

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN THE WESTLAKE RESTO**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

YOSAFAT THEO SADEWA

11094819

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN THE WESTLAKE RESTO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh :

YOSAFAT THEO SADEWA

11094819



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

Halaman Pengesahan

Skripsi dengan judul :

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN THE WESTLAKE RESTO

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

YOSAFAT THEO SADEWA
11094819

dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana

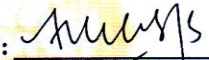
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal

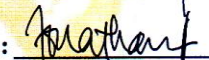
28 MAY 2013

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. **Dra. Purwani Retno Andalas, MM**
(Ketua Tim)
2. **Jonathan Herdioko, SE, MM**
(Dosen Penguji)
3. **Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si**
(Dosen Penguji)

: 

: 

: 

Yogyakarta, 28 MAY 2013

Disahkan Oleh:



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN THE WESTLAKE RESTO

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, Mei 2013



(Yosafat Theo Sadewa)

NIM : 11094819

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini khusus kupersembahkan untuk :

1. **Tuhan Yesus Kristus** yang memberikan anugerah dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. **Bapak dan ibu** tercinta.
3. **Mas Abram** dan *Yohan* yang terkasih
4. **Ibu Dra. Purwani Retno Andalas, MM.** selaku dosen pembimbing Skripsi.
5. **Lidia** yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa bagi penulis.
6. **Pandega Family**, mba Rahel, Bli Made, Mba Uci, Mami dan semuanya yang menjadi keluarga kedua dan selalu memberi dukungan bagi penulis.
7. **Sahabat-sahabat** ku tercinta.
8. **GSM GKI Wongsodirjan** yang selalu mendukung dalam doa dan semangat.
9. **Almaterku** Universitas Kristen Duta Wacana

HALAMAN MOTTO

Sukses tidak diukur dari posisi yang dicapai seseorang dalam hidup, tapi dari kesulitan-kesulitan yang berhasil diatasi ketika berusaha meraih sukses

(Booker T. Washington)

Jenius adalah 1 % inspirasi dan 99 % keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan.

(Thomas A. Edison)

Hari ini Anda adalah orang yang sama dengan Anda di lima tahun mendatang, kecuali dua hal: orang-orang di sekeliling Anda dan buku-buku yang Anda baca.

Charles "tremendeous" Jones

Hal terbaik yang bisa anda lakukan untuk orang lain bukanlah membagikan kekayaan anda, tetapi membantu ia untuk memiliki kekayaannya sendiri.

Benjamin Disraeli

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih setia-Nya, sehingga penyusunan Skripsi dengan judul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN THE WESTLAKE RESTO” bisa diselesaikan dengan baik. Maka pada kesempatan ini, ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kasih setia, hikmat dan penyertaan serta kesehatan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Purwani Retno Andalas, MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran membimbing, memberikan ilmu serta mengarahkan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu untuk didikan dan bimbingan selama ini, Mas Abram dan Yohan serta seluruh keluarga tercinta, terima kasih atas doa dan dukungan terbesarnya.
5. Almamater Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
6. Owner dan Staf Manajerial Rumah makan The Westlake Resto Yogyakarta.
7. Bapak dan Ibu dosen staf pengajar yang LUAR BIASA telah memberikan ilmunya selama menempuh pendidikan di program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
8. Pak Edi Nugroho, mas Alfa Santoso dan mba Ririn yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Admin Fakultas Bisnis UKDW : Mbak Lilis, Pak Ngadiyo dan Mbak Dwi atas pelayanan dan informasi yang diberikan.
10. Lidia Ratna Yuniawati yang selalu memberi dukungan semangat, pengertian, doa dan laptop sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

11. Pandega Family, Mba Rahel, Bli Made, mba Ucik, Mami, dan semuanya makasih banyak untuk ke-gokilan dan nasehat yang *hot* dalam mendukung menyelesaikan penulisan skripsi.
12. Sahabat-sahabat saya : Bagus, Lia, Brigita, Heru, Cahyo, Krisna, Cyndo, Hajeng, Lita, Sari, Arin dan lain-lain buat dukungan, motivasi dan doanya.
13. Pak Wid, Om Tiyok dan semua keluarga besar PPTPM UKDW trima kasih untuk dukungan semangat, restu dan doanya.
14. Guru-guru sekolah minggu GKI Wongsodirjan: Bu Mega, kak Helen, kak Rachel, kak Beny, Kak Stefany, Kak Fajar, Kak Kane, Kak Ridho dan kakak-kakak semuanya trima kasih banyak untuk dukungan motivasi yang diberikan.
15. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Mei 2013

