

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAYANAN DI RUMAH MAKAN WONG SOLO CABANG
KALIMALANG**

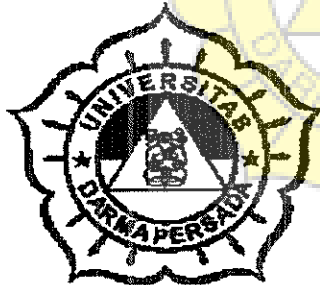
SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu tugas akademik dan melengkapi
sebagian syarat-syarat guna mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen**

Disusun oleh :

Nama : Zakaria Muhtar

NIM : 02410077



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2007**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ZAKARIA MUHTAR
NIM : 02410077
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN DI RUMAH MAKAN
WONG SOLO CABANG KALIMALANG**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dan diuji oleh Panitia

Penguji Skripsi

Jakarta, Agustus 2007

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen


(Firsan Nova, SE, MM)

Menyetujui,

1. Pembimbing Materi


(Dr. Soeharto Rahman)

2. Pembimbing Teknis


(Erika Takidah, SE.Akt.M.Si)


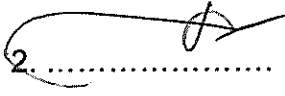
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ZAKARIA MUHTAR
NIM : 02410077
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAYANAN DI RUMAH MAKAN WONG SOLO
CABANG KALIMALANG

Telah Diperiksa, dikaji dan diijinkan dihadapan panitia penguji skripsi sarjana

Pada Agustus 2007

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

<u>NAMA</u>	<u>JABATAN</u>	<u>TANDA TANGAN</u>
1. Dr. Soeharto Rahman	Ketua Penguji	1. 
2. Firsan Nova, SE, MM	Anggota Penguji	2. 
3. Ir. Hanny Nur Latifah, MM	Anggota Penguji	3.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi


(Drs. Fauzi Baisyir, MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya yang telah dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Skripsi yang berjudul **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DI RUMAH MAKAN WONG SOLO CABANG KALIMALANG** merupakan salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini dari berbagai pihak. Maka penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada.

1. Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan perhatian, dorongan serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Firsan Nova, SE, MM selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Dr. Soeharto Rahman selaku pembimbing materi skripsi yang telah memberikan bimbingannya dan nasehat-nasehat yang bermanfaat bagi penulis.
4. Dini Rahayu, SE selaku sekjur Manajemen Fakultas ekonomi Universitas Darma Persada.

5. Ir. Hanny Nurlatifah, MM selaku Penguji yang telah sabar dalam menghadapi penulis.
6. Kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Buat temen-temen angkatan 2002 dan para senior juga junior, makasih dukungan dan semangat yang kalian berikan. Kalian mengajarku tentang arti penting sebuah persahabatan. Kalian teman-teman terbaikku.
8. Bapak dan Ibu makasih karena atas kasih sayang dan perhatian yang diberikan (takkan terbalas oleh apapun)
9. Kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat kesalahan disana-sini. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi mereka yang membacanya.

Jakarta, Agustus 2007

Penulis

(Zakaria Muhtar)

ABSTRAK

Nama : Zakaria Muhtar
NIM : 02410077
Jurusan : Manajemen
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Di Rumah Makan Wong Solo Cabang Kalimantan.

Kata Kunci : 5 Dimensi Di Dalam Menentukan Kualitas Pelayanan Di Rumah Makan Wong Solo Cabang Kalimantan

Tujuan Penelitian : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan di rumah makan Wong Solo cabang Kalimantan.

Metode Penelitian : Penulis menggunakan instrumen utama yang di ambil dari data lapangan yaitu kuisioner, kemudian data-data yang di dapat penulis dari perusahaan yaitu company profile PT. Sarana Sumut Ventura, terakhir adalah data kepustakaan dengan mempelajari buku-buku serta literatur lainnya yang mendukung dan berhubungan dengan obyek penelitian.

Hasil Penelitian : Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Di rumah makan Wong Solo cabang Kalimantan tidak puasnya pelanggan pada tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan responden dengan kinerja rumah makan secara total keseluruhan masih di bawah angka 100 dengan hasil angket yang diberikan kepada 100 orang responden konsumen rumah makan Wong Solo cabang Kalimantan.

Kesimpulan dan Saran : Memberikan pelatihan khusus mengenai tata cara pelayanan yang baik kepada setiap karyawan sehingga mereka tahu bagaimana tata cara pelayanan yang baik dan benar, sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Memelihara, dan merawat peralatan dan juga fasilitas yang ada di rumah makan, Menambah jumlah karyawan pada divisi pelayanan atau *waiters / waitress*.

