

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PONDOK MAKAN PELEM GOLEK YOGYAKARTA**



Disusun oleh:

IMMANUEL INDRA SETIAWAN

No Mahasiswa : 11084646

Jurusan : manajemen

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN



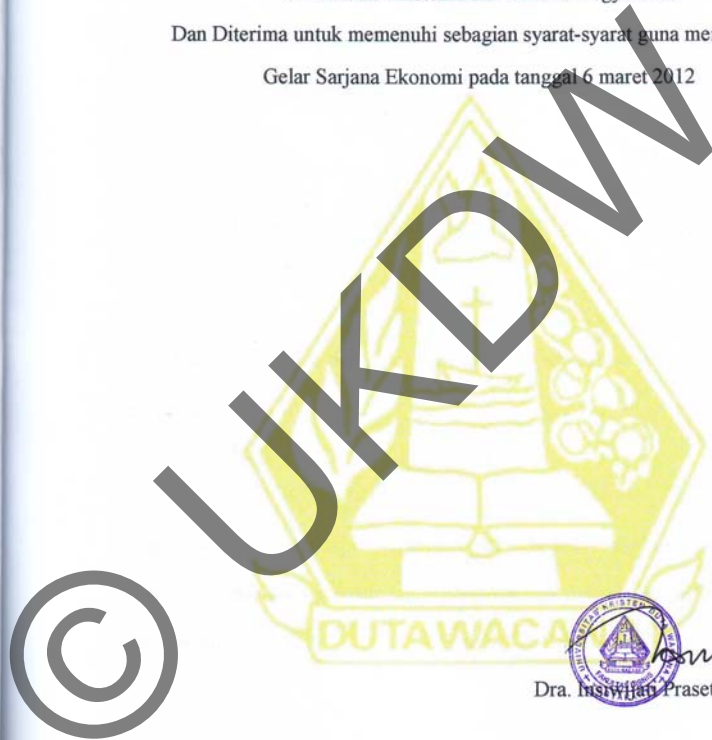
Disetujui

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Agustini", is written above the name.

Dra. Agustini Dyah Respati ,M.B.A

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen Retail
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Dan Diterima untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 6 maret 2012



Mengesahkan
Dekan,


Dra. Insiyah Prasetyaningsih, M.M

Dewan Penguji:

1. Dra. Agustini Dyah Respati, MBA.
2. Petra Surya Mega Wijaya, S.E., M.Si.
3. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec.Dev.



MOTTO

“pikiran sempit mudah dipengaruhi dan dikecewakan oleh nasib malang, tetapi pikiran luas senantiasa berada diatas angin.

Washington Irving

Ketergesaan dalam setiap usaha membawa kegagalan.

Herodotus

Orang beruntung adalah orang sial yang keras kepala dalam mengejar keberuntungannya

Bong Chandra

Penghargaan terbesar yang anda peroleh dari pekerjaan anda bukanlah seberapa besar keuntungan yang anda peroleh, tetapi pertumbuhan yang terjadi pada saat anda melakukannya.

John C. Maxwell

PERSEMBAHAN

© UKDW

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Tuhan Yesus Kristus

Orang tua tercinta

Keluarga besar

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan segala berkat, kemampuan dan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul **“pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek Di Kota Yogyakarta”**, akhirnya dapat diselesaikan.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan, bimbingan, saran dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dra. Agustini Dyah Respati., MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan membimbing, mengarahkan , dan memberikan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan informasi-informasi dan mengajarkan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.
3. Bapak Agus selaku pemilik pondok makan Pelem Golek yang telah memperbolehkan melakukan penelitian di pondok makan Pelem Golek.

4. Buat teman-teman : Redi, Jorgen, Chris, Ricko, Wawan, Daniel, Ferry, Bebek, teman-teman mafia terima kasih atas persahabatan yang terjalin semasa kuliah.
5. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner yang telah diajukan oleh penulis.
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yesus memberkati, menyertai kalian semua.

