

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN
PADA RESTORAN CEPAT SAJI MC DONALD'S
CABANG PONDOK BAMBU**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Program Studi Manajemen Pemasaran

Diajukan oleh :

Nama : YUNIA HARYANI
NIM : 03410072



JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2007

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : YUNIA HARYANI
NIM : 03410072
Program Studi : (S-1) Ekonomi
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Mc
Donald's Cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur

Ditelaah dan diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia pengujian skripsi.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

(Firsan Nova, SE. MIM)

9/8/8



Jakarta, Agustus 2007

Mengetahui,
Pembimbing I

Suharto

(Suharto, PhD)

Pembimbing II

Hanny Nurlatifah

(Hanny Nurlatifah, Spi. MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yunia Haryani
NIM : 03410072
Program Studi : (S-1) Ekonomi
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 16 Agustus 2007 di hadapan pembimbing dan penguji di bawah ini.

Pembimbing


Suharto, Phd

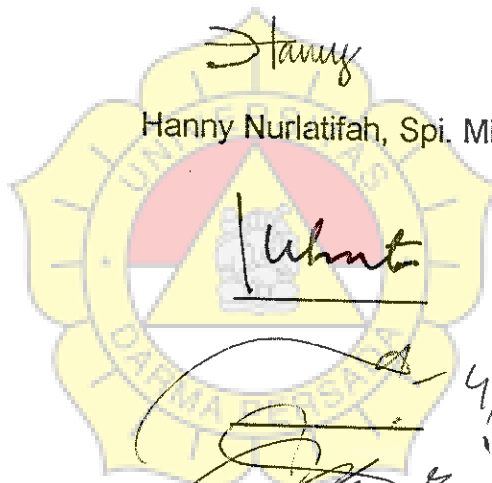

Hanny Nurlatifah, Spi. MM

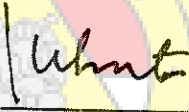
Tim Penguji

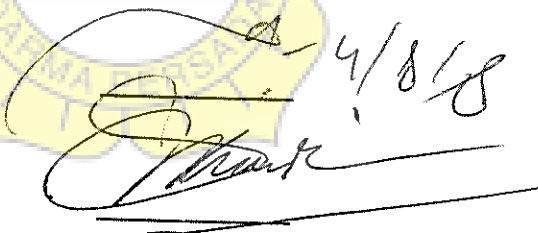
Ketua : Suharto, Phd

Anggota : Firsan Nova, SE, MM

Sukardi, SE






4/8/08

Jakarta, 16 Agustus 2007
Universitas Darma Persada
Program Sarjana Ekonomi (S-1)

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Fauzi Baisyir, MM.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Puji syukur Alhamdulillah atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya yang selalu mengiringi setiap rangkaian penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program studi Manajemen Pemasaran Universitas Darma Persada, Jakarta.

Pada kesempatan ini Penulis mengambil judul "Analisis Kepuasan Konsumen pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu". Selama pelaksanaan hingga tersusunnya skripsi ini, Penulis telah banyak mendapatkan bantuan, dukungan, bimbingan serta pengarahan. Untuk itu Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Suharto, PhD selaku Pembimbing Materi, Hanny Nurlatifah, Spi., MM selaku Pembimbing Teknis, Firsan Nova, SE, MM selaku Ketua Jurusan sekaligus Pembimbing Akademik, Dini Rahayu, SE selaku Sekretaris Jurusan serta segenap civitas akademika Universitas Darma Persada.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga Penulis sampaikan kepada E. Prasetio, SE selaku Manager Mc Donald's cabang Pondok Bambu beserta Crew yang telah meluangkan waktu, pikiran dalam membantu Penulis untuk melakukan penelitian. Kepada kedua orang tua Penulis Dadi Gunadi, Spd dan lis Rohayati, Spd beserta adik tercinta Aditya Cahya Nugraha dan Dita Apriyani yang telah memberikan doa, dukungan, baik dukungan moril maupun materil.

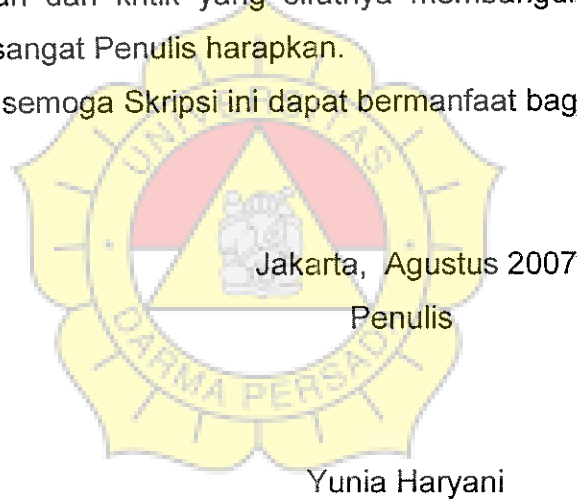
Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Dede Alamsyah, SE yang telah mencurahkan waktu, saran, doa, bantuan, dorongan dan kasih sayang yang diberikan kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Tak lupa kepada sahabat-sahabat Fitri, Nadia, April,

