

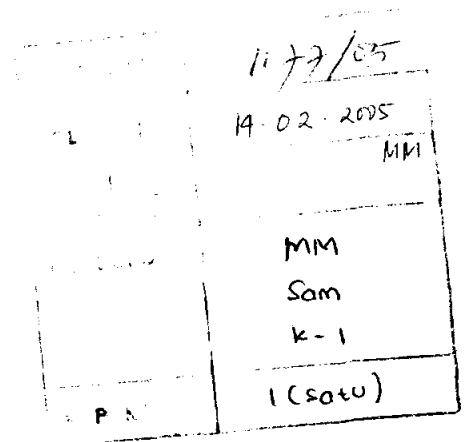
**KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
XYZ SURABAYA : SUATU STUDI AWAL**

TESIS

OLEH :

ANTONIO SAMIADJI, S.T

NIM : 8112402003



**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER**

2003

**KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
XYZ SURABAYA: SUATU STUDI AWAL**

TESIS
Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
dalam menyelesaikan program Magister
Manajemen

OLEH

ANTONIO SAMIADJI, S.T
8112402.003

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
2003

Halaman Penetapan Panitia Penguji Tesis

Tesis ini telah diuji dan dinilai

oleh Panitia Penguji pada

Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 21 bulan April Tahun 2004

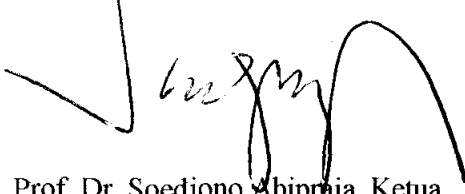
Panitia Penguji

- 1. Prof. Dr. Soedjono Abipraja**
- 2. Prof. V. Henky Supit, S.E.,Ak**
- 3. Dr. rer. pol. Debby Ratna Daniel**

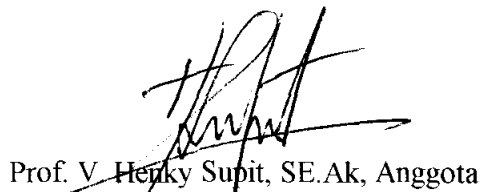
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

Tesis oleh Antonio Samiadji Hartanto NRP. 8112402.003 ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 21 April 2004.

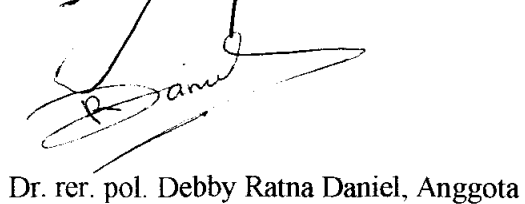
Dewan Penguji,



Prof. Dr. Soedjono Abipriaja, Ketua



Prof. V. Henky Supit, SE.Ak, Anggota



Dr. rer. pol. Debby Ratna Daniel, Anggota

Mengetahui,

Direktur PPS



Prof. E. Sadtono, Ph.D.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya, sehingga penyusunan tesis yang berjudul “KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN XYZ SURABAYA: SUATU STUDI AWAL“ dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam penyelesaian tesis ini, diterapkan segala sesuatu yang diperoleh dengan baik melalui kuliah, buku-buku (literatur), maupun dari bimbingan dosen, sehingga diharapkan tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi pihak yang berkepentingan. Penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. E. Sadtono, Ph.D, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala yang telah menyetujui tesis ini
2. Prof. V. Hengky Supit, SE.Ak, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis hingga terselesainya tesis ini
3. Handoko Sasmita, M.B.A, selaku dosen program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mencurahkan perhatian dan bantuannya dalam membimbing penulis untuk mengolah data statistik dalam tesis ini
4. Seluruh dosen yang telah membimbing baik secara formal maupun informal selama masa kuliah dan penyusunan tesis ini

5. Karyawan dan pihak perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala yang telah membantu menyediakan literatur yang bermanfaat untuk penulisan tesis ini.
6. Sdr. Jucky Santosa, S.E.,MIM, yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan dan memberikan pengarahan hingga terselesainya tesis ini
7. Sdri. Ruth Noviana, sebagai calon istri yang telah setia membantu penulis dari awal sampai dengan akhir pembuatan tesis ini
8. Papa, Mama dan Sdr. Andri yang telah memberikan dukungan dan bantuan doa sehingga dapat diselesaikannya tesis ini
9. Mami, sebagai orang tua yang telah memberikan dukungan moril dan materil pada penulis untuk studi Program Pascasarjana di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Akhir kata, penulis memohon maaf sebelumnya apabila ada kesalahan-kesalahan yang tidak disadari dan semoga tesis ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, April 2004

Penulis

ABSTRAKSI

Dalam jaman sekarang ini, dunia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tuntutan-tuntutan yang dibutuhkan oleh setiap orang juga semakin kompleks seiring dengan perkembangan zaman. Konsumen yang sedang berubah, dan semakin tinggiuntutannya, memang menjadi pihak yang amat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang masih bisa bertahan tentulah perusahaan yang sanggup menyelami dan memuaskan harapan mereka. “Dahulu kala” konsumen masih bisa dipaksa membeli produk ala kadarnya. Tetapi sekarang kondisinya sudah berubah. Konsumen menuntut adanya pilihan dan beberapa pertimbangan. Hal tersebut tidak terjadi pada industri manufaktur saja, namun industri jasa juga mengalami hal yang sama, khususnya industri rumah makan.