Yogyakarta, januari 2012

Penulis

Immanuel indra setiawan

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	x
Abstraksi	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2

1.3	Tujuan Penelitian	3
1.4	Manfaat Penelitian	3
1.5	Batasan Penelitian	4

BAB II. LANDASAN TEORI DAN STUDI PUSTAKA/LITERATUR

2.1	Landasan Teori	
2.1.1	Pengertian dan Definisi Kualitas Layanan.....	8
2.1.2	Dimensi Kualitas Layanan	9
2.1.3	Kepuasan Konsumen	10
2.1.4	Hubungan Antar Variabel.....	11
2.1.4.1	Hubungan tangible dengan kepuasan konsumen	11
2.1.4.2	Hubungan reliability dengan kepuasan konsumen	12
2.1.4.3	Hubungan responsiveness dengan kepuasan konsumen.....	13
2.1.4.4	Hubungan assurance dengan kepuasan konsumen	14
2.1.4.5	Hubungan empathy dengan kepuasan konsumen	16
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka pemikiran teoritis	19
2.4	Hipotesis penelitian	19

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Data	
3.1.1	Definisi Data	21
3.1.2	Metode Pengumpulan Data	21

3.2	Uji Kuesioner	22
3.3	Populasi dan sampel	24
3.4	Alat analisis	24
3.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	25
3.4.2	Uji t	25
3.4.3	Uji f	27
 BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Pengujian Instrumen	
4.1.1	Uji Validitas	29
4.1.2	Uji Reliabilitas	30
4.2	Karakteristik Demografi Responden	33
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	35
4.4	Analisis regresi	38
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	42
5.2	Saran	42
5.3	Keterbatasan	43

Daftar Pustaka

Lampiran

ABSTRAKSI

Dewasa ini perkembangan bisnis kuliner yang semakin pesat mendorong setiap pengusaha tertarik untuk berbisnis kuliner karena keuntungan yang menggiurkan. Ada berbagai macam segmen yang bisa dipilih yaitu : segmen bawah, segmen menengah, dan segmen atas. Pilihan segmen dalam menjalankan bisnis sangatlah penting karena harus disesuaikan dengan rasa, tempat, dan harga. Konsumen segmen atas tidak akan memperhatikan harga, tetapi mementingkan rasa dan suasana. Agar tetap bersaing menghadapi banyaknya pesaing, maka faktor yang penting adalah kepuasan konsumen agar tetap berkunjung.

Dengan latar belakang tersebut maka penulis kemudian mengangkat judul “PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PONDOK MAKAN PELEM GOLEK YOGYAKARTA”. Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana pengaruh masing-masing variable dimensi kualitas layanan (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibles*) terhadap kepuasan konsumen, penelitian dilakukan di pondok makan Pelem Golek Yogyakarta dengan sampel sebanyak 100 responden. Respoden diberikan kuisisioner yang berisikan tentang profil responden dan tanggapan mengenai dimensi kualitas layanan pondok makan Pelem Golek. Setelah selesai mengumpulkan data dilakukan uji Hipotesis dengan analisis prosentase dan Regresi Linier Berganda.

Kata Kunci : dimensi kualitas layanan (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibles*), Kepuasan Konsumen.

Bab I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Dalam dunia kuliner yang makin pesat ini yang menuntut kreativitas, rasa, tempat, performa pelayanan, mutu makanan agar dapat *survive* dalam persaingan kuliner saat ini. Persaingan rumah makan yang ketat ini membuat setiap pemilik rumah makan menjadikan tempat makannya sebagai *pioneer* dalam bisnis kuliner, karena setiap orang pasti akan memilih untuk makan di tempat yang memiliki ciri khas masakan tersendiri yang tidak dimiliki oleh rumah makan lain.

Salah satu cara untuk menarik konsumen datang adalah dengan menata tempat, suasana, perabotan dengan rapi sehingga setiap konsumen yang datang merasa nyaman untuk berada di tempat. Para pebisnis yang bergerak dibidang kuliner, saat ini berlomba untuk menjadikan rumah makannya sebagai rumah makan yang memiliki tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, antara lain adalah dengan menyediakan hotspot, makanan kecil pembuka, *live music*, dll.