Penulis,

Yosafat Theo Sadewa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
<u>ABSTRAKSI</u>	xvi
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kontribusi Penelitian	3
1.5. Batasan Penelitian	4
BAB II Landasan Teori, Studi Pustaka dan Pengembangan Hipotesis	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pemasaran	6

2.1.2.	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3.	Pemasaran Jasa.....	9
2.1.4.	Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.5.	Konsep Pemasaran.....	13
2.1.6.	Bauran Ritel (<i>Retailing Mix</i>).....	14
2.1.7.	Perilaku Konsumen.....	16
2.1.8.	Sikap Konsumen.....	20
2.1.9.	Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.10.	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	24
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3.	Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III Metoda Penelitian.....		28
3.1.	Data.....	28
3.2.	Definisi Variabel dan Pengukurannya.....	30
3.2.1.	Definisi Variabel.....	30
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	32
3.2.3.	Metode Penentuan Jumlah Sampel.....	33
3.3.	Desain Penelitian.....	34
3.4.	Model Statistik dan Uji Hipotesis.....	35
3.4.1.	Jenis Data.....	35
3.4.2.	Pengujian Instrumen.....	35
3.4.3.	Alat Analisis.....	36
BAB IV Hasil Penelitian.....		41
4.1.	Statistik Deskriptif.....	41

4.1.1.	Pengujian Validitas	41
4.1.2.	Pengujian Reliabilitas	43
4.1.3.	Analisis Profil Konsumen	45
4.2.	Hasil Pengolahan Data dan Analisis	53
4.2.1.	Preferensi/Perangkingan Tiap Atribut.....	53
4.2.2.	Analisa Gap antara Kepentingan dan Kinerja atas atribut-atribut Rumah Makan The Westlake Resto.....	58
4.2.3.	Analisa Diagram Cartesius.....	60
4.2.4.	Analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IKK).....	63
4.2.5.	Analisis Chi Square.....	66
BAB V	Kesimpulan.....	70
5.1.	Simbulan.....	70
5.2.	Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Atribut Kepentingan/IM.....	42
Tabel 4.2 Atribut Kinerja/PP.....	43
Tabel 4.3 Reliabilitas	44
Tabel 4.4 Data Responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Usia	46
Tabel 4.6 Data Responden berdasarkan Status.....	47
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 4.9 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran/bulan.....	49
Tabel 4.10 Data Responden Berdasarkan Berkunjung bersama Siapa.....	50
Tabel 4.11 Data Responden Berdasarkan Tujuan.....	51
Tabel 4.12 Data Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	52
Tabel 4.13 Preferensi Atribut IM.....	53
Tabel 4.14 Preferensi Atribut PP.....	55
Tabel 4.15 Tabel Tingkat Gap Atribut Kepentingan/IM Dengan Kinerja/PP.....	58
Tabel 4.16 Keterangan Titik Diagram Cartesius.....	60
Tabel 4.17 Interval IKK.....	65
Tabel 4.18 Indeks Kepuasan Konsumen.....	65
Tabel 4.19 Chi-square Test.....	69
Tabel 4.20 Chi-Square test.....	69

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Diagram Cartesius.....	60
-----------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

Bagan 3.1. Desain Penelitian.....	34
-----------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuisisioner
- Lampiran 3 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas
- Lampiran 4 Analisis Prosentase
- Lampiran 5 Indeks Kepuasan Konsumen (IKK)
- Lampiran 6 Tabel r (*Product moment*)

©UKDW

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil konsumen rumah makan The Westlake Resto, tingkat kepuasan konsumen atas produk dan layanan yang diberikan dan untuk mengetahui secara spesifik atribut-atribut yang memberikan kepuasan kepada konsumen. Serta menguji ada atau tidaknya perbedaan kepuasan konsumen di rumah makan The Westlake Resto, ditinjau dari status konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi dan menikmati layanan serta produk rumah makan The Westlake resto. Jenis data yang digunakan adalah jenis data primer dan sekunder, pengumpulan data dengan metode *Interview*, metode kuisioner, dan metode observasi Sedangkan konsumen yang menjadi sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan metode pengumpulan sampel yaitu *Accidental Sampling*.