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	i
Lembar Persetujuan	ii
Kata Pengantar.....	iii
Abstrak	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Jasa.....	8
B. Restourant.....	13
C. Pengertian Pelayanan.....	18
D. Harapan Pelanggan.....	24
E. Kepuasan Konsumen.....	27
F. Kerangka Pikir Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	34
B. Jenis Dan Sumber Data.....	34
C. Populasi Dan Sampel.....	35
D. Tehnik Pengumpulan Dan Pengolahan Data.....	37
E. Metode Pengolahan Dan Analisis Data.....	38
F. Definisi Variabel Operasional.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
B. Profil Responden.....	48
C. Tingkat Kepentingan Kualitas Pelayanan.....	52
D. Penilaian Kinerja Pelayanan Rumah Makan Wong Solo Cabang Kalimalang.....	60

E. Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan Dan Tingkat Kinerja.....	68
F. Analisis Pembahasan Dari Diagram Kartesius.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	



Daftar Tabel

Tabel III.1 Rata-rata pelanggan Rumah Makan Wong Solo, Cab kalimalang.....	36
Tabel IV.1 Pengelompokan responden berdasarkan usia	48
Tabel IV.2 Pengelompokan responden berdasar jenis kelamin	49
Tabel IV.3 Pengelompokan responden berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel IV.4 Pengelompokan responden berdasar pendapatan perbulan ..	50
Tabel IV.5 Pengelompokan responden berdasarkan jarak rumah makan	51
Tabel IV.6 Tingkat Kepentingan Terhadap Dimensi <i>Tangible</i>	53
Tabel IV.7 Tingkat Kepentingan Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	54
Tabel IV.8 Kepentingan Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	56
Tabel IV.9 Tingkat Kepentingan Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	58
Tabel IV.10 Tingkat Kepentingan Terhadap Dimensi <i>Emphaty</i>	59
Tabel IV.11 Penilaian Kinerja Terhadap Dimensi <i>Tangible</i>	61
Tabel IV.12 Penilaian Kinerja Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	63
Tabel IV.13 Penilaian kinerja Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	64
Tabel IV.14 Penilaian kinerja Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	66
Tabel IV.15 Penilaian kinerja Terhadap Dimensi <i>Emphaty</i>	67
Tabel IV.16 Tingkat Kesesuaian Antara Kepentingan dengan Kinerja	69

Daftar Gambar

Gambar II.1 Proses terbentuknya harapan pelanggan.....	26
Gambar II.2 Proses menuju kepuasan Konsumen.....	29
Gambar II.3 Kerangka Pikir Penelitian	33
Gambar III.1 Diagram kartesius.....	39
Gambar IV.1 Diagram Kartesius Hasil Perbandingan Faktor Kepentingan Dan Faktor Kinerja Perusahaan	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen adalah kunci keberhasilan dari seluruh kegiatan perusahaan, berkembang atau tidaknya perusahaan sepenuhnya tergantung dari konsumen. Secara sederhana, bahwa suatu perusahaan harus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar mendapatkan suatu keuntungan. Strategi kepuasan konsumen harus dimulai dengan mewujudkan harapan konsumen. Kepuasan akan terwujud apabila perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga, dan aspek lainnya sesuai dengan harapan atau melebihi harapan konsumen.

Dalam era pasar yang berorientasi pada konsumen seperti sekarang ini, para perusahaan dituntut untuk mempertahankan kesetiaan konsumen. Mereka harus selalu mencari cara merespon permintaan pasar secara total, atau dengan kata lain mereka dituntut untuk selalu mencari dan mendapatkan konsumen baru sekaligus mempertahankan konsumen lama.

Pada saat ini sudah banyak bermunculan restoran dengan jenis makanan serta minuman yang beragam. Mulai dari industri rumah

tangga yang menawarkan produk makanan dengan selera nusantara sampai ke restoran waralaba atau *franchise*, yang mayoritas menawarkan menu makanan khas dari luar negeri.

Industri jasa merupakan peluang bisnis bagi para pengusaha untuk membuat produk-produk yang bisa membantu masyarakat agar dapat menggunakan waktunya dengan lebih efektif serta efisien dalam setiap aktifitas mereka. Salah satu peluang bisnis yang tercipta adalah di dunia produksi minuman dan makanan.

Jenis usaha yang memiliki tingkat persaingan sangat tinggi pada saat ini. Banyak industri jasa yang bermunculan saat ini serta berbagai keunggulan yang ditawarkan, membuat perusahaan jasa yang selalu harus memperhatikan tingkat kepuasan konsumen. Karena perusahaan yang gagal memuaskan konsumennya, akan menghadapi banyak masalah karena, pengaruh dari kepuasan konsumen merupakan kunci utama jika perusahaan ingin tetap bertahan dalam lingkungan usaha jasa.

