaction if they are to get good service or service quality or which accordance is expected. If consumer fell which get quality acquisition of disagree or dissatisfaction, maybe consumer didn't use service from company again, and maybe consumer will buy from competitor which offer best quality.

The aim research is to analyze what five fundamental dimension service quality is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence satisfaction of consumers. The research was held in Bandung with using 185 respondent who consumer from "Rumah Makan Saung Kabayan". The individual characteristic which is use is the one that is very easy to see such as gender, age, status, work, salary. The analysis method which is use is the simple regression analysis and data collection method which is use is the survey method.

In the research, the writer has done simple regression use SPSS Version 12.0, with the result regression test the service quality to satisfaction of consumers, get result of $Y_1 = 7,762 + 0,147x_1 + 0,072x_2 + 0,096x_3 + 0,455x_4 + 0,076x_5$ with significances 5%. While the adjust R square 0,115 or 11, 5% and the rest in 0,885 or 88, 5% is influenced by other factor. The all research, the writer can prove that service quality influence to job satisfaction, but influence is minimized.

Keyword: *Quality of Service, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Satisfaction of Consumer.*