

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED SERVICE QUALITY
TOWARD CUSTOMER SATISFACTION OF BUNGONG**

JEUMPA YOGYAKARTA

SKRIPSI



Created By:

TAMARA SUSANTI

No. Mhs: 11110029

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2014

**PENGARUH PERSEPSI ATAS KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN RESTAURANT BUNGONG JEUMPA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh:

TAMARA SUSANTI

NIM : 11110029

JURUSAN : MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2014

Halaman Pengesahan

Skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI ATAS KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN RESTAURANT BUNGONG YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

TAMARA SUSANTI

11110029

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 12 DEC 2014

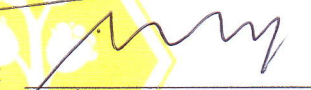
Nama Dosen

Tanda Tangan

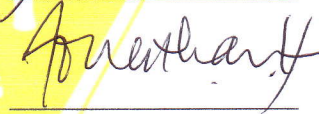
1. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi
(Ketua Tim)



2. Ety Istriani, Dra, MM
(Dosen Penguji)



3. Jonathan Herdioko, SE, MM
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, 15 DEC 2014

Disahkan Oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



Dr. Singgih Santoso, MM



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI ATAS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTAURANT BUNGONG JEUMPA YOGYAKARTA

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

Yogyakarta, 26 November 2014



TAMARA SUSANTI

11110029

HALAMAN KATA MUTIARA DAN MOTTO

“ Takut akan Tuhan Adalah permulaan Ilmu Pengetahuan, Tetapi Orang Bodoh Menolak Hikmat Dan Didikan ”

*“A dream is a wish your heart makes, when you're fast asleep.”
(Walt Disney Company, Cinderella: A Little Golden Book)*

*“Books are the quietest and most constant of friends; they are the most accessible and wisest of counselors, and the most patient of teachers.”
(Charles William Eliot)*

*“And, when you want something, all the universe conspires in helping you to achieve it.”
(Paulo Coelho, The Alchemist)*

*” To teach is to learn twice.
(Joseph Joubert)*

*“If parents want to give their children a gift, the best thing they can do is to teach their children to love challenges, be intrigued by mistakes, enjoy effort, and keep on learning.”
(Carol S. Dweck)*

*“Twenty years from now you will be more disappointed by the things that you didn't do than by the ones you did do. So throw off the bowlines. Sail away from the safe harbor. Catch the trade winds in your sails. Explore. Dream. Discover.”
(H. Jackson Brown Jr.)*

*“But even if we don't have the power to choose where we come from, we can still choose where we go there.”
(Stephen Chbosky: The Perks of Being a Wallflower)*

*“The clock is running. Time waits for no man. Yesterday is history. Tomorrow is a mystery. Today is a gift. That's why it is called the present.”
(Alice Morse Earle)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

(“,) Tuhan Yesus Kristus.

(“,) Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

(“,) Rumah Makan Bungong Jeumpa Yogyakarta.

(“,) Salah satu dosen idola saya Ibu Dra. Purwani Retno Andalas, MM.

(“,) Keluarga besar tersayang yang selalu mendukungku.

(“,) Sahabat-sahabatku Brinziva dan WET dan teman-teman lainnya.

(“,) Seseorang yang menjadi penyemangatku, terimakasih banyak. Semangat ya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Persepsi atas Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restaurant Bungong Jeumpa di Yogyakarta" dengan lancar dan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Selama pembuatan skripsi ini penulis juga mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan penyertaan-Nya selama menempuh kuliah hingga pembuatan skripsi, sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Purwani Retno Andalas, Dra, MM, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan serta masukan kepada penulis selama proses pembuatan skripsi dari awal hingga selesai.
3. Para dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis selama pengujian skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa membagi ilmu dan mendidik penulis.

5. Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta sebagai tempat penulis menimba Ilmu.
6. Para staf admin Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang turut membantu penulis memperoleh informasi.
7. Rumah Makan Bungong Jeumpa tempat penulis meneliti.
8. Segenap responden yang membantu penulis dalam menghimpun data penelitian ini.
9. Orang tua dan saudara-saudara yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
10. Sahabat-sahabatku tersayang Claresta Dianita Amd, Keb, Agnes Kurnia Ratri. Amd, Deni Putra Perdana, Astika Daniar, Wibby Muskita, Eva Amelia Wenny Hardyanto dan Rosana Secoadi yang telah mau membantu dan menghibur penulis selama pengerjaan skripsi ini
11. Teman-teman yang memberikan motivasi dan masukan kepada penulis.