Pesaing yang ada di desa Sariharjo antara lain: jimbaran, kangen laut, ikan bakar cianjur, pari-pari, pastagio, taipan suki, iga bakar bali, cak gundul, dll. Semua pesaing yang berada di desa Sariharjo bukanlah pesaing yang mudah, tetapi memiliki kekuatan yang bisa disetarakan dengan pondok makan Pelem Golek, tetapi pondok makan Pelem golek

menyediakan sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan para pesaingnya. Contoh: memiliki pemandangan alam yang baik, karena dekat dengan sungai, tempat lesehan yang luas, parkir yang luas.

Pondok makan Pelem Golek adalah salah satu rumah makan yang mementingkan kepuasan konsumen yang terletak di Desa Sariharjo Sleman Yogyakarta. Desa Sariharjo dijadikan desa kuliner karena memiliki rumah makan dan resto yang sangat banyak. Sehingga, orang dapat leluasa untuk memilih. Persaingan rumah makan atau resto di Desa Sariharjo sangatlah ketat, sehingga setiap pemilik rumah makan akan saling berlomba untuk menjadikan rumah makan miliknya menjadi tempat yang paling disukai oleh konsumen.

Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, pondok makan Pelem Golek yang terletak di Desa Sariharjo Sleman Yogyakarta, menawarkan keunggulan yang berbeda dengan pesaing yang berada di Desa Sariharjo tersebut. Pondok makan Pelem Golek memiliki tempat yang membuat nyaman para konsumen. Selain itu, lesehan di dekat pinggiran sungai, parkir yang luas, tempat bermain anak-anak serta penyajian live music yang menghibur para konsumen yang datang ke pondok makan Pelem Golek diharapkan mampu membuat nyaman konsumen berbagai macam layanan tersebut menjadi strategi pondok makan Pelem Golek menghadapi persaingan kuliner di desa Sariharjo.

1.2 Perumusan Masalah.

Dari uraian diatas maka permasalahan yang akan diteliti adalah :

- a. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan *tangible* terhadap kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek?
- b. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan *reliability* terhadap kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek?
- c. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek?
- d. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan *assurance* terhadap kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek?
- e. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah menguji apakah dimensi kualitas layanan yang terdiri dari (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) mempengaruhi kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek di Desa Sariharjo Sleman Yogyakarta.

. b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu manager perusahaan dalam mengambil keputusan dalam melakukan peningkatan kepuasan konsumen rumah makan ini.

c. Bagi Pihak lain

Digunakan sebagai referensi dan perbandingan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen pondok makan Pelem Golek di Yogyakarta.

1.5 Batasan Masalah

Pada penelitian ini penulis membatasi permasalahan yang ada agar pemecahan masalah lebih terarah. Batasan yang diteliti berupa:

- a. Responden adalah pelanggan pondok makan Pelem Golek yang pernah datang ke pondok makan Pelem Golek minimal sebanyak dua kali.
- b. Variabel dimensi kualitas layanan yang diteliti meliputi : tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy
- c. Variabel dimensi kualitas layanan yang diteliti meliputi :

1. *Reliability* : kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dan akurat. Realibility pelayanan pondok makan Pelem Golek diukur melalui tempat nyaman,

pelayanan cepat, parkir luas, menu yang ditawarkan beraneka ragam.

2. *Tangibles*: penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan komunikasi.

Tangible pelayanan pondok makan Pelem Golek diukur melalui: tempat lesehan, gubuk makan yang tersedia, peralatan makan, kebersihan tempat, kerapihan pakaian para pelayan.

3. *Responsiveness*: kemampuan untuk membantu pelanggan menyediakan service yang cepat. Responsiveness pelayanan pondok makan Pelem Golek diukur melalui: service yang disediakan cepat.

