

ABSTRAK

Saat ini banyak industri jasa yang berkembang di Indonesia, salah satunya adalah jasa rumah makan. Oleh karena itu, pihak pengelola rumah makan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan para pesaing lainnya. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Adapun tujuan dari pengusaha adalah untuk mencapai kepuasan konsumen yang membuat perusahaan dapat terus beroperasi. Dengan kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat meningkat pula.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan kualitas pelayanan, tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di rumah makan, dan bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap dimensi kepuasan konsumen. Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap dimensi kepuasan konsumen di rumah makan Lumpia Semarang yang berlokasi di jalan Badak Singa No. 21 Bandung.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 220 responden yang makan ke rumah makan Lumpia Semarang. Karakteristik individu yang digunakan adalah karakteristik individu yang mudah diamati seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, frekuensi kunjungan, jam kunjungan dan sumber informasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi sederhana dimensi kualitas pelayanan terhadap dimensi kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh untuk dimensi kualitas *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap dimensi kepuasan pelanggan *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* adalah $Y = 8,401 + 0,03927X$; $Y = 8,317 + 0,06079X$; $Y = 8,827 + 0,01299X$; $Y = 10,069 - 0,128X$; dan $Y = 7,443 + 0,155X$ dengan $\alpha = 0,05$, yang artinya untuk dimensi *assurance* dan *emphaty* H_1 diterima karena $\alpha < 0,05$ yaitu 0,008 dan 0,009 artinya dimensi kualitas pelayanan *assurance* dan *emphaty* mempengaruhi dimensi kepuasan konsumen *assurance* dan *emphaty*. Sedangkan dimensi lainnya yaitu *tangibles*, *reliability*, dan *responsiveness* H_0 ditolak karena $\alpha > 0,05$ yaitu 0,171, 0,256, dan 0,741 artinya dimensi kualitas *tangibles*, *reliability*, dan *responsiveness* tidak mempengaruhi dimensi kepuasan konsumen *tangibles*, *reliability*, dan *responsiveness*. Dilihat dari nilai α yang sebagian besar lebih dari 0,05 ($\alpha > 0,05$), maka hipotesis akan ditolak, yang berarti tidak adanya hubungan antara dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi dimensi kepuasan konsumen.

Dengan demikian ternyata dimensi kepuasan konsumen di rumah makan Lumpia Semarang tidak dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak pengelola rumah makan tersebut. Oleh karena itu, rumah makan Lumpia Semarang harus dapat meningkatkan dan mempertahankan dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh (*assurance* dan *emphaty*) serta memperbaiki dimensi yang dianggap tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan (*tangibles*, *reliability*, dan *responsiveness*).

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Hipotesis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	10
2.2.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	11
2.3 Produk.....	14
2.3.1 Pengertian Produk.....	14
2.3.2 Tingkatan Produk.....	14
2.3.3 Klasifikasi Produk.....	15
2.4 Jasa.....	16
2.4.1 Pengertian Jasa.....	16
2.4.2 Karakteristik Jasa.....	17

2.4.3 Klasifikasi Jasa.....	18
2.5 Kualitas Jasa.....	20
2.5.1 Pengertian Kualitas Jasa.....	20
2.5.2 Persepsi Kualitas Jasa.....	20
2.5.3 Dimensi Kualitas Jasa.....	21
2.5.4 Model Kualitas Jasa.....	23
2.5.5 Faktor-Faktor Penyebab Kualitas Jasa Yang Buruk.....	24
2.5.6 Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa.....	25
2.6 Kepuasan Pelanggan.....	27
2.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	27
2.6.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	25
2.6.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	30
2.6.4 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	32
2.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Objek Penelitian.....	35
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	35
3.1.2 Jenis Produk Yang Dijual	
Rumah Makan Lumpia Semarang Bandung.....	36
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Jabatan.....	41
3.1.4 Kegiatan Usaha Rumah Makan Lumpia Semarang.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.2.1 Desain Penelitian.....	44
3.2.2 Metode Populasi dan Teknik Sampling.....	45
3.2.3 Prosedur dan Pengumpulan Data.....	45
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	45