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu sangat diharapkan masukan dari pembaca baik berupa saran maupun kritik. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Desember 2014

Tamara Susanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN KATA MUTIARA DAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Penelitian	5
1.5 Kontribusi Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7

BAB II. LANDASAN TEORI, STUDI PUSTAKA, DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Konsep Jasa atau layanan.....	10
2.1.3 Pemasaran Jasa.....	12
2.1.4 Konsep Kualitas Layanan	12
2.1.5 Konsep persepsi	14
2.1.6 Konsep Perceived Service Quality.....	14
2.1.7 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.8 Hubungan Persepsi Kualitas Layanan kepuasan	24
2.1 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	27
2.3 Kerangka Penelitian	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	29

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Data	29
3.2 Pengumpulan Data	30
3.3 Definisi Variabel Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.3.1 Definisi Variabel Operasional.....	33
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	34
3.4 Metode Analisis Data	34
3.4.1 Uji Validitas.....	34
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	35

3.4.3 Analisis Deskriptif.....	36
3.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.4.5 Uji Hipotesis.....	38
 BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Deskriptif	40
4.2 Karakteristik profil Responden	41
4.3 Analisis Data Penelitian	47
4.3.1 Uji Validitas.....	48
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.3.4 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	52
4.3.5 Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	56
4.3.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	58
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	66
5.3 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	69
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2.2	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3.1	Definisi Variabel Operasional	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan....	44
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	45
Tabel 4.7	Karakteristik Reponden Berdasarkan Partner Kunjungan	46
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Bungong Jeumpa	47
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.15	Nilai Uji t	53
Tabel 4.16	Nilai Uji F	57
Tabel 4.17	Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	27

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Analisis Frekuensi Data Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

©UKDW

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pelanggan atas kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bungong Jeumpa di Yogyakarta. Variabel dalam bebas dalam penelitian ini adalah kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner dan data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria masyarakat yang pernah berkunjung dan membeli produk Bungong Jeumpa dan berdomisili di Yogyakarta.

Dari hasil pengujian dan analisis diketahui bahwa variabel bebas (kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil) secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) Bungong Jeumpa, serta koefisien determinasi sebesar 51,3% yang berarti 51,3 % variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, yang terdiri dari dari kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil.

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of customer perception of service quality on customer satisfaction in Bungong Jeumpa Yogyakarta. Independent variables in this study are the quality of the interaction, quality of physical environment, and quality of results. The dependent variable in this study is customer satisfaction.

The method of data collecting is by using questionnaire and data were analyzed using the multiple linear regression analysis. This study took a sample of 100 respondents. Samples are selected by purposive sampling criteria and communities who've been buying products of Bungong Jeumpa in Yogyakarta.

The test results and analysis show that the independent variables (interaction quality, physical environment quality and outcome quality) simultaneously and partially have a significant effect on the dependent variable (customer satisfaction) in Bungong Jeumpa and determination coefficient of 51.3%, which means 51.3% variable customer satisfaction can be explained by the variable quality of service, which consists of the quality of the interaction, the quality of the physical environment, and the quality of the results.

Keywords: quality of service, quality of interaction, physical environment quality, outcome quality, customer satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri jasa restoran di Indonesia saat ini bisa dikatakan sangatlah berkembang dimana bisa dilihat semakin maraknya jasa restaurant maupun kafe yang berkonsep unik dan juga bisa ditemui hampir di setiap tempat yang strategis. Hal tersebut didorong dengan semakin tinggi pola hidup masyarakat Indonesia untuk memanfaatkan suatu tempat seperti restaurant maupun kafe tidak hanya sebagai tempat makan atau bersantai namun untuk melakukan prospecting business dengan relasi dimana sering terjadi perjanjian-perjanjian bisnis disuatu restaurant maupun kafe.