4. *Assurance*: pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan terhadap konsumen. Assurance pelayanan pondok makan Pelem Golek diukur melalui: kesopanan karyawan pondok makan Pelem Golek terhadap konsumen, kemampuan karyawan memahami produk yang ditawarkan.

5. *Empaty*: kepedulian individual kepada konsumen. Empathy pelayanan pondok makan Pelem Golek diukur melalui kepedulian pelayan terhadap konsumen, keluhan yang disampaikan ditanggapi dengan baik.

Kepuasan konsumen adalah:

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi karena para

konsumen yang hanya merasa puas mudah untuk berubah pikiran apabila mendapat tawaran yang lebih baik. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek, bukan hanya preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi (Kotler 1997 : 36). Sedangkan menurut Engel dalam Tjiptono (1998 : 29), mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah evaluasi purna beli dalam alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen sedangkan ketidakpuasan diperoleh ketika tidak memenuhi harapan konsumen.

- d. Profil Responden meliputi : Nama, Frekuensi kunjungan ke pondok makan Pelem Golek, Jenis kelamin, Usia.

Bagian 1

Profil Responden

1. Nama (boleh tidak diisi)

Beri tanda (√) dalam kotak yang sesuai

2. Berapa kali anda telah datang ke pondok makan Pelem golek?

- 3-4 kali
- 5-6 kali
- Lebih dari 7 kali

3. Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

4. Usia/umur

- Kurang dari 20 tahun
- 20 s/d 25 tahun
- Lebih dari 25 tahun



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Bab IV sebelumnya, maka pada Bab V ini peneliti dapat memberikan kesimpulan serta mengajukan saran sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa:

- a. Secara simultan kualitas layanan (reliability, tangible, responsiveness, assurance dan empathy) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. Secara partial dimensi reliability tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- c. Secara partial dimensi tangible tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- d. Secara partial dimensi responsiveness tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- e. Secara partial dimensi assurance berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- f. Secara partial dimensi empathy berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Rumah Makan Pelem Golek

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen hanya dipengaruhi oleh dimensi assurance dan empathy. Berdasarkan hal tersebut,

pihak manajemen jika ingin meningkatkan kepuasan konsumen dapat meningkatkan dimensi yang lain misalnya dimensi reliability, tangible, responsiveness.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai kepuasan konsumen diharapkan menambahkan variabel lain sehingga kepuasan konsumen semakin ter jelaskan.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

- a. Berdasarkan pertimbangan waktu, tenaga dan biaya sehingga kajian terhadap obyek penelitian dan jumlah sampel yang terbatas.
- b. Penelitian ini terbatas pada dimensi kualitas layanan pondok makan Pelem Golek dan belum mampu menjawab semua aspek dari kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar , Saifuddin, *Reliabilitas dan Validitas*.1997. Pustaka Pelajar Offset.
- Basu, swasta dan T. Hani Handoko. 1982. *Manajemen Pemasaran*, BPFE Yogyakarta.
- Fitzsimmons James & Mona J Fitzsimmons. 1994. *Service Management For Competitive Advantage*, New York : Mc Graw-Hill Inc
- Hasan, 2006. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta : Erlangga
- Imam Ghozali.2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler philip. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Indonesia, Prehallindo
- Kotler, Philip dan susanto A.B.1999. *manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaana dan Implementasi dan Pengendalian*, Edisi I, Buku I, Salemba Empat. Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1,. Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga
- Kotler Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi kesebelas. Klaten : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kuncoro, Mudrajad.2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Parasuraman, zeithaml, A.V. dan Berry, L.L.1994. “*Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Furter Research*”, *Journal of Marketing*, Vol 59: 111.124.

Parasuraman, 1991. *The behavioral consequences of service quality* New York

Ramdan, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Bandung, Penerbit Alpha Beta

Rangkuti Freddy, 2002, *Measuring Customer Satisfaction*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Swastha, Basu D.H dan Irawan.1983. *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi kedua, Jakarta, Erlangga.

Sugiono, 1999. *Metode penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2003. *Statistik Untuk Penelitian*. Edisi V, Bandung, Penerbit Alpha Beta.