Atribut yang diteliti yaitu, produk, harga, pelayanan, fasilitas dan tempat/lokasi. Pengujian data untuk pengujian instrument yang terdiri dari analisis validitas dan reliabilitas. Untuk metode analisis data, memakai alat analisis Preferensi/perangkingan atribut, Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) serta Diagram Cartesius. Hipotesis yang diajukan penulis adalah, konsumen merasa puas terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh rumah makan The Westlake Resto, Atribut yang memuaskan konsumen adalah atribut produk, harga, tempat, fasilitas, dan pelayanan serta tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap rumah makan The Westlake Resto berdasarkan status konsumen.

Berdasarkan analisis preferensi atribut kepentingan (IM) yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah atribut pelayanan (sangat penting), kemudian produk (sangat penting), atribut fasilitas (sangat penting), lalu atribut tempat (sangat penting) dan yang terendah adalah atribut harga (penting). Sedangkan atribut kinerja (PP) nilai rata-rata tertinggi yaitu, atribut fasilitas (memuaskan), tempat (memuaskan), pelayanan (memuaskan), produk (memuaskan) dan yang terakhir adalah atribut harga (memuaskan). Hasil analisis diagram Cartesius menyatakan bahwa pada kuadran A terdapat item atribut fasilitas hiburan/bermain yang masuk pada kuadran ini. Pada kuadran B yaitu, variasi produk, higienisitas produk, kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, pelayanan keluhan konsumen, fasilitas toilet yang bersih & memadai, fasilitas parkir, dan suasana rumah makan. Sedang di kuadran C terdapat item atribut keunikan cita rasa, kesesuaian rasa dengan fasilitas, harga bersaing, kemudahan akses ke lokasi dan item atribut lokasi strategis. Kuadran D yaitu, cita rasa sesuai kebutuhan konsumen dan item atribut keterjangkauan harga produk. Berdasarkan skor Indeks Kepuasan Konsumen total sebesar 248,8 berada pada kualifikasi memuaskan. Sedangkan hasil uji Chi-Square menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi terhadap Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) berdasarkan status konsumen (X^2 hitung sebesar $0,86 \geq 0,05$ (α 5%)) pada rumah makan The Westlake Resto.

Kata kunci : Produk (*Product*), Harga (*Price*), Pelayanan (*Service*), Fasilitas (*Fasilities*), Tempat (*Place*)

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the profile of food consumers The Westlake Resto, the level of consumer satisfaction on the products and services provided and to know the specific attributes that provide satisfaction to the consumer. And to test whether there is any difference in consumer satisfaction in the restaurant The Westlake Resto, in terms of the status of the consumer. Population in this research is that consumers who have visited and enjoyed the services and products The Westlake restaurant meal home. Type of data used is the type of primary and secondary data, interview data collection method, questionnaire method, and the method of observation while consumers are being sampled in this study of 100 people with the sample collection method is accidental sampling.

Attributes studied ie, product, price, service, facilities and places / locations. Test data for the test instrument consisting of validity and reliability analyzes. For data analysis methods, using analytical tools Preferences / ranking attributes, Consumer Satisfaction Index (CCI) and the Cartesian diagram. Authors proposed hypothesis is, consumers are satisfied with the attributes offered by the restaurant The Westlake Resto, attributes are the attributes that satisfy consumer product, price, place, facilities, and services, and there is no difference in consumer attitudes toward restaurant The Westlake Resto based on customer status.

Based on the analysis of preference attributes of interest (IM) which has the highest average value is service attributes (very important), then the product (very important), facility attributes (very important), then the attribute space (very important) and the lowest is the price attribute (important). While the performance attributes (PP) highest average value is, the attribute facility (satisfactory), where (satisfactory), service (satisfactory), product (satisfactory) and the last is the price attribute (satisfactory). Cartesian diagram analysis results in quadrant A state that there is an item attribute entertainment facilities / activities are entered in this quadrant. In quadrant B, namely, product variety, product higienisitas, speed of service, friendliness of staff, customer service complaints, toilet facilities were clean and adequate, parking facilities, and atmosphere of the restaurant. 're In quadrant C are the unique attributes of the items taste, flavor conformity with facilities, competitive price, location and ease of access to the strategic location of the item attributes. Quadrant D ie, the taste according to customer needs and product affordability attribute items. Based on total customer satisfaction index score of 248.8 is at a satisfactory qualification. While the results of Chi-Square test showed that there was no difference in the perception of the Consumer Satisfaction Index (CCI) is based on consumer status (X^2 count of $0.86 \geq 0.05$ (α 5%)) at The Westlake Resto restaurant.