Melihat fenomena tersebut para pelaku bisnis di bidang jasa rumah makan yang ada seakan berlomba untuk memanfaatkan peluang yang dengan mencoba bergerak dalam bidang usaha tersebut dengan mengusung tema yang unik. Pemilihan tema atau konsep yang unik diharapkan bisa membantu menarik pelanggan. Dibantu dengan kecanggihan media sosial yang bisa membantu dalam meningkatkan promosi ke pelanggan.

Masyarakat Indonesia saat ini sendiri cenderung memiliki perilaku yang lebih cermat dalam memilih suatu jasa atau produk yang akan mereka pakai seperti mencari informasi melalui internet maupun orang lain. Biasanya dari berbagai informasi yang telah didapat tersebutlah masyarakat akan memiliki

gambaran apakah akan memilih tempat tersebut untuk menikmati menu yang diinginkan atau memilih tempat lain yang memiliki menu sejenis namun kualitasnya baik. Masyarakat memilih tempat makan atau restoran saat ini berdasarkan referensi dari pelanggan sebelumnya yang bisa didapatkan melalui media sosial maupun hasil bertukar pikiran. Kepuasan akan jasa yang telah dilakukan bisa memberikan pengaruh bagi pelanggan lainnya karena persepsi yang diberikan dari pengalaman orang lain.

Perkembangan pola hidup tersebut juga telah berkembang di Yogyakarta sebagai kota yang sedang berkembang dan sangat dinamis dimana terdapat berbagai macam latar belakang asal masyarakat yang saat ini tinggal. Sebagian besar merupakan pendatang yang memiliki tujuan untuk menimba ilmu dan bekerja sehingga seringkali mereka merindukan makanan khas dari daerah asal mereka. Dari fenomena tersebut maka bermunculan restoran yang menawarkan menu khas daerah masing-masing. Bungong Jeumpa sendiri merupakan restoran yang mengusung konsep menu khas Aceh yang bisa dinikmati oleh para pelanggannya yang merindukan makanan asli daerah Aceh. Saat ini Bungong Jeumpa telah memiliki banyak cabang yang terdapat di beberapa tempat strategis di kota Yogyakarta dan berpusat di Jalan R.W Monginsidi no 12, Yogyakarta. Cita rasa yang ditawarkan tersebut juga telah disesuaikan dengan lidah Masyarakat kota Yogyakarta dimana pelanggan yang datang juga bukan merupakan masyarakat asli Aceh. Selain menu pokok seperti mie, nasi goreng, martabak dan cane terdapat pula minuman khas yaitu kopi aceh serta teh tarik yang menjadi salah satu ciri dari kuliner Aceh.

Restoran Bungong Jeumpa bisa dikatakan menjadi salah satu pioneer dalam menyajikan menu-menu masakan khas Aceh karena telah berdiri sejak tahun 2002 sehingga menjadi salah satu tujuan utama bila ingin menyantap menu khas Aceh. Bungong Jeumpa tidak hanya menawarkan sajian menu yang memang terkenal enak namun juga kenyamanan restaurant selama pelanggan berada disitu, dilihat dari pemilihan warna dan juga interior di restaurant mereka. Tetapi dilihat dari perkembangan yang terus positif maka sama seperti industri lainnya pasti akan muncul para pesaing maupun *follower* yang bisa menjadi ancaman bagi kelangsungan bisnis Bungong Jeumpa ditahun berikutnya. Sejauh ini terdapat dua pesaing dibidang usaha sejenis yaitu Resto Narasa dan Chie Rasa, kedua restoran ini sama-sama menawarkan menu khas Aceh, dimana masing-masing memiliki keunggulan dalam mengolah sajian yang mereka tawarkan.

Dalam bidang industri jasa seperti restoran, kualitas dari layanan merupakan salah satu hal yang penting dan perlu diperhatikan untuk meningkatkan nilai dimata pelanggannya secara keseluruhan, selain menu yang ditawarkan dan juga kenyamanan tempat yang dihadirkan ketika menikmati menu yang dipilih. Dimana seorang pelanggan akan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan persepsi yang mereka miliki. Kualitas layanan yang ditawarkan seorang pelaku usaha di bidang industri restaurant juga harus selalu ditingkatkan agar dapat memberikan layanan yang terbaik sehingga pelanggan akan merasa puas.

