

ABSTRAKSI

Setiap perusahaan akan berusaha untuk meraih pangsa pasar yang lebih besar dari yang berhasil diraihnya sekarang ini. Persaingan antar perusahaan semakin berkembang menuju pada persaingan harga dan non harga. Salah satunya adalah pemenuhan motif beli konsumen, yaitu dimana setiap perusahaan harus memperhatikan alasan-alasan yang dimiliki konsumen dalam memilih tempat tertentu untuk melakukan proses pembelian.

Melihat hal-hal tersebut diatas, maka Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met berusaha melaksanakan pemenuhan motif beli konsumen yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada penelitian ini, diteliti unsur-unsur sebagai berikut :

1. Lokasi perusahaan
2. Area parkir
3. Desain
4. Suasana
5. Keamanan
6. Jasa yang ditawarkan
7. Karyawan / karyawan
8. Jam pelayanan
9. Harga
10. Periklanan

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode verifikatif dan deskriptif, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang telah mengunjungi Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met. Penyebaran dimaksudkan untuk memperoleh data yang kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan bantuan alat statistik.

Data yang diperoleh, dianalisis dengan menggunakan korelasi rank spearman dan uji hipotesa. Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil r_s sebesar **0,811545666** yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara motif beli konsumen dengan kepuasan konsumen di Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met. Penelitian ini memberi kesimpulan umum bahwa upaya pemenuhan motif beli konsumen terlaksana dengan baik dan motif beli konsumen tersebut berpengaruh cukup besar terhadap kepuasan konsumen, hal ini ditunjukkan oleh besarnya K_d sebesar **65,61%**.

Kegiatan yang dilaksanakan perusahaan secara umum sudah mencerminkan tanggapan perusahaan terhadap apa yang sebenarnya menjadi alasan konsumen untuk mengunjungi restaurant tersebut. Hendaknya pelaksanaan pemenuhan motif beli konsumen di Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met dapat lebih ditingkatkan di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesa.....	6
1.6 Metode Penelitian.....	11
1.6.1 Variabel penelitian.....	11
1.6.2 Teknik pengumpulan data.....	12
1.6.3 Teknik pengolahan data.....	12
1.7 Lokasi Penelitian.....	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.2 Pengertian Motif Beli Konsumen.. ..	15
2.3 Unsur-unsur Motif Beli Konsumen.....	20
2.3.1 Lokasi Perusahaan.....	21
2.3.2 Tempat Parkir.....	21
2.3.3 Desain.....	22
2.3.4 Suasana.....	23
2.3.5 Keamanan.....	24
2.3.6 Jasa.....	24
2.3.7 Karyawan.....	25
2.3.8 Jam Pelayanan.....	26
2.3.9 Harga.....	26
2.3.10 Periklanan.....	27
2.4 Proses Keputusan Pembelian.....	29
2.5 Kepuasan Konsumen.....	35
2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	35
2.5.2 Kepentingan dan Manfaat Kepuasan Konsumen.....	37
2.5.3 Konsumen yang Merasa Puas.....	38
2.5.4 Konsumen yang Kurang Puas.....	39
2.5.5 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	41
2.6 Hubungan Pemenuhan Motif Beli Konsumen dengan Kepuasan Konsumen.....	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Objek Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian yang Digunakan.....	45
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....	50
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	51
3.7.1 Koefisien Korelasi Spearman.....	52
3.7.2 Angka Kembar.....	53
3.7.3 Koefisien Determinasi.....	54
3.7.4 Rancangan Uji Hipotesa.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met.....	57
4.1.1 Sejarah Singkat Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met.....	57
4.1.2 Kegiatan Usaha Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met.....	58
4.1.3 Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Perusahaan.....	60
4.1.4 Struktur Organisasi.....	60
4.2 Analisis Motif Beli Konsumen dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen.....	67
4.2.1 Analisis Identitas Responden.....	67
4.2.2 Pendapat Responden.....	72