3.2.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.2.4 Operasional Variabel.....	46
3.2.5 Uji Validitas.....	49
3.2.6 Uji Reliabilitas.....	50
3.2.7 Metode Analisa Data.....	52
3.2.7.1 Analisis Regresi.....	53
3.2.8 Langkah Penelitian.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
4.2.1 Uji Validitas.....	65
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	68
4.3 Tanggapan Responden terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Lumpia Semarang Bandung.....	69
4.4 Tanggapan Responden terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Lumpia Semarang Bandung.....	79
4.5 Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana.....	83
4.6 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Implikasi Manajemen.....	96
5.3 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.4.1	Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	63
Tabel 4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Kunjungan.....	63
Tabel 4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	65
Tabel 4.2.1	Uji Validitas.....	66
Tabel 4.3.1	Peralatan yang Modern.....	69
Tabel 4.3.2	Fasilitas Fisik yang Menarik Secara Visual.....	70
Tabel 4.3.3	Materi Pelayanan yang Menarik Secara Visual.....	71
Tabel 4.3.4	Pelayanan yang Tepat Sejak Awal.....	72
Tabel 4.3.5	Pelayanan Sesuai dengan Waktu yang Dijanjikan.....	73
Tabel 4.3.6	Karyawan Memberitahukan Kapan Layanan akan Diberikan.....	74
Tabel 4.3.7	Karyawan Selalu Bersedia Membantu Konsumen.....	75
Tabel 4.3.8	Karyawan Menghitung Bon Pembayaran dengan Teliti dan Jujur.....	76
Tabel 4.3.9	Karyawan Memiliki Pengetahuan Memadai untuk Menjawab Konsumen.....	77
Tabel 4.3.10	Karyawan Melayani Sesuai dengan Keinginan Konsumen.....	78
Tabel 4.3.11	Karyawan Siap Melayani Ketika Dipanggil/Dibutuhkan Konsumen.....	79
Tabel 4.4.1	Semestinya Rumah Makan Lumpia Semarang Memiliki Peralatan yang Modern.....	80
Tabel 4.4.2	Semestinya Fasilitas Fisik di Rumah Makan Lumpia Semarang Menarik Secara Visual.....	80
Tabel 4.4.3	Semestinya Karyawan Mengganti Makanan	

	Jika Tidak Sesuai Dengan Keinginan Konsumen.....	81
Tabel 4.4.4	Semestinya Ketika Konsumen Datang, Karyawan Langsung Mencarikan Tempat Duduk dan Memberikan Menu Makanan.....	81
Tabel 4.4.5	Semestinya Karyawan Melayani Konsumen dengan Cepat.....	81
Tabel 4.4.6	Semestinya Karyawan Rumah Makan Lumpia Semarang Selalu Bersedia Membantu Konsumen.....	82
Tabel 4.4.7	Semestinya Karyawan Menghitung Bon Pembayaran dengan Teliti dan Jujur.....	82
Tabel 4.4.8	Semestinya Karyawan Sopan Kepada Konsumen.....	82
Tabel 4.4.9	Semestinya Karyawan Melayani Sesuai dengan Keinginan Konsumen.....	83
Tabel 4.4.10	Semestinya Karyawan Memahami Kebutuhan Spesifik Konsumen.....	83
Tabel 4.5.1	Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan <i>Tangibles</i> terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen <i>Tangibles</i>	84
Tabel 4.5.2	Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan <i>Reliability</i> terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen <i>Reliability</i>	85
Tabel 4.5.3	Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan <i>Responsiveness</i> terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen <i>Responsiveness</i>	85
Tabel 4.5.4	Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan <i>Assurance</i> terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen <i>Assurance</i>	86
Tabel 4.5.5	Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan <i>Emphaty</i> terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen <i>Emphaty</i>	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.5.1	Paradigma Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Lumpia Semarang Bandung.....	7
Gambar 2.6.2.1	Bagan Konsep Kepuasan Konsumen.....	29
Gambar 3.1.3	Bagan Struktur Organisasi Rumah Makan Lumpia Semarang Bandung.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Hasil Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Hasil Regresi
Lampiran 4	Frekuensi Karakteristik Responden
Lampiran 5	Frekuensi Pernyataan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Lumpia Semarang Bandung