Untuk itu berdasarkan latar belakang yang telah diuraikann di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“ PENGARUH PERSEPSI ATAS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTAURANT BUNGONG JEUMPA YOGYAKARTA”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang diajukan adalah:

1. Apakah persepsi pelanggan atas kualitas interaksi perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah persepsi pelanggan atas kualitas lingkungan fisik perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah persepsi pelanggan atas kualitas hasil perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah Persepsi pelanggan atas Kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Bungong Jeumpa Yogyakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis apakah persepsi pelanggan atas kualitas interaksi perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis apakah persepsi pelanggan atas kualitas lingkungan fisik perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Menganalisis apakah persepsi pelanggan atas kualitas hasil perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Menganalisis apakah persepsi pelanggan atas kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil yang berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Bungong Jeumpa Yogyakarta.

1.4 Batasan Penelitian

1. Penelitian dilakukan pada konsumen yang pernah berkunjung ke dan mengkonsumsi produk Bungong Jeumpa Yogyakarta
2. Cakupan lokasi penelitian terbatas di wilayah Yogyakarta
3. Jumlah responden adalah 100 orang.
4. Variabel dalam penelitian meliputi:
 1. Variabel terikat (Y) : Kepuasan konsumen
 2. Variabel bebas (X) : Komponen variabel kualitas layanan
 - a. Kualitas interaksi
Memiliki tiga subdimensi yaitu: sikap, perilaku dan keahlian.
 - b. Kualitas lingkungan fisik
Digambarkan dengan tiga subdimensi yaitu: kondisi lingkungan, desain, dan faktor sosial.
 - c. Kualitas hasil
Yaitu waktu tunggu, bukti nyata dan valensi atau ukuran tentang pengalaman yang didapat bisa baik ataupun jelek.

1.5 Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kontribusi teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi bacaan yang bersifat ilmiah guna mendukung dan memberi informasi hasil penelitian di bidang pemasaran.

2. Kontribusi praktis

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam membuat keputusan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atau menerapkan strategi pemasaran yang tepat di masyarakat yang dapat berguna di masa mendatang.

2. Bagi Penulis

a. Untuk menambah wawasan dan menerapkan ilmu pemasaran yang telah didapat penulis.

b. Mempelajari pengaruh persepsi konsumen atas kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restaurant Bungong Jeumpa.

3. Bagi pihak lain

Sebagai bahan pertimbangan dan acuan untuk membantu pihak yang berminat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Restaurant Bungong Jeumpa.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, metode penelitian, analisis data dan sistematika pembahasan yang digunakan untuk melaporkan hasil penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini membahas mengenai teori-teori, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah mengenai pemasaran, konsep jasa, persepsi pelanggan, kualitas layanan jasa dan kepuasan pelanggan.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan teknik pengambilan sampel yang digunakan, jenis data, bentuk penelitian, waktu penelitian serta metode analisis data.

BAB IV: Analisis

Berisi penguraian hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari pengujian hipotesis, karakteristik responden, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, dan analisis data.

BAB V : Simpulan dan Saran

Berisi simpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran yang diberikan.

©UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh persepsi atas kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bungong Jeumpa di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakter Responden

- a. Berdasarkan jenis kelamin disimpulkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin perempuan.
- b. Berdasarkan usia disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden usia 21-30 tahun.
- c. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden berpendidikan SMA.
- d. Berdasarkan pekerjaan disimpulkan bahwa paling banyak responden pelajar/ mahasiswa.
- e. Berdasarkan pengeluaran per bulan disimpulkan bahwa yang paling banyak adalah Rp \leq 1.000.000
- f. Berdasarkan jumlah kunjungan dalam dua bulan terakhir terbanyak adalah melakukan kunjungan 1 kali.
- g. Berdasarkan partner kunjungan disimpulkan bahwa paling banyak mengunjungi Bungong Jeumpa bersama teman.

- h. Berdasarkan lokasi cabang bungong jeumpa yang sering dikunjungi adalah yang berada di Ruko Demangan Niaga.