BAB I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis retail saat ini mengalami persaingan yang sangat ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka kekuatan tawar-menawar konsumen semakin besar karena konsumen memiliki pilihan yang lebih variatif. Kunci utama untuk memenangkan persaingan yang ada ialah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Bisnis ritel dalam bidang restoran saat ini sudah semakin banyak bermunculan, khususnya di kota Yogyakarta. Pelaku bisnis restoran tersebut saling bersaing dengan menonjolkan keunggulan masing-masing untuk menarik konsumen dan mempertahankan supaya konsumen tersebut menjadi puas hingga akhirnya akan bersikap loyal terhadap perusahaan. Salah satu usaha kuliner yang cukup terkenal yaitu The Westlake Resto. The Westlake Resto sebagai satu usaha kuliner tidak hanya menawarkan produk makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan lokasi restoran yang mengusung suasana alam yang begitu nyaman. Predikat Yogyakarta sebagai kota budaya dan kota wisata yang menjadikan kota ini sebagai tujuan wisata, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Keadaan tersebut dimanfaatkan oleh The Westlake Resto sebagai strategi dalam menonjolkan

keunggulan kompetitifnya dalam hal suasana dan produk yang ditawarkan. Hal tersebut membuat The Westlake Resto mempunyai banyak konsumen karena menawarkan kesan restoran yang nyaman, unik dan menarik.

Akan tetapi dari sudut pandang konsumen, tidak semua konsumen akan merasa puas hanya dengan suasana dan produk yang ditawarkan. Ada beberapa faktor atau atribut yang mempengaruhi terciptanya kepuasan konsumen terhadap suatu rumah makan. Dalam hal ini penulis tertarik untuk mengamati atribut apa yang mempengaruhi terciptanya kepuasan konsumen terhadap rumah makan The Westlake Resto.

Berdasarkan uraian diatas, timbul ketertarikan untuk melakukan penelitian mengenai **“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN THE WESTLAKE RESTO”**.

1.2. Perumusan Masalah

1. Atribut-atribut rumah makan The Westlake Resto manakah yang memuaskan konsumen?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen rumah makan The Westlake Resto?
3. Apakah terdapat perbedaan kepuasan terhadap berbagai atribut rumah makan The Westlake ditinjau dari segi status konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui profil konsumen rumah makan The Westlake Resto.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen rumah makan The Westlake Resto atas produk dan layanan yang diberikan.
3. Untuk mengetahui secara spesifik atribut-atribut yang memberikan kepuasan kepada konsumen.
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan kepuasan konsumen di rumah makan The Westlake Resto, ditinjau dari status konsumen.

1.4. Kontribusi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi:

1. Bagi The Westlake Resto

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi sebagai masukan bagi perusahaan dalam rangka evaluasi dan pengembangan usaha. Sehingga rumah makan The Westlake resto melakukan pembenahan yang lebih baik dan berguna untuk mengambil keputusan dalam menentukan kebijakan usahanya

2. Bagi Penulis

- a. Merupakan kesempatan yang bagus dan baik untuk menerapkan disiplin ilmu yang telah didapat selama penulis mengikuti kuliah.
- b. Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata 1 yang ditempuh peneliti.

3. Bagi pihak lain

Dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan referensi, bagi pihak-pihak yang ingin mempelajari mengenai pengukuran tingkat kepuasan dan perilaku konsumen dalam membeli suatu produk.

1.5. Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas dengan yang dianalisis maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ditujukan kepada konsumen yang sedang atau sudah pernah berkunjung ke rumah makan The Westlake Resto Yogyakarta.
2. Objek yang diteliti adalah kepuasan konsumen.
3. Atribut yang diteliti yaitu:
 - a. Produk
 - 1.1 Menu masakan yang bervariasi
 - 1.2 Cita rasa makanan yang unik/khas
 - 1.3 Cita rasa makanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen
 - 1.4 Makanan dan minuman yang higienis
 - b. Harga
 - 1.1 Harga makanan/minuman sesuai dengan kualitas rasanya
 - 1.2 Harga makanan/minuman yang dapat bersaing dengan rumah makan lain
 - 1.3 Harga makanan/minuman yang terjangkau oleh para konsumen

