

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan untuk menggambarkan kepuasan konsumen Rumah Makan “X” di Kota Bandung. Subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen Rumah Makan “X” di Kota Bandung dengan karakteristik konsumen yang pernah membeli produk di Rumah Makan “X” dan berusia minimal 17 tahun.

Penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling dengan jumlah sample 100 orang. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan teknik survei dan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Alat ukur yang digunakan dibuat oleh penulis, dengan berlandaskan dari teori menurut Valerie. A. Zeithaml berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Alat ukur terdiri dari 44 item.

Pengujian validitas menggunakan Correlation Coefficient Spearman dan diketahui bahwa 44 item valid ($r \geq 0,3$) dengan rentang validitas expected service sebesar 0,318 – 0,793 dan perceived service sebesar 0,310 – 0,794. Pengujian reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach (α) dengan bantuan SPSS versi 16.0 dengan reliabilitas expected service sebesar 0,964 dan perceived service sebesar 0,850 keduanya tergolong tinggi. Diperoleh data bahwa dari 100 responden sebanyak 95 responden (95%) merasa tidak puas dan 5 responden merasa sangat puas (5%) terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan “X”.

Kesimpulannya yaitu mayoritas konsumen Rumah Makan “X” merasa tidak puas terhadap pelayanan Rumah Makan “X”. Peneliti berikutnya disarankan untuk lebih menggali faktor-faktor yang memiliki kecenderungan keterkaitan dengan kualitas pelayanan jasa. Peneliti menyarankan kepada Rumah Makan “X” untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles)

Abstract

This study was conducted to describe the consumer satisfaction toward Rumah Makan "X" in Bandung. Subjects in this research is consumers at Rumah Makan "X" Bandung with the characteristics of consumers who ever bought a product in Rumah Makan "X" and at least 17 years old.

This research uses accidental sampling with total sample 100 people. The method used is descriptive by using survey techniques and data collection using questionnaires. Measuring instruments were made by the author, based on the theory according to Valerie. A. Zeithaml is based on 5 dimensions of service quality are reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. Measuring instrument consists of 44 items.

Testing the validity of using Spearman's Correlation Coefficient and known that 44 are valid ($r \geq 0.3$) with range expected validity 0,318 – 0,793 and perceived validity 0,310 – 0,794 . Reliability testing using Alpha Cronbach (α) with SPSS version 16.0 with the reliability expected service 0.964 and perceived service 0.850 and both of them are high. Data showed that from 100 respondents, respondents (95%) were dissatisfied and 5 respondents were very satisfied (5%) on the quality of service Rumah Makan "X".

The conclusion is, majority of consumers Rumah Makan "X" were not satisfied with the service Rumah Makan "X". The next researchers advised to further explore the factors that have a tendency correlation with service quality. Researchers suggest Rumah Makan "X" to improve the quality of service (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN PENELITIAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Teoretis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5 Kerangka Pikir.....	7
1.6 Asumsi Penelitian.....	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.2 Tingkat Kepuasan Konsumen.....	15
2.2 Jasa.....	16
2.2.1 Definisi Jasa.....	16
2.2.2 Kualitas Jasa.....	18
2.2.3 Model Kualitas Jasa.....	22
2.2.4 Dimensi Kualitas Jasa.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1. Rancangan Penelitian.....	24
3.2. Bagan Rancangan Prosedur Penelitian.....	24
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	24
3.3.1 Variabel Penelitian.....	24
3.3.2 Definisi Operasional.....	25
3.4 Alat Ukur.....	26
3.4.1 Alat Ukur Kepuasan Konsumen.....	26
3.4.2 Kisi-kisi Alat ukur.....	26
3.4.3 Data Penunjang.....	29
3.4.4 Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.4.4.1 Uji Validitas.....	30
3.4.4.2 Reliabilitas Alat Ukur.....	30
3.5 Populasi dan Teknik Sampeling.....	31
3.5.1 Populasi Sasaran.....	31

3.5.2	Karakteristik Sampel.....	31
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Hasil Penelitian.....	33
4.1.1	Kepuasan Konsumen Secara Umum.....	33
4.1.2	Kepuasan Konsumen dari Kelima Dimensi.....	34
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	35
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		44
5.1	Simpulan.....	44
5.2	Saran.....	44
5.2.1	Saran Teoretis.....	44
5.2.2	Saran Praktis.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....		46
DAFTAR RUJUKAN.....		47
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur.....	26
Tabel 3.2 Sistem Penilaian.....	28
Tabel 3.6 Kriteria Tingat Kepuasan Konsumen.....	32
Tabel 4.1 Kepuasan konsumen di rumah makan “X” di Kota Bandung secara umum.....	33
Tabel 4.2 Kepuasan Konsumen Rumah makan “X” di Kota Bandung Ditinjau dari Lima Dimensi	34



