

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SOP BUNTUT CUT MEUTIA**

(Studi Kasus : Konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia di Jakarta Pusat)

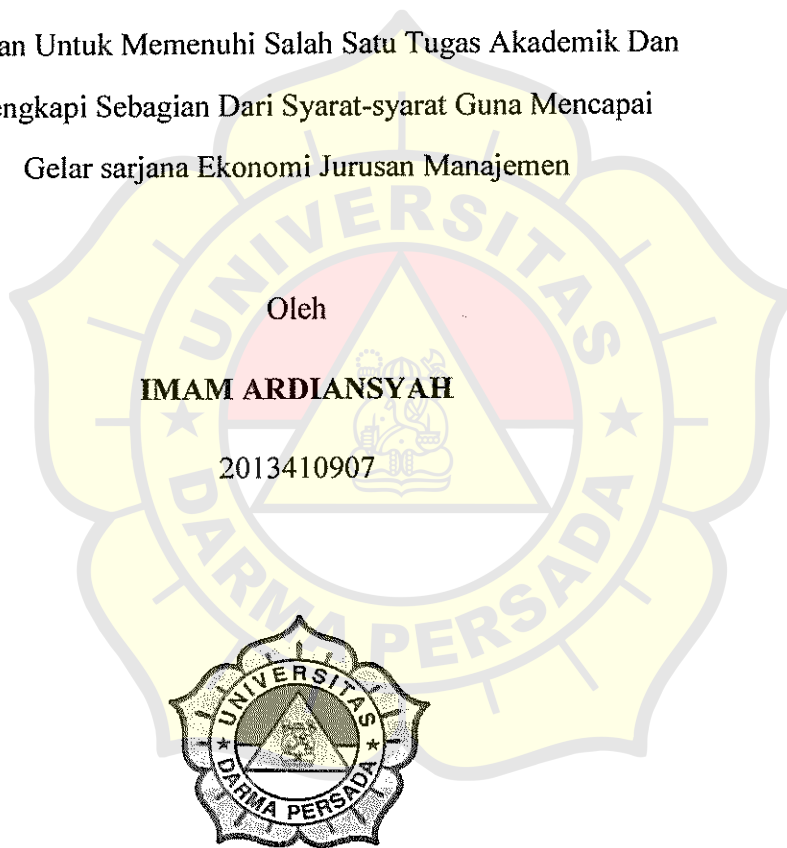
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan
Melengkapi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Mencapai
Gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Oleh

IMAM ARDIANSYAH

2013410907



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2015

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imam Ardiansyah

NIM : 2013410907

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SOP BUNTUT CUT MEUTIA (Studi Kasus : Konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia di Jakarta Pusat)** yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, 21 Agustus 2015



Imam Ardiansyah
(2013410907)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imam Ardiansyah

NIM : 2013410907

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SOP BUNTUT CUT MEUTIA (Studi Kasus : Konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia di Jakarta Pusat)**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana.

Jakarta, 21 Agustus 2015

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

Menyetujui,

Pembimbing

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imam Ardiansyah

NIM : 2013410907


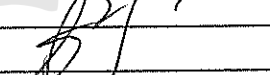
Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SOP BUNTUT CUT MEUTIA (Studi Kasus : Konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia di Jakarta Pusat)**

Telah diperiksa, dikaji, dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana pada tanggal dengan hasil

Ketua Jurusan Manajemen

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

No	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tanda Tangan
1	Dr. Firsan Nova, SE, MM	Ketua	
2	Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM	Anggota	
3	Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota	

Dekan Fakultas Ekonomi

(Sukardi, SE, MM)

ABSTRAK

Nim : 2013410907; **Nama** : Imam Ardiansyah; **Judul** : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SOP BUNTUT CUT MEUTIA (Studi Kasus : Konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia di Jakarta Pusat), Skripsi; Jakarta Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi persaingan dalam dunia bisnis yang semakin bertambah ketat. Persaingan ini mengakibatkan suatu perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus dapat melaksanakan pemasaran yang lebih baik dari para pesaingnya. Maka kepuasan konsumen mutlak diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat tetap *survive* dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Untuk membangun kepuasan konsumen diperlukan adanya usaha-usaha dari perusahaan untuk tetap memberikan kualitas terbaik dalam setiap jasa yang di milikinya.