Dewi, Rahma, Ferry, Riana, Mami, Eri, Anggi, a'a David, Nanang, Daus, Joko, Dimas, Abang Adri, Anna, Nita, Maria, Bude, Ipung, Felix, Baby, Adi, Sofa, Otis, Made dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas dukungan dan bantuannya.

Ucapan terima kasih juga ingin Penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat yang tak pernah dilupakan yaitu Tari, Radita, Ajeng, Jusma, K'irwan, Beler dan Teman-teman di PT. Merpati Nusantara Airlines (MNA) yang telah banyak memberikan bantuan serta pengertian sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidaklah luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan Skripsi ini sangat Penulis harapkan.

Akhir kata, Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi segenap Pembaca sekalian.



ABSTRAK

YUNIA HARYANI, NIM : 03410072, Judul Penelitian : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur, di bawah bimbingan Suharto dan Hanny Nurlatifah.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Tingkat Harapan Konsumen mengenai Pelayanan pada restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu dan untuk mengetahui Persepsi Kinerja pada restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok bambu, Jakarta Timur menurut Teori Zeithaml dan Cronin & Taylor.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode SERVQUAL untuk menjawab perumusan masalah mengenai bagaimana kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Mc Donald's cabang Ponok bamboo serta penilaian kepuasan konsumen menggunakan kuesioner yang terdiri dari profil konsumen, tingkat harapan dan tingkat persepsi kinerja pada kualitas pelayanan. Setelah diketahui kualitas pelayanan tersebut maka akan dihitung dengan menggunakan metode SERVQUAL menurut Zeithaml dan Cronin & Taylor.

Dari hasil penelitian berdasarkan Teori Zeithaml dan Cronin & Taylor berbanding terbalik, pada analisis SERVQUAL berdasarkan Teori Zeithaml dari keseluruhan konsumen menyatakan tidak puas pada layanan yang diberikan restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur. Sebaliknya pada analisis SERVQUAL berdasarkan Teori Cronin & Taylor konsumen puas pada layanan yang diberikan restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2 Pengertian jasa.....	9
2.3 Strategi Pemasaran Jasa.....	10
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	13
2.6 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	14

2.7 Dimensi Kualitas Pelanggan	16
2.8 Gap Antara Kepuasan dan Harapan Pelanggan	17
2.9 Model SERVQUAL	20
2.10 Kerangka Pemikiran	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat & Waktu Penelitian	25
3.2 Jenis dan Sumber Data	25
3.3 Populasi Sasaran & Sampel	26
a. Populasi Sasaran	26
b. Sampel	26
c. Teknik Pengambilan Sampel	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	28
a. Model SERVQUAL	28
b. Skala Likert	29
3.6 Definisi Variabel Operasional	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Tinjauan Umum Perusahaan	34
a. Sejarah Singkat Mc Donald's	34
b. Gambaran Umum Perusahaan	38

c. Struktur Organisasi.....	38
4.2 Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian	41
a. Profil Konsumen.....	41
1. Jenis Kelamin	42
2. Usia.....	42
3. Pekerjaan.....	43
4. Berkunjung ke Mc Donald's	44
5. Pengeluaran Makan di Luar dalam 1 Bulan	44
6. Alasan memilih mengunjungi Restoran Cepat Saji Mc Donald's.....	45
7. Orang yang Menemani Berkunjung ke Restoran Cepat Saji.....	46
b. Analisis Tingkat Harapan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	47
1. Analisis Dimensi <i>Tangible</i> (Berwujud) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	50
2. Analisis Dimensi <i>Reliability</i> (Keandalan) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat.....	50

3. Analisis Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat.....	51
4. Analisis Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat.....	52
5. Analisis Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat.....	52
c. Analisis Persepsi Kinerja pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu menurut Zeithaml	53
d. Analisis Persepsi Kinerja pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu menurut Cronin & Taylor	58
BAB V KESIMPULAN dan SARAN	
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indonesian Service Satisfaction Index (ISSI)	3
Tabel 2. Profil Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 3. Profil Konsumen berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. Profil Konsumen berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 5. Profil Konsumen berdasarkan berkunjung ke Mc Donald's.....	44
Tabel 6. Profil Konsumen berdasarkan Pengeluaran makan di luar dalam 1 bulan	44
Tabel 7. Profil Konsumen berdasarkan Alasan Memilih mengunjungi Restoran Cepat Saji Mc Donald's	45
Tabel 8. Profil Konsumen berdasarkan Orang yang menemani berkunjung ke Restoran Cepat Saji McDonald's.....	46
Tabel 9. Analisis Tingkat Harapan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji.	49
Tabel 10. Analisis Dimensi <i>Tangible</i> (Berwujud) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata & Peringkat.....	50
Tabel 11. Analisis Dimensi <i>Reliability</i> (Keandalan) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata & Peringkat.....	51

