

ABSTRAK

Dyna Widyaningsih, 2005 **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ilalang Restaurant and Coffee Shop Bandung**. Dibawah bimbingan Dr. Hamfri Djajadikerta SE.,MM

Dengan perkembangan pola ekonomi yang selalu berubah, seringkali mempengaruhi trend bisnis yang terjadi, dimana kini para pelaku bisnis tidak menjual produk (barang) saja, melainkan disertai dengan jasa. Salah satu bidang usaha jasa yang beberapa tahun ini berkembang cukup pesat adalah usaha di bidang makanan karena tidak terlalu dipengaruhi oleh perubahan ekonomi. Keadaan ini membuka peluang bagi pebisnis yang tertarik dalam bidang jasa makanan untuk menyediakan tempat yang khusus dan memadai serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen.

Ilalang Restaurant and Coffee Shop merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya jasa makanan. Ilalang Restaurant and Coffee Shop ini selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang berkualitas agar konsumennya mendapatkan kepuasan. Dimensi yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan ini adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, empati dan jaminan.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan survey konsumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*), dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang responden.

Untuk mempermudah pengolahan data, maka penulis menggunakan metode korelasi Rank Spearman dimana kualitas pelayanan merupakan variabel x dan kepuasan pelanggan merupakan variabel y.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ilalang Restaurant and Coffee Shop dinilai sudah baik, maka kepuasan konsumen pun akan terpenuhi. Sedangkan dari hasil perhitungan didapat nilai $r_s = 0,88$ hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan dari perhitungan uji signifikan dengan tingkat $\alpha = 5\%$ dan derajat bebas = 48 maka diperoleh $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ yaitu $12,8734 \geq 1,6772$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 yang menyatakan ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diterima. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 77,44% dan sisanya sebesar 22,56% dipengaruhi faktor yang lainnya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	5
1.6 Hipotesis	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Ruang Lingkup Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Konsep Inti Pemasaran	11
2.1.4 Bauran Pemasaran	12
2.2 Produk	13
2.2.1 Klasifikasi Produk	15
2.3 Ruang Lingkup Jasa	17
2.3.1 Bauran Pemasaran Jasa	18
2.3.2 Klasifikasi Jasa	20
2.3.3 Karakteristik Jasa	21
2.3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa	22
2.4 Kualitas	23

2.5 Kualitas Pelayanan	24
2.5.1 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	25
2.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	27
2.6 Kepuasan	29
2.6.1 Kepuasan Konsumen	30
2.6.2 Mengukur Kepuasan Konsumen	32
2.6.3 Strategi Kepuasan Konsumen	33
2.7 Restoran	36
2.7.1 Pengertian Restoran	36
2.7.2 Macam-macam Tipe Restoran	37
2.7.3 Cara Pelayanan Di Restoran	39
2.7.4 Kegiatan Operasional Dalam Restoran	41
2.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	43
BAB 3 OBJEK DAN METODE PENELITIAN	45
3.1 Objek Penelitian	45
3.1.1 Sejarah Singkat	45
3.1.2 Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas	47
3.1.3 Jenis Makanan dan Minuman Yang Dijual	53
3.2 Metode Penelitian	56
3.2.1 Rancangan Penelitian	56
3.2.2 Jenis dan Sumber Data	57
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	58
3.2.4 Metode Pengambilan Sampel	59
3.2.5 Analisis Data	60
3.2.6 Rancangan Pengujian Hipotesa	61
3.2.7 Operasional Variabel	63
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Di Ilalang Restaurant and Coffee Shop	68

4.2 Tujuan Pelayanan Ilalang Restaurant and Coffee Shop Terhadap Konsumen	70
4.3 Gambaran Umum / Profil Responden	71
4.4 Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Yang Telah Diterima	74
4.5 Tanggapan Konsumen Mengenai Kepuasan Secara Keseluruhan Setelah Menerima Pelayanan di Ilalang Restaurant and Coffee Shop	88
4.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen	92
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel	65
Tabel 4.1	Konsumen Ilalang Restaurant and Coffee Shop Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2	Konsumen Ilalang Restaurant and Coffee Shop Berdasarkan Usia	72
Tabel 4.3	Konsumen Ilalang Restaurant and Coffee Shop Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	73
Tabel 4.4	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kemegahan Eksterior dan Interior Ilalang Restaurant and Coffee Shop	74
Tabel 4.5	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kebersihan Ruang dan Fasilitas Ilalang Restaurant and Coffee Shop	75
Tabel 4.6	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Penampilan Karyawan Ilalang Restaurant and Coffee Shop	76
Tabel 4.7	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kecepatan Karyawan Ilalang Restaurant and Coffee Shop dalam Membantu Kesulitan	77
Tabel 4.8	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Keramahan Karyawan Ilalang Restaurant and Coffee Shop	78
Tabel 4.9	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kemudahan untuk Memanggil Karyawan Ilalang Restaurant and Coffee Shop	79
Tabel 4.10	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Keamanan Kendaraan Ketika Parkir di Ilalang Restaurant and Coffee Shop	80
Tabel 4.11	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kenyamanan Ketika Berada di Ilalang Restaurant and Coffee Shop	81
Tabel 4.12	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Keterampilan dan Kemampuan Karyawan Ilalang Restaurant and Coffee Shop	82
Tabel 4.13	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kecepatan serta Ketepatan Makanan dan Minuman Terhidang di Ilalang	83

Restaurant and Coffee Shop

Tabel 4.14	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kesiapan Karyawan Ilalang Restaurant and Coffee Shop	84
Tabel 4.15	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kejelasan Memberikan Informasi di Ilalang Restaurant and Coffee Shop	85
Tabel 4.16	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Perhatian Karyawan Ilalang Restaurant and Coffee Shop Dalam Menangani Setiap Keluhan	86
Tabel 4.17	Penilaian dan Tanggapan Konsumen Terhadap Kesopanan Karyawan Ilalang Restaurant and Coffee Shop	87
Tabel 4.18	Tanggapan Konsumen Pada Pernyataan “ Berdasarkan Pengalaman Akan Melakukan Kunjungan Kembali ke Ilalang Restaurant and Coffee Shop ”	88
Tabel 4.19	Tanggapan Konsumen Pada Pernyataan “Berdasarkan Pengalaman Akan Memberikan Informasi Yang Baik Mengenai Ilalang Restaurant and Coffee Shop	89
Tabel 4.20	Tanggapan Konsumen Pada Pernyataan “ Berdasarkan Pengalaman Tidak Terpengaruh Oleh Daya Tarik Restoran Lain”	90
Tabel 4.21	Tanggapan Konsumen Pada Pernyataan “ Berdasarkan Pengalaman Kualitas Pelayanan Yang Diterima Sudah Sesuai Dengan Harapan”	91
Tabel 4.22	Angka Kembar Variabel X	95
Tabel 4.23	Angka Kembar Variabel Y	95

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.	9
Bagan 2.1	Bauran Pemasaran	13
Bagan 2.2	Konsep Kepuasan Konsumen	31
Bagan 3.1	Struktur Organisasi Ilalang Restaurant and Coffee Shop	52