Rumah makan “XYZ” ingin mengetahui perbedaan antara harapan dan persepsi konsumennya berdasarkan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih rumah makan. Oleh karena itu dalam penelitian ini dirancang suatu metode penelitian dengan menggunakan jenis penelitian konklusif deskriptif yang menguji suatu hipotesis spesifik yang menggambarkan serta menjelaskan adanya perbedaan persepsi dan ekspektasi kualitas layanan yang diberikan oleh XYZ di Surabaya.

Pertama-tama dilakukan *Focus Group Discussion* untuk mengetahui variabel-variabel mana saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih rumah makan “XYZ”. Melalui *Focus Group Discussion* didapatkan beberapa variabel yang kemudian dijabarkan dalam kuesioner dan data yang diperoleh melalui kuesioner tersebut diolah dengan menggunakan Faktor Analisis sehingga dihasilkan beberapa faktor. Dan atas dasar faktor-faktor tersebut dilakukan uji beda untuk mengetahui kepuasan konsumen rumah makan “XYZ”.

Dalam penelitian ini, hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa terdapat 12 faktor yang berbeda antara persepsi dan ekspektasi konsumen rumah makan “XYZ”. Dan pada akhir penelitian ini dikemukakan saran-saran yang bertujuan untuk perbaikan kualitas layanan demi terciptanya kepuasan konsumen rumah makan “XYZ”.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

In this new age, the world has changed and is growing rapidly. Demands required by consumer are progressively getting complex. Consumers, who are changing, truly become an important part of the company existence. The company, which is able to see through and gratify the expectations of its consumers, could still exist. In the past, consumers could be forced to buy a general product, but now the condition has changed. The consumers need choices and have some considerations, and such a condition does not just belong to manufacturing industry, but the service industry as well, especially in the restaurant.

Restaurant "XYZ" wishes to know the difference between expectation and perception of its consumers, based on the factors that are considered by consumers in choosing a restaurant. Therefore in this research, the researcher designed a research method using conclusive descriptive statistics to test a specific hypothesis that describes and explains the consumer's different perceptions and expectations.

Focus Group Discussion is conducted to know particular variables, which are considered by consumers in choosing a restaurant. Those variables are formulated in a questionnaire form, and are processed using Factor Analysis and then some factors, as the result of Factor Analysis, can be obtained. And based on those factors, the researcher used paired samples t-test to test for differences in the means of paired samples

In this research, the result of statistical calculation indicates that there are twelve different factors. To conclude, suggestions are given to improve the service quality of restaurant "XYZ" and to achieve customer satisfaction.

Keywords: Factor Analysis, Customer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x

BAB	HALAMAN
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Manfaat Penelitian.....	2
2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Antara Ekspektasi dan Kenyataan.....	3
2.2. Ekspektasi Servis.....	3
2.3. Komunikasi Verbal.....	5
2.4. Kebutuhan Pribadi.....	6
2.5. Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Perusahaan.....	7
2.6. Service Gap.....	8
2.7. Mengelola Persepsi Dan Ekspektasi.....	12
2.8. Konsep Inti Pemasaran.....	12
2.9. Kebutuhan, Keinginan Dan Permintaan.....	13
2.10. Moment Of Truth.....	14
2.11. Produk (Barang, Jasa, Gagasan).....	14
2.12. Layanan.....	15
2.13. Kualitas Layanan.....	19
2.14. Argumentasi Teoritis Mengenai Perbedaan Kualitas Layanan.....	21
3. KERANGKA ALUR BERPIKIR DAN HIPOTESIS PENELITIAN..	25
3.1. Kerangka Alur Berpikir.....	25
3.2. Hipotesis.....	26

4. METODE PENELITIAN.....	27
4.1. Rancangan Penelitian.....	27
4.2. Populasi, Sampel, Besar Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
4.3. Variabel Penelitian.....	28
4.4. Instrumen Penelitian.....	32
4.5. Prosedur Pengumpulan Data.....	32
4.6. Cara Analisis Data.....	32
5. ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	34
5.1. Data Penelitian.....	34
5.2. Analisis Dan Hasil Penelitian.....	37
6. PEMBAHASAN.....	39
6.1. Pembahasan Analisis Faktor.....	39
6.2. Penamaan Faktor.....	42
6.3. Pembahasan uji t untuk tiap faktor.....	43
7. SIMPULAN DAN SARAN.....	45
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
5.1. Ringkasan hasil pengujian hipotesis dengan SPSS.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Ekspektasi Servis.....	4
2.2. Atribut Produk.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Kuesioner Persepsi Konsumen.....	53
2. Data Kuesioner Ekspektasi Konsumen.....	74
3. Hasil Perhitungan Uji Realibilitas.....	95
4. Perhitungan Analisa Faktor.....	97
5. Perhitungan Uji t Untuk Sampel Yang Berpasangan.....	116
6. Data Surrogate Variabel.....	121
7. Bentuk Kuesioner Untuk Persepsi Konsumen.....	122
8. Bentuk Kuesioner Untuk Ekspektasi Konsumen.....	123
9. Alokasi Waktu Untuk Fokus Group.....	124