- c. Pelayanan
 - 1.1 Kecepatan pelayanan dirumah makan
 - 1.2 Keramahan para karyawan dirumah makan
 - 1.3 Pelayanan dari karyawan tentang keluhan konsumen dirumah makan
- d. Fasilitas tambahan/pendukung
 - 1.1 Tersedianya kamar kecil/toilet yang bersih dirumah makan
 - 1.2 Tempat parkir dirumah makan yang memadai dan aman
 - 1.3 Tersedianya fasilitas area bermain/hiburan dirumah makan
- e. Tempat
 - 1.1 lokasi rumah makan yang mudah dijangkau
 - 1.2 lokasi rumah makan yang strategis
 - 1.3 lingkungan lokasi rumah makan yang nyaman, sejuk dan bersih

BAB V

Kesimpulan

5.1. Simpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap rumah makan The Westlake Resto di Yogyakarta dan setelah melakukan penelitian dan menganalisis data-data pada bagian bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan analisa deskripsi karakteristik responden/ konsumen dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin pria/laki-laki (52%) berusia 16-25 tahun (47%) berstatus belum menikah/belum berkeluarga (61%) dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa (37%) dan berlatar belakang pendidikan lulus SLTA (46%). Sedangkan untuk tingkat pengeluaran perbulan yaitu, > Rp 2.500.001,- (34%) mayoritas berkunjung ke rumah makan The Westlake resto bersama teman (40%) dengan tujuan menikmati hiburan/rekreasi (59%) dirumah makan dan sebagian besar rata-rata jumlah kunjungan konsumen ke The Westlake resto sebanyak 1 (satu) kali (62%) dalam kurun waktu lima (5) bulan terakhir.
2. Berdasarkan hasil analisis Preferensi atribut Kepentingan (*Importance*), atribut yang dianggap paling dianggap penting menurut konsumen adalah atribut Pelayanan (nilai rata-rata atribut 4,63), kemudian atribut Produk

(nilai rata-rata 4,5) atribut selanjutnya adalah Fasilitas (nilai rata-rata 4,5) dan disusul atribut Tempat (nilai rata-rata 4,32) dan yang terakhir adalah atribut Harga (nilai rata-rata 4,24).

3. Berdasarkan hasil analisis Preferensi atribut Kinerja (*Perceived Performance*), atribut yang dianggap paling memuaskan konsumen adalah atribut Fasilitas (nilai rata-rata 4,26), lalu yang selanjutnya atribut Tempat (nilai rata-rata 3,99) sedangkan atribut Pelayanan menduduki peringkat ketiga (nilai rata-rata 3,98), disusul atribut Produk (nilai rata-rata 3,94) dan yang terakhir adalah atribut Harga (nilai rata-rata 3,62).

4. Berdasarkan hasil analisis Diagram Cartesius yaitu:

a. Kuadran A

Pada kuadran ini diketahui bahwa kinerja suatu atribut lebih rendah dari ekspektasi kepentingan konsumen sehingga kinerja perusahaan dapat ditingkatkan agar memenuhi ekspektasi konsumen. Item atribut yang masuk pada kuadran A adalah:

1. Produk 1 (Variasi produk)
2. Produk 2 (Keunikan cita rasa makanan)
3. Produk 3 (Cita rasa sesuai kebutuhan konsumen)
4. Produk 4 (Higienisitas produk)

5. Harga 1 (Kesesuaian rasa dengan kualitas)
6. Harga 2 (Harga bersaing)
7. Harga 3 (Keterjangkauan harga produk)
8. Pelayanan 1 (Kecepatan pelayanan)
9. Pelayanan 2 (Keramahan Karyawan)
10. Pelayanan 3 (Pelayanan keluhan konsumen)
11. Fasilitas 1 (Fasilitas toilet/kamar kecil yang memadai dan bersih)
12. Fasilitas 2 (Fasilitas parkir)
13. Tempat 1 (Kemudahan akses ke lokasi)
14. Tempat 2 (Lokasi Strategis)
15. Tempat 3 (Suasana/*atmosphere* rumah makan).

b. Kuadran B

Perusahaan perlu mempertahankan kinerja, karena antara tingkat kepentingan dan kinerja berada pada tingkat tinggi dan sesuai. Tidak ada item atribut yang berada dalam kuadran B.

c. Kuadran C

Kepentingan/harapan dan Kinerja konsumen berada pada tingkat rendah. Sehingga perusahaan dapat mempertahankan atau mengurangi hasil yang dicapai jika ingin mengefisiensikan sumber daya organisasi. Tidak ada item atribut yang berada dalam kuadran C.

d. Kuadran D

Perusahaan perlu mempertahankan kinerja atau menguranginya karena pada kuadran ini kinerja rumah makan berada pada tingkat tinggi, dengan ekspektasi/kepentingan konsumen berada lebih rendah. Item atribut tersebut yaitu, Fasilitas 3 (Fasilitas hiburan/bermain).

