

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa di restoran "X" di Bandung. Responden yang diteliti adalah konsumen restoran "X" yang berjumlah 50 orang. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan penelitian deskriptif dengan teknik survey.

*Alat ukur yang digunakan merupakan modifikasi peneliti dari alat ukur SERVQUAL yang dikembangkan oleh Valerie A. Zeithaml. alat ukur yang digunakan untuk menjangkau kepuasan konsumen terdiri dari dua bagian yaitu *perceived service* dan *expected service* yang berjumlah 35 item. Data yang diperoleh diolah menggunakan uji korelasi Rank Spearman dan Alpha Cronbach dengan program SPSS 13. Berdasarkan hasil uji validitas item *perceived service* berkisar antara 0,272 sampai 0,907 dan validitas item *expected service* berkisar antara 0,058 sampai 0,873, Sedangkan hasil reliabilitas item *perceived service* adalah 0,747 dan reliabilitas item *expected service* adalah 0,738.*

*Berdasarkan pengolahan data secara statistik maka didapat hasil 92% konsumen merasa tidak puas dan 8% merasa puas terhadap kualitas pelayanan jasa restoran "X". Kesimpulan yang diperoleh adalah sebagian besar konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan jasa restoran "X" dan terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *emphaty*.*

*Peneliti mengajukan saran agar pihak restoran "X" meningkatkan kualitas fasilitas fisik yang ada. Selain itu sebaiknya pelayan diberikan *training customer satisfaction* dan *training on the job* mengenai cara memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
1.6 Asumsi Penelitian	19

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Konsumen	20
2.1.1 Definisi	20
2.1.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	20
2.2 Jasa	24
2.2.1 Definisi Jasa	24
2.2.2 Kualitas Jasa	27
2.2.3 Model Kualitas Jasa	32
2.2.4 Dimensi Kualitas Jasa	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	35
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi operasional	36
3.2.1 Variabel Penelitian	36
3.2.2 Definisi Operasional	36
3.3 Alat Ukur Penelitian	37
3.3.1 Alat Ukur Kepuasan Konsumen	37
3.3.2 Data Penunjang	40
3.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	42
3.4.1 Validitas Alat Ukur	42
3.4.2 Reliabilitas Alat Ukur	44
3.5 Populasi Sasaran & Teknik Sampling	45
3.5.1 Populasi Sasaran	45

3.5.2	Karakteristik Sampel	46
3.5.3	Teknik Sampling	46
3.6	Teknik Analisis	47

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL

4.1	Gambaran Responden	48
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Rentang Usia	48
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan	49
4.2	Hasil Penelitian	50
4.2.1	Tingkat Kepuasan Konsumen	50
4.2.2	Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi <i>Tangible</i>	51
4.2.3	Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi <i>Reliability</i>	51
4.2.4	Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi <i>Assurance</i>	52
4.2.5	Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	53
4.2.6	Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi <i>Emphaty</i>	54
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	65
5.2.1	Saran Teoritis	65
5.2.2	Saran Praktis	66

DAFTAR PUSTAKA 68

DAFTAR RUJUKAN 69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur	38
Tabel 3.2 Sistem Penilaian	39
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Data Penunjang	41
Tabel 3.4 Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen	47
Table 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Rentang Usia	48
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan	49
Tabel 4.5 Tingkat Kepuasan Konsumen	50
Table 4.6 Tingkat Kepuasa Konsumen Pada Dimensi <i>Tangibility</i>	51
Tabel 4.7 Tingkat Kepuasa Konsumen Pada Dimensi <i>Reliability</i>	51
Tabel 4.8 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi <i>Assurance</i>	52
Tabel 4.9 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	53
Tabel 4.10 Tingkat Kepuasa Konsumen Pada Dimensi <i>Emphaty</i>	54

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran	18
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Alat Ukur

Lampiran 2 Validitas dan Realibilitas Alat Ukur

Lampiran 3 Data *Perceived Service* dan *Expected Service*

Lampiran 3.1 Data *Perceived Service*

Lampiran 3.2 Data *Expected Service*

Lampiran 4 Kepuasan Konsumen Secara Umum

Lampiran 5 Tingkat Kepuasan Dengan Tiap Dimensi

Lampiran 5.1 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Tangibility*

Lampiran 5.2 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Reliability*

Lampiran 5.3 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Assurance*

Lampiran 5.4 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Responsiveness*

Lampiran 5.5 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Emphaty*

Lampiran 6 Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan Dengan Data Penunjang

Lampran 7 Data Analisis Item Dari Konsumen Restoran "X"

Lampiran 8 Tabulasi Silang Dimensi Dengan Data Pribadi

Lampiran 9 *Company Profile*