2. Pengaruh Persepsi atas Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan Restaurant Bungong Jeumpa di Yogyakarta

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Interaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Bungong Jeumpa di Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima
2. Kualitas Lingkungan Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Bungong Jeumpa di Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
3. Kualitas Hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Bungong Jeumpa di Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima
4. Kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Bungong Jeumpa secara simultan. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
2. Cakupan jumlah responden dalam penelitian ini terbatas hanya 100 orang responden.
3. Penelitian terbatas pada wilayah kota Yogyakarta.
4. Survei hanya dilakukan pada waktu tertentu yaitu siang dan sore hari.
5. Kuesioner disebarakan sebelum dan setelah konsumen dilayani.
6. Lokasi penelitian objek yang disama ratakan dapat menjadi bias hasilnya karena masing-masing lokasi bungong jeumpa memiliki kualitas layanan yang tidak selalu sama.

6.3 Saran

a. Bagi Perusahaan

1. Dalam variabel kualitas interaksi yang menunjukkan bahwa interaksi mempengaruhi kepuasan pelanggan Bungong Jeumpa. Maka itu, Bungong Jeumpa perlu untuk selalu menjaga kinerja karyawan dalam melayani pelanggan seperti melakukan pelatihan secara rutin dalam beberapa bulan sekali, sehingga pelanggan akan tetap merasa puas karena sesuai dengan persepsi yang diharapkan.

2. Variabel kualitas lingkungan fisik juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bungong Jeumpa sehingga pihak manajemen harus berusaha meningkatkan dan mempertahankan kualitas lingkungan fisik dengan memperbaharui atau memperbaiki fasilitas-fasilitas yang sudah rusak. Menciptakan desain lingkungan fisik yang unik sehingga pelanggan tidak bosan.
3. Variabel kualitas hasil juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bungong Jeumpa. Langkah yang sebaiknya dilakukan adalah meningkatkan kualitas hasil seperti pemberian standar waktu dalam menyajikan dan mengolah menu yang dipesan pelanggan, dimana bila lebih dari waktu yang digunakan melebihi standar yang sudah ditetapkan maka pelanggan akan mendapatkan bonus maupun potongan diskon. Hal tersebut juga merupakan salah satu cara untuk menarik minat pelanggan untuk datang kembali yang didasari oleh rasa puas saat berkunjung ke Bungong Jeumpa.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah cakupan jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak.
3. Peneliti diharapkan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi atas kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bungong Jeumpa.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian.
5. Peneliti diharapkan menyebar kuisioner setelah pelanggan selesai melakukan pembayaran atau menikmati sajian Bungong Jeumpa, agar kepuasan pelanggan dapat diukur dengan lebih tepat.
6. Bagi Peneliti selanjutnya dapat memilih salah satu lokasi yang dapat mewakili objek yang diteliti sehingga hasilnya tidak bias bila diambil dari salah satu lokasi, dimana memiliki kualitas layanan yang tidak selalu sama dalam melayani pelanggan. Sebab tidak bisa disama ratakan antara satu lokasi dengan lokasi yang lainnya ketika memberikan layanan kepada pelanggan.

Daftar Pustaka

- Azwar, S.2003. ,Metode Penelitian, Edisi Pertama, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hendra, John. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto Palembang. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi, i(3):265-293
- Hurriyati, Ratih. 2010. “Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen”. Bandung, Alfabeta
- Kotler, P & Armstrong, G, 2008. Prinsip-Prinsip pemasaran 1. Edisi keduabelas. Jakarta. Erlangga.
- Ps, Djarwanto & Pangestu Subagyo. 2000. Statistik Induktif. Yogyakarta: BFKE Yogyakarta.
- Remiasa, Marcus. 2007. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffe Shop Asing Dan Coffe Shop Lokal. Jurnal Manajemen Perhotelan.
- Siregar, Syofian. 2010. Statistik deskriptif untuk penelitian dilengkapi perhitungan manual spss versi 17. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono 2003. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan kelima. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2011. Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS +CD. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2007, Strategi Pemasaran. Edisi ke dua, Yogyakarta. : Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2008, Pemasaran jasa. Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, F. Chandra, G & Adriana, D. 2008, Pemasaran Strategik. Malang: Penerbit Andi.
- Winarta, Randy.2013. Pengaruh Kualitas Layanan Rumah Makan Bromo Asri terhadap Kepuasan. Jurnal Manajemen Pemasaran,1 (I):1-10