Tabel 12. Analisis Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata & Peringkat.....	51
Tabel 13. Analisis Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata & Peringkat.....	52
Tabel 14. Analisis Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati) Tingkat Harapan pada Restoran Cepat Saji Berdasarkan Skor, Rata-rata & Peringkat ...	53
Tabel 15. Analisis Persepsi Kinerja pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu menurut Zeithaml.....	58
Tabel 16. Analisis Persepsi Kinerja pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu menurut Cronin Taylor63	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	24
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pemberitahuan Jumlah Populasi	67
Lampiran 2 Daftar Kuesioner.	68
Lampiran 3 Data Kuesioner Harapan Konsumen.....	81
Lampiran 4 Data Kuesioner Persepsi Konsumen.....	86



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini persaingan bisnis sangat beragam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional (global). Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya, misalnya dengan memberikan produk dengan mutu yang terbaik, harga yang murah, pelayanan produk yang lebih baik dari pesaing, serta penyerahan produk yang lebih cepat. Menjelang awal tahun 1990-an, terjadi perubahan gaya hidup di masyarakat terutama di kota-kota besar, dari gaya hidup tradisional menjadi gaya hidup modern yang lebih bersifat konsumtif dan serba praktis. Perubahan ini tidak terbatas hanya pada gaya hidup atau penampilan saja akan tetapi mencakup seluruh aktifitas. Hal ini menjadi peluang tersendiri bagi para pemasar terutama pelaku bisnis restoran cepat saji karena akan meningkatkan volume penjualan seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen.

Dapat dilihat dari banyaknya restoran cepat saji terutama yang berasal dari luar negeri yang bermunculan di Indonesia seperti Mc Donald's, Kentucky Fried Chicken (KFC), California Fried Chicken (CFC), Wendy's, Texas Fried Chicken, dan lain sebagainya. Seiring dengan konsumsi

makanan cepat saji yang semakin meningkat, memacu hadirnya pemain lokal dengan merek yang begitu banyak terlihat pada foodcourt sebuah mall atau pusat perbelanjaan tentunya telah menambah maraknya persaingan restoran cepat saji. Hal ini tentu saja menjadi tantangan tersendiri bagi para pemasar dalam rangka memperoleh pangsa pasar yang sebesar – besarnya.

Seiring berjalannya waktu, bisnis harus tetap berjalan. Sebagai salah satu restoran franchise terbesar yang ada di Indonesia, Mc Donald's pun terus berusaha melakukan strategi inovasi dan pengembangan produk. Salah satunya dengan melakukan pengembangan menu atau paket makanan (*product extended*) jenis seperti paket hemat (pahe), penambahan variasi rasa dan happy hourmeal. Namun yang paling menarik untuk di pelajari adalah strategi peningkatan kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Mc Donald's. Dalam hal ini pendekatan yang dilakukan lebih kepada pelayanan yang cepat, ramah dan menyenangkan. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan penyampaian nilai – nilai terbaik kepada pelanggan dalam rangka peningkatan daya saing perusahaan secara berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Ini juga didukung dengan pemilihan lokasi dan tempat yang strategis sehingga memudahkan konsumen untuk membeli makanan yang diinginkan.

Seperti yang dikutip dari majalah Marketing dengan judul *Indonesian Service Satisfaction Index (ISSI)* edisi Februari 2007, penelitian mengenai tingkat kepuasan terhadap layanan after sales dan service points diukur

dengan melakukan penilaian didasarkan atas dua dimensi besar, yakni *Perceived Service Quality (PSQ)* dan *Perceived Service Perceived Value (PSV)*.

Tabel 1
Indonesian Service Satisfaction Index (ISSI)

No	Brands	Satisfaction Towards						
		Outlet Accessibility	Service Process	People	Service Complaint Handling	PSQ	PSV	ISSI
1	Mc Donalds	3.99	3.93	3.96	3.87	3.95	3.98	3.96
2	KFC	4.00	3.93	3.94	3.91	3.94	3.95	3.94
3	Hokben	3.84	3.85	3.85	3.83	3.84	3.92	3.87
4	Lainnya	3.72	3.74	3.77	3.70	3.75	3.82	3.77
Total		3.95	3.92	3.92	3.86	3.91	3.9	3.92

*Sumber : Majalah Marketing No.02/VII/Februari/2007 terdapat Restaurant Fastfood lainnya(5 merek) dengan total respon setiap merek kurang dari 30 respon.