5. Berdasarkan analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) telah diketahui bahwa hasil Indeks Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 284,8 dan berada pada kualifikasi Memuaskan (M). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa konsumen merasa puas terhadap Rumah makan The Westlake Resto, terbukti.
6. Berdasarkan perhitungan uji Chi-Square yang telah dilakukan, diperoleh hasil X^2 hitung sebesar $0,86 \geq 0,05$ (α 5%). Maka kesimpulannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Disimpulkan bahwa, tidak ada perbedaan persepsi terhadap kinerja atribut-atribut yang diteliti berdasarkan profil konsumen status (sudah menikah/berkeluarga dengan yang belum menikah/belum berkeluarga), pada rumah makan The Westlake resto

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah diambil diatas. Maka penulis memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi rumah makan The Westlake Resto dalam pengembangan di masa yang akan datang. Adapun saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Rumah makan The Westlake resto perlu meningkatkan kinerja dari atribut Pelayanan dan Produk, karena pada atribut kepentingan/IM konsumen sangat memperhatikan dan mementingkan atribut ini (urutan pertama dan kedua), namun hasil perhitungan atribut Kinerja/PP hasilnya dirasa masih belum optimal (berada pada urutan 3 dan 4 skala kepuasan). Selain itu perusahaan perlu mempertahankan atribut Fasilitas, Tempat dan Harga, karena pada atribut ini kinerja perusahaan sudah sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen.
2. Berdasarkan analisa diagram Cartesius perusahaan harus meningkatkan kinerja atribut yang masuk pada daerah kuadran A, dimana kinerja atribut tersebut lebih rendah dari ekspektasi kepentingan konsumen sehingga kinerja perusahaan harus ditingkatkan agar optimal sesuai ekspektasi konsumen. Selain itu, perusahaan juga perlu mempertahankan kinerja atribut yang masuk pada kuadran D.

3. Sebaiknya usaha perbaikan kinerja dilakukan secara periodik, karena tuntutan konsumen pasti juga akan berubah seiring dengan perkembangan usaha rumah makan di Yogyakarta yang semakin kompetitif. Pihak rumah makan The Westlake resto sebaiknya memantau dan mencari informasi tentang apa dan bagaimana yang sebenarnya diinginkan konsumen lalu disertai dengan peningkatan kinerja berdasarkan kriteria harapan konsumen tersebut.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*.
Jakarta. Rineka Cipta
- Belch, George E. Dan Michael A. Belch. 2001. *Advertising and Promotion;
Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill.
New York
- Dajan, A. 1991. *Pengantar Metode Statistik*. Jilid 1. Pustaka LP3ES. Jakarta
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1993. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
PT. Gramedia. Jakarta
- Freddy, Rangkuti, 2002. *Measuring Customer Satisfaction* (cetakan ketiga).
PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Alfabeta. Bandung
- Ghozali, Imam, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
Universitas Diponegoro. Semarang
- Hair, Joseph F, 1998. *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall. New Jersey
- Hatch, E dan Farhady, H. 1981. *Research Design and Statistic For Applied
Linguistic*. Newburry House Publisher. Inc. Rowley.
- J, Paul, Peter dan Jerry, C, Olson. 1996. *Perilaku Konsumen*. PT Gelora Aksara
Pratama.
- Kotler, Phillip. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Prehalindo. Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management, The Millenium 1st Edition*. Prentice
Hall. New Jersey

- Kotler, Phillip & Amstrong, Gary. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, Phillip & Amstrong, Gary. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, Phillip & Amstrong, Gary. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta
- Pass, Christopher, dan Lowes, Bryan. 1994. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Edisi kedua. Erlangga. Jakarta.
- Rismiati, Catur E. & Suratno, Ig Bondan. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Kanisius. Jakarta
- Sugiyono. 2007. *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta. Jakarta
- Supranto. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. cetakan kedua. Edisi Baru. Rineka Cipta. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Swastha, Basu & Handoko, Hani, 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.