Usaha mempertahankan konsumen yang telah ada merupakan salah satu cara agar perusahaan jasa dapat terus bertahan, karena bagaimanapun mempertahankan konsumen yang telah ada akan lebih murah biayanya jika dibandingkan dengan mencari kosumen baru. Perusahaan jasa harus memperhatikan penetapan harga yang sesuai

serta mutu kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik didalam usaha memuaskan konsumen.

Cara menciptakan kesetiaan konsumen harus dimulai dengan mewujudkan harapan konsumen. Kepuasan akan terwujud apabila perusahaan sudah mampu memenuhi kepuasan yang diinginkan oleh konsumen yang sesuai dengan harapan konsumen.

Kesetiaan konsumen dapat menjadi pendorong untuk menciptakan penjualan yang berkelanjutan. Sekali konsumen merasa tidak terpuaskan maka kecil kemungkinan bagi mereka untuk datang kembali. Konsumen akan menjadi pelanggan yang loyal apabila mereka merasa terpuaskan.

Usaha rumah makan atau restoran di Indonesia, kini sudah semakin menjamur. Baru beberapa langkah melewati salah satu rumah makan atau restoran kita sudah dapat melewati kembali rumah makan atau restoran yang lainnya. Banyaknya rumah makan atau restoran secara tidak langsung merupakan suatu keuntungan bagi konsumen karena mereka dapat bebas memilih sesuai dengan selera masing-masing.

Rumah makan Wong Solo merupakan salah satu usaha keluarga yang masuk ke dalam wirausaha muslim / wirausaha yang bernuansakan Islam. Dalam bidang jasa rumah makan atau restoran, Rumah Makan Wong Solo sudah mempunyai banyak cabang di

Jakarta, salah satunya terletak di wilayah Jakarta timur tepatnya di Jl. Kalimalang. Rumah makan ini mempunyai menu andalan yaitu Menu Ayam Bakarnya. Kenapa?, karena menu Ayam Bakar yang disediakan Rumah Makan Wong Solo memakai resep bumbu keluarga yang sudah turun temurun, jadi rasanya berbeda dengan menu Ayam Bakar yang ada di rumah makan lainnya. Rumah makan Wong Solo juga memiliki kualitas pelayanan yang cepat, baik dari pelayanan pramusajinya maupun dalam penyajian makanannya.

Maka dari itu, Rumah makan Wong solo perlu mengetahui harapan apa yang diinginkan konsumen. Baik dari segi harga, rasa, tempat maupun dari pelayanan apakah selama ini yang diberikan oleh Rumah Makan Wong Solo telah berhasil memberikan rasa puas pada konsumennya.

Atas dasar pertimbangan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian (riset) yang diberi judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DI RUMAH MAKAN WONG SOLO, CABANG KALIMALANG”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Semakin banyaknya usaha jenis restoran / rumah makan yang berdiri, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam menarik perhatian konsumen.
2. Perusahaan jasa harus memperhatikan kualitas pelayanan yang baik di dalam usaha memuaskan konsumen.
3. Semakin berkembangnya bisnis rumah makan waralaba, baik dari dalam maupun luar negeri.
4. Pentingnya mengetahui faktor-faktor yang menjadi penentu kepuasan.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah terurai di atas, maka pokok permasalahannya adalah :

1. Bagaimanakah tingkat kepentingan pelanggan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan, untuk kriteria sebuah restoran / rumah makan yang baik?
2. Bagaimanakah penilaian pelanggan mengenai kinerja pelayanan yang diberikan Rumah Makan Wong Solo Cabang Kalimantan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan?

3. Bagaimana kesesuaian antara tingkat kepentingan dan penilaian kinerja tersebut terhadap faktor-faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan dapat dicapai dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kepentingan yang dirasakan pelanggan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan untuk kriteria restoran / rumah makan yang baik.
2. Untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kinerja pelayanan yang diberikan Rumah Makan Wong Solo Cabang Kalimantan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan dan penilaian kinerja terhadap faktor-faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka pihak Rumah Makan Wong Solo Cabang Kalimalang akan mengetahui besarnya tingkat kesesuaian yang diperoleh antara tingkat kepentingan pada sebuah rumah makan yang baik dengan penilaian kinerja rumah makan menurut pelanggan / responden, terhadap faktor - faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Hasilnya tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu bahan masukan dan pertimbangan dalam membuat atau merancang strategi pemasaran di masa mendatang,