Bisa dilihat pada tabel 1 bahwa di tahun 2007 pada perusahaan restoran cepat saji Mc Donalds saat ini menduduki peringkat pertama dibandingkan dengan restoran cepat saji lainnya berdasarkan kualitas dan layanan yang diberikan oleh Mc Donalds kepada konsumen. (Sumber majalah Marketing No.02/VII/Februari/2007)

Bagi Mc Donalds layanan kepada konsumen harus bersifat menyeluruh tidak cukup hanya dengan keramahan. Suara konsumen juga merupakan nilai obyektif tentang seberapa baik-buruknya layanan. Selain itu, konsep layanan yang diberikan juga bukan hanya sebatas pada keramahan. Konsumen bisa melihat pula bagaimana proses mempersiapkan produk.

Sebenarnya banyak perspektif yang harus dilihat. Intinya adalah untuk kepuasan konsumen serta memberikan *service* dengan standar tinggi. Hal ini untuk memenuhi tuntutan konsumen agar punya standar terhadap layanan yang diterimanya. Salah satu layanan yang diberikan dalam tiga tahun terakhir adalah program open door. Dan itu diberikan bukan saja kepada konsumen biasa, melainkan juga kepada para ibu dan anak – anak.

Biasanya layanan yang diterapkan Mc Donalds selalu mendapatkan kontrol dan monitoring. Kontrol dilakukan melalui “*fast track*” yakni riset kuantitatif yang dimiliki oleh Mc Donalds Internasional. Layanan yang mereka berikan pun selalu *based on measurement*. *Service* diukur berdasarkan SOP (*Standar Operational Procedure*)

Tingkat kepuasan konsumen sangat tergantung pada mutu suatu produk, dalam hal ini produk bisa berupa barang atau jasa. Jadi suatu produk dikatakan bermutu bagi konsumen jika produk tersebut dapat memenuhi sesuai dengan kebutuhannya. Dari semua uraian di atas dapat terlihat jelas apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memuaskan, maka konsumen tidak akan meninggalkan perusahaan tersebut justru sebaliknya biasanya mereka (*customer*) akan mengajak relasi ataupun keluarganya untuk menjadi konsumen dalam perusahaan tersebut.

Berdasarkan alasan-alasan tersebut yang akan dianalisa adalah seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Mc Donalds cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur.

1.2 Identifikasi Masalah

Karena luasnya masalah yang diteliti maka identifikasi masalah diambil berdasarkan latar belakang pada analisis Kepuasan Konsumen pada restoran cepat saji Mc Donald's sehingga dapat dirumuskan pokok masalahnya sbb:

1. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya.
2. Faktor-faktor penyebab tidak puasnya konsumen dan berusaha mencari solusi untuk menyelesaikan penyebab tidak puasnya konsumen.
3. Tingkat kepuasan konsumen sangat tergantung pada mutu suatu produk, dalam hal ini produk bisa berupa barang atau jasa.
4. Bagi Mc Donalds layanan kepada konsumen harus bersifat menyeluruh tidak cukup hanya dengan keramahan.
5. Restoran cepat saji Mc Donalds saat ini menduduki peringkat pertama dibandingkan dengan restaurant cepat saji lainnya berdasarkan kualitas dan layanan yang diberikan oleh Mc Donalds.
6. Suara pelanggan juga merupakan nilai objektif tentang seberapa baik-buruknya layanan.

1.3 Perumusan Masalah

Dalam penyusunan proposal ini maka dikemukakan perumusan permasalahan, yaitu :

1. Bagaimana tingkat harapan konsumen mengenai pelayanan pada restoran Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta timur?
2. Bagaimana persepsi kinerja pada restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur menurut Zeithaml ?
3. Bagaimana persepsi kinerja pada restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur menurut Cronin & Taylor ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat harapan konsumen mengenai pelayanan pada restoran Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta timur.
2. Untuk mengetahui persepsi kinerja pada restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur menurut Zeithaml.
3. Untuk mengetahui persepsi kinerja pada restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur menurut Cronin & Taylor ?

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi penulis maupun perusahaan yang diteliti, yaitu :

Bagi Perusahaan :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan masukan bagi pimpinan di restoran cepat saji Mc Donald's cabang Pondok Bambu, Jakarta Timur dalam upaya meningkatkan kualitas layanan jasa, sehingga nantinya pelaksanaan pelayanan dapat sesuai dengan harapan konsumen dan mereka merasa puas.