Adapun yang menjadi masalah penelitian ini adalah "bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia?". Penelitian ini mencoba untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang responden yang makan di Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia dengan menggunakan metode *Slovin* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis lewat uji t dan uji analisis koefisien determinasi (R^2) dan uji asumsi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier sederhana (parsial) yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia memiliki nilai pengaruh sebesar 11% dan sisanya di pengaruhi variabel yang tidak diteliti yaitu sebesar 89%. Oleh karena itu, konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia mengharapkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia, sebagai bagian dari usaha untuk mempertahankan atau meningkatkan kepuasan konsumen.

Jumlah Halaman: xvi + 127 + 33 tabel + 4 gambar + 8 lampiran

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis, baik berupa kesehatan fisik dan kesehatan mental sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga memungkinkan skripsi ini terwujud. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM sebagai pembimbing materi dan pembimbing teknis yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Sukardi, SE, MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM sebagai Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak/Ibu Dosen dan Staff pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

5. Orang Tuaku Tersayang yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
6. Ulfah Nur Asti Fadhillah Zahra yang sudah berbagi ilmu dan memberikan motivasi supaya penulis mengerjakan skripsi ini dengan baik.
7. Saudaraku Wawan dan Bira yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman Manajemen: Seis, Aldy, dan lainnya yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu, terima kasih atas pertemanan selama ini.
9. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat dengan baik.

Jakarta, 21 Agustus 2015

Penulis

Imam Ardiansyah

(2013410907)

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Pemasaran	7
1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
2. Bauran Pemasaran	9

3. Pengertian Produk	12
4. Tingkatan Produk	13
5. Klasifikasi Produk	15
B. Jasa.....	16
1. Pengertian Jasa	16
2. Karakteristik Jasa	16
3. Kategori Bauran Jasa.....	18
C. Kualitas Pelayanan.....	20
1. Pengertian Kualitas dan Kualitas Pelayanan	20
2. Faktor-Faktor Yang Menentukan Penilaian Kualitas Pelayanan.....	22
3. Faktor-Faktor Penyebab Kualitas Pelayanan Buruk.....	26
4. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	28
D. Kepuasan Konsumen	36
1. Pengertian Kepuasan dan Kepuasan Konsumen.....	36
2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	38
3. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	41
E. Kerangka Pikir Penelitian	43
F. Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	48
B. Jenis Data.....	48

1. Data Primer	48
2. Data Sekunder.....	48
C. Populasi dan Sampel.....	49
D. Teknik Pengambilan Sampel	51
E. Pengumpulan Data.....	51
F. Alat Analisa Data.....	52
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
2. Uji Hipotesis	54
3. Uji Asumsi	55
4. Analisis Regresi	57
G. Definisi Variabel Operasional	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Gambaran Umum Perusahaan	65
1. Sejarah Singkat Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia	65
B. Profil Responden.....	66
1. Deskripsi Profil Responden	66
C. Pembahasan dan Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan	71
1. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>).....	71
2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	73
3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	75
4. Jaminan (<i>Assurance</i>)	77

5. Empati (<i>Emphaty</i>)	79
D. Pembahasan dan Analisis Dimensi Kepuasan Konsumen.....	81
1. Kesesuaian Harapan.....	81
2. Minat Berkunjung Kembali	83
3. Kesiediaan Merekomendasikan	85
E. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.....	87
F. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen....	89
G. Uji Normalitas.....	91
H. Uji Heteroskedastisitas	92
I. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	93
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	93
2. Uji t (Parsial)	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Gaps Model of Service Quality</i>	25
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	92
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	93