	Halaman
4.2.2.1 Lokasi.....	72
4.2.2.2 Tempat Parkir.....	73
4.2.2.3 Desain.....	74
4.2.2.4 Suasana.....	76
4.2.2.5 Keamanan.....	78
4.2.2.6 Jasa yang Ditawarkan.....	79
4.2.2.7 Karyawan / Karyawati.....	81
4.2.2.8 Jam Pelayanan.....	84
4.2.2.9 Harga.....	85
4.2.2.10 Periklanan.....	86
4.2.3 Kepuasan Konsumen.....	87
4.2.3.1 Lokasi.....	87
4.2.3.2 Tempat Parkir.....	88
4.2.3.3 Desain.....	89
4.2.3.4 Suasana.....	91
4.2.3.5 Keamanan.....	93
4.2.3.6 Jasa yang Ditawarkan.....	94
4.2.3.7 Karyawan / Karyawati.....	96
4.2.3.8 Jam Pelayanan.....	99
4.2.3.9 Harga.....	100
4.2.3.10 Periklanan.....	101
4.3 Analisa Hipotesa.....	102

	Halaman
4.3.1 Angka Kembar.....	105
4.3.2 Koefisien Korelasi Spearman.....	106
4.3.3 Koefisien Determinasi.....	107
4.3.4 Kriteria Pengujian Dua Pihak.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

NO	JUDUL TABEL	HALAMAN
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	47
Tabel 3.2	Derajat Hubungan dan Penafsirannya.....	56
Tabel 4.1	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2	Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3	Komposisi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
Tabel 4.4	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	70
Tabel 4.5	Komposisi Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	71
Tabel 4.6	Pendapat Responden terhadap Lokasi.....	72
Tabel 4.7	Pendapat Responden terhadap Tempat Parkir.....	73
Tabel 4.8	Pendapat Responden terhadap Interior Restaurant.....	74
Tabel 4.9	Pendapat Responden terhadap Tata Lampu.....	75
Tabel 4.10	Pendapat Responden terhadap Penataan Tempat Duduk.....	76
Tabel 4.11	Pendapat Responden terhadap Kebersihan Toilet.....	77
Tabel 4.12	Pendapat Responden terhadap Keamanan.....	78
Tabel 4.13	Pendapat Responden terhadap Pertunjukan Musik.....	79
Tabel 4.14	Pendapat Responden terhadap Layanan Antar.....	80
Tabel 4.15	Pendapat Responden terhadap Keramahan Karyawan / Karyawati.....	81
Tabel 4.16	Pendapat Responden terhadap Pelayanan Karyawan / Karyawati.....	82
Tabel 4.17	Pendapat Responden terhadap Penampilan Karyawan / Karyawati.....	83
Tabel 4.18	Pendapat Responden terhadap Lamanya Waktu Buka.....	84
Tabel 4.19	Pendapat Responden terhadap Harga.....	85

NO	JUDUL TABEL	HALAMAN
Tabel 4.20	Pendapat Responden terhadap Iklan di Media Massa.....	86
Tabel 4.21	Kepuasan Konsumen terhadap Lokasi.....	87
Tabel 4.22	Kepuasan Konsumen terhadap Tempat Parkir.....	88
Tabel 4.23	Kepuasan Konsumen terhadap Interior Restaurant.....	89
Tabel 4.24	Kepuasan Konsumen terhadap Tata Lampu.....	90
Tabel 4.25	Kepuasan Konsumen terhadap Penataan Tempat Duduk.....	91
Tabel 4.26	Kepuasan Konsumen terhadap Kebersihan Toilet.....	92
Tabel 4.27	Kepuasan Konsumen terhadap Keamanan.....	93
Tabel 4.28	Kepuasan Konsumen terhadap Pertunjukan Musik....	94
Tabel 4.29	Kepuasan Konsumen terhadap Layanan Antar.....	95
Tabel 4.30	Kepuasan Konsumen terhadap Keramahan Karyawan / Karyawati.....	96
Tabel 4.31	Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Karyawan / Karyawati.....	97
Tabel 4.32	Kepuasan Konsumen terhadap Penempilan Karyawan / Karyawati.....	98
Tabel 4.33	Kepuasan Konsumen terhadap Lamanya Waktu Buka.....	99
Tabel 4.34	Kepuasan Konsumen terhadap Harga.....	100
Tabel 4.35	Kepuasan Konsumen terhadap Iklan di Media Massa.....	101
Tabel 4.36	Perhitungan Rank Spearman.....	102
Tabel 4.37	Perhitungan Angka Kembar Skor X dan Skor Y.....	105

DAFTAR GAMBAR

NO	JUDUL GAMBAR	HALAMAN
Gambar 1.1	Skema Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 2.1	Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	34
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Keterangan Jawaban Variabel X
3. Keterangan Jawaban Variabel Y
4. Surat Pernyataan
5. Surat Penelitian
6. Berita Acara Bimbingan
7. Riwayat Hidup
8. Tabel t
9. Foto-foto Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met