DAFTAR BAGAN

Bagan1.1 Kerangka Pikir.....	13
Bagan 3.1. Prosedur Penelitian.....	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	ALAT UKUR.....	L-1
	Lampiran 1.1 Kisi – Kisi Alat Ukur Kepuasan Konsumen.....	L-2
	Lampiran 1.2 Alat Ukur Data Penunjang.....	L-12
	Lampiran 1.3 Kisi – Kisi Data Penunjang.....	L-14
Lampiran II	HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	L-15
	Lampiran 2.1 Validitas Alat Ukur <i>Expected Service</i>	L-15
	Lampiran 2.2 Validitas Alat Ukur <i>Perceived Service</i>	L-16
	Lampiran 2.3 Hasil Reliabilitas Alat Ukur <i>Expected Service</i>	L-27
	Lampiran 2.4 Hasil Reliabilitas Alat Ukur <i>Perceived Service</i>	L-29
Lampiran III	ANALISIS GAP SECARA UMUM DAN PER DIMENSI.....	L-18
	Lampiran 3.1 Analisis GAP Secara Umum.....	L-18
	Lampiran 3.2 Analisis GAP <i>Tangible</i>	L-20
	Lampiran 3.3 Analisis GAP <i>Reliability</i>	L-23
	Lampiran 3.4 Analisis GAP <i>Assurance</i>	L-25
	Lampiran 3.5 Analisis GAP <i>Responsiveness</i>	L-28
	Lampiran 3.6 Analisis GAP <i>Emphaty</i>	L-30
Lampiran IV	TINGKAT KEPUASAN 5 DIMENSI KUALITAS LAYANAN JASA....	L-33
	Lampiran 4.1 Tingkat Kepuasan Pada Dimensi <i>Tangible</i>	L-33
	Lampiran 4.2 Tingkat Kepuasan pada Dimensi <i>Reliability</i>	L-33
	Lampiran 4.3 Tingkat Kepuasan pada Dimensi <i>Assurance</i>	L-33

Lampiran 4.4 Tingkat Kepuasan pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	L-34
Lampiran 4.5 Tingkat Kepuasan pada Dimensi <i>Emphaty</i>	L-34
Lampiran V TABULASI SILANG ANTARA YANG MEMPENGARUHI <i>EXPECTED SERVICE DAN PERCEIVED</i>	L-34
Lampiran 5.1 Tabulasi Silang Antara Faktor <i>Personal Needs</i> dengan Hasil Penelitian.....	L-34
Lampiran 5.2 Tabulasi silang antara <i>Perceived Service Alternatives</i> dengan Hasil Penelitian.....	L-35
Lampiran 5.3 Tabulasi silang antara <i>Self Perceived Role</i> dengan Hasil Penelitian.....	L-35
Lampiran 5.4 Tabulasi silang antara <i>Word of Mouth Communications</i> dengan Hasil Penelitian.....	L-36
Lampiran 5.5 Tabulasi silang antara <i>Past Experience</i> dengan Hasil Penelitian.....	L-36
Lampiran 5.6 Tabulasi silang antara <i>Situational Factor</i> dengan Hasil Penelitian.....	L-37
Lampiran 5.7 Tabulasi silang antara <i>Service Encounters</i> dengan Hasil Penelitian.....	L-37
Lampiran 5.8 Tabulasi silang antara <i>Evidence of Service</i> dengan Hasil Penelitian.....	L-38
Lampiran 5.9 Tabulasi Silang <i>Price</i> dengan Hasil Penelitian	L-38

LAMPIRAN VI TABULASI SILANG ANTARA DATA DEMOGRAFIS DENGAN
HASIL PENELITIAN

Lampiran 6.1 Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Hasil

Penelitian.....L-38

Lampiran 6.2 Tabulasi Silang antara Umur dengan Hasil Penelitian.....L-39

Lampiran 6.3 Tabulasi Silang antara Jumlah Kunjungan dengan Hasil

Penelitian.....L-39

Lampiran 6.4 Tabulasi Silang antara Pekerjaan dengan Hasil

Penelitian..... L-40

LAMPIRAN VII ANALISIS ITEM

Lampiran 7.1 Skoring *Total Expected* dan *Perceived Service* Per It..... L-40

Lampiran 7.2 Analisis Item Dimensi *Tangible*.....L-43

Lampiran 7.3 Analisis Item Dimensi *Rliability*.....L-44

Lampiran 7.4 Analisis Item Dimensi *Assurance*..... L-45

Lampiran 7.5 Analisis Item Dimensi *Responsiveness*..... L-46

Lampiran 7.4 Analisis Item Dimensi *Emphaty*.....L-47

LAMPIRAN VIII GAMBARAN RESPONDEN

Lampiran 8.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... L-47

Lampiran 8.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia L-47

Lampiran 8.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan..... L-48

Lampiran 8.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan..... L-48