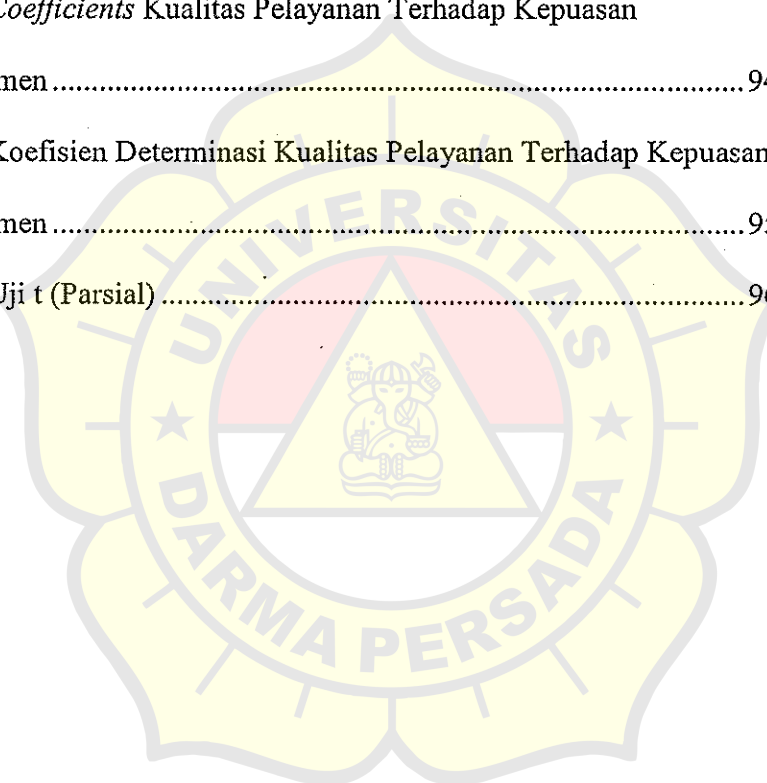


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Populasi Responden.....	4
Tabel 3.1	Skala Likert.....	52
Tabel 3.2	Tingkat Reliabilitas Instrumen.....	54
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi	58
Tabel 3.4	Operasional Variabel	60
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	69
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Rata Pengeluaran Per Bulan.....	70
Tabel 4.6	Lokasi Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Strategis.....	71
Tabel 4.7	Ruangan Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Nyaman.....	72
Tabel 4.8	Pramusaji Dapat Memberikan Informasi Dengan Baik Mengenai Fasilitas Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia	73
Tabel 4.9	Pramusaji Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Menyajikan Makanan Yang Dipesan Dengan Tepat	74
Tabel 4.10	Pramusaji Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Cepat Merespon Keluhan Konsumen.....	75

Tabel 4.11	Pramusaji Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Cepat Membantu Konsumen	76
Tabel 4.12	Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Terjamin Kebersihannya	77
Tabel 4.13	Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Menjamin Kehalalan Makanan Dan Minuman	78
Tabel 4.14	Pramusaji Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Ramah Terhadap Konsumen	79
Tabel 4.15	Pramusaji Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Sopan Terhadap Konsumen	80
Tabel 4.16	Pramusaji Memberikan Pelayanan Yang Baik	81
Tabel 4.17	Menu Yang Disediakan Oleh Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Sesuai Dengan Yang Diharapkan	82
Tabel 4.18	Konsumen Berminat Untuk Berkunjung Kembali Karena Pelayanan Oleh Pihak Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Memuaskan	83
Tabel 4.19	Konsumen Berminat Untuk Berkunjung Kembali Karena Menu Yang Disediakan Memuaskan	84
Tabel 4.20	Konsumen Merekomendasikan Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Sebagai Salah Satu Tempat Tujuan Kuliner Karena Pelayanan Yang Memuaskan	85
Tabel 4.21	Konsumen Merekomendasikan Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia Sebagai Salah Satu Tempat Tujuan Kuliner Karena Menu	

Yang Disediakan Memuaskan	86
Tabel 4.22 Validitas Kualitas Pelayanan	87
Tabel 4.23 Validitas Kepuasan Konsumen.....	88
Tabel 4.24 Reliabilitas Kualitas Pelayanan	89
Tabel 4.25 Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	90
Tabel 4.26 Hasil <i>Coefficients</i> Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	94
Tabel 4.27 Hasil Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	95
Tabel 4.28 Hasil Uji <i>t</i> (Parsial)	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner.....	103
Lampiran II	Data Profil Responden.....	106
Lampiran III	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	111
Lampiran IV	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	114
Lampiran V	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	117
Lampiran VI	Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Konsumen.....	120
Lampiran VII	Hasil Output Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	123
Lampiran VIII	Nilai-nilai r Product Moment	127

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini mengakibatkan suatu perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus dapat melaksanakan pemasaran yang lebih baik dari para pesaingnya. Perusahaan-perusahaan yang sukses saat ini memiliki persamaan dalam satu hal, yakni mereka sangat fokus pada konsumen dan mempunyai komitmen yang kuat pada pemasaran. Perusahaan tersebut berusaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen di pasar. Perusahaan tersebut memotivasi semua orang di perusahaannya untuk menghasilkan nilai yang unggul bagi konsumen mereka, yang menghasilkan tingkat kesetiaan yang tinggi.

Perkembangan dunia usaha yang demikian pesat itu telah menimbulkan kehati-hatian setiap perusahaan dalam memasarkan produknya, dimana kondisi pasar saat ini penuh dengan beragam produk yang ditawarkan dengan strategi promosi yang inovatif. Dengan memperhatikan perubahan-perubahan yang terjadi di pasar atau bahkan di tingkat konsumen secara individual, sebuah perusahaan harus bisa

mengambil keputusan yang cepat dan tepat mengenai strategi promosi atas produk yang ditawarkan. Suksesnya suatu pemasaran didukung pula oleh peran pelayanan yang dilakukan perusahaan tanpa mengabaikan kegiatan pemasaran lainnya.

Dengan kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang dan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama (Tjiptono, 2007). Oleh karena itu, perusahaan harus mulai memikirkan betapa pentingnya suatu pelayanan yang baik, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan yang baik merupakan salah satu aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004).

Rumah makan sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang usaha makanan, berusaha untuk menawarkan sesuatu yang unik dan diharapkan dapat menjaring konsumen lebih banyak lagi. Dengan berupaya mempertahankan pelayanan yang memadai ataupun meningkatkan pelayanannya. Walaupun demikian, keluhan dari konsumen masih tetap ada, misalnya konsumen merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan, dalam arti terjadi ketidaksesuaian antara harapan dengan kejadian yang sebenarnya. Harapan ini diduga meliputi kecepatan dalam

penyajian makanan, kebersihan ruangan, keramahan para pramusaji, dan sebagainya.

Dari sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Untuk itu pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik produknya sendiri maupun pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Karena jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara harapan konsumen dengan produk dan pelayanan yang ada di rumah makan.

Oleh karena itu, berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para konsumennya tergantung pada pelayanannya. Pelayanan memegang peranan yang sangat penting, yakni apakah konsumen sudah puas atau belum puas dengan pelayanan yang ada di rumah makan. Seperti dalam hal *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Yamit, 2005). Dengan dipenuhinya hal ini, maka kesenjangan antara rumah makan dengan konsumennya tidak perlu terjadi.

Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia merupakan rumah makan yang legendaris di Jakarta. Rumah makan ini sudah berdiri sejak tahun 1970 dan di rumah makan ini menu utamanya sudah tentu sop buntut, dimana sop buntut terbagi menjadi tiga varian, yaitu sop buntut rebus, sop

buntut goreng, dan sop buntut bakar. Selain sop buntut, di rumah makan ini juga terdapat menu sate ayam, sate kambing, perkedel, udang balado, teri kentang, dan aneka minuman (air mineral, teh manis/teh tawar, es jeruk/jeruk hangat dan teh botol). Rumah makan ini tidak hanya menyajikan menu yang enak, namun rumah makan ini menyadari bahwa perlunya kualitas pelayanan yang dibutuhkan untuk memuaskan para konsumen, sehingga konsumen akan membeli ulang dan memberi rekomendasi positif kepada orang lain.

Berikut ini adalah tabel rincian jumlah konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia.

Tabel 1,1
Populasi Responden

Bulan	Jumlah Konsumen
Mei 2015	6000
Juni 2015	6000
Rata-rata	6000

Sumber: Hasil wawancara dengan pemilik Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan pada rumah makan di Jakarta yang dituangkan dalam suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh**

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia (Studi Kasus : Konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia di Jakarta Pusat)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah:

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sop Buntut Cut Meutia.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Penulis, untuk memperoleh wawasan pengetahuan, teori-teori yang diperoleh selama berada di perkuliahan sebagai gambaran untuk bahan studi perbandingan dengan kesesuaian fakta yang ada.

2. Perusahaan, sebagai informasi dan bahan masukan ide, serta gagasan pemikiran atau saran-saran dalam menentukan kebijakan pelayanan yang diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan dimasa yang akan datang.
3. Pihak lain, dapat dijadikan sebagai masukan untuk mengembangkan wawasan ilmiahnya dan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang pelayanan.

