



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di
Restoran *Online* Mangkok Nasi Bandung**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Jemima Amalia Nuraini

2015320120

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di
Restoran *Online* Mangkok Nasi Bandung**

Skripsi

Oleh

Jemima Amalia Nuraini

2015320120

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Jemima Amalia Nuraini
Nomor Pokok : 2015320120
Judul : Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Restoran
Online Mangkok Nasi Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 6 Januari 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

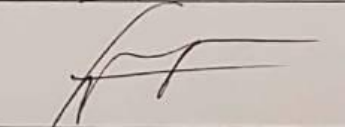
Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si

: 

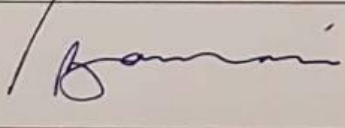
Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

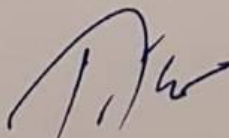
: 

Anggota

Dr. M. Banowati Talim, M.Si

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jemima Amalia Nuraini

NPM : 2015320120

Jurusan / Program studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan
pelanggan di Restoran *Online* Mangkok Nasi Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 9 Januari 2020

Jemima Amalia Nuraini

ABSTRAK

Nama : Jemima Amalia Nuraini

NPM : 2015320120

Judul : Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Restoran
Online Mangkok Nasi Bandung

Kota Bandung dikenal sebagai kota kuliner, peluang tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat untuk terjun dibisnis kuliner baik itu secara *online* ataupun *offline*. Bisnis kuliner secara online banyak diminati karena adanya perkembangan teknologi informasi, salah satunya menggunakan aplikasi *Go-Jek* fitur *Go-Food*. Salah satu restoran yang memanfaatkan perkembangan teknologi adalah Restoran *Online Mangkok Nasi Bandung*, karena lebih menekan *cost* dan lebih mudah untuk memasarkan produknya. Restoran ini mengalami peningkatan jumlah penjualan hingga empat puluh persen pada tahun 2018 ke 2019, kemungkinan adanya peningkatan tersebut disebabkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa peningkatan penjualan yang terjadi disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Restoran *Online Mangkok Nasi Bandung*. Menurut **(Hanaysha, 2016)** ada tiga faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas makanan, keadilan harga, dan lingkungan fisik. Sedangkan menurut **(Karki dan Panthi, 2018)** ada empat faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas makanan, harga, suasana, kualitas layanan. Penelitian ini dilakukan kepada restoran yang berbasis online, sehingga hanya ada dua faktor yang dapat diteliti untuk restoran ini yaitu kualitas makanan dan keadilan harga.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Dengan metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara terstruktur secara mendalam terhadap 7 informan, sumber data penelitian dikumpulkan melalui data primer dan data sekunder, teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Metode keabsahan yang digunakan dalam penelitian adalah metode triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Restoran *Online Mangkok Nasi Bandung* positif memberikan kualitas makanan yang baik, dengan menawarkan menu makanan yang bervariasi, rasa makannya enak, menarik secara visual dan makanannya bersih. Keadilan yang diberikan juga positif karena telah memberikan harga yang sesuai dengan ekspektasi dan memberikan harga yang terjangkau jika dibandingkan restoran sejenis.

Faktor-faktor tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dari jawaban para informan yang setuju dengan indikator yang digunakan diantaranya restoran menawarkan berbagai macam menu yang bervariasi, rasa makanan enak, dan makanan yang dipesan terasa bersih, keseluruhan informan mengatakan setuju terhadap indikator tersebut.

Adapun saran yang diberikan oleh penulis pada restoran ini: memeriksa kembali beberapa menu yang terlalu banyak agar lebih terfokus, dan juga memberikan promosi untuk para pelanggannya.

Kata Kunci : kualitas makanan , keadilan harga , kepuasan pelanggan , kualitatif

ABSTRACT

Name : Jemima Amalia Nuraini

NPM : 2015320120

Title : *Factors that influence customer satisfaction in Restoran Online Mangkok Nasi Bandung*

Bandung City is known as a culinary city, this opportunity is utilized by the community to enter the culinary business both online or offline. Online culinary business is in great demand because of the development of information technology, one of which uses the Go-Jek, Go-Food feature. One restaurant that utilizes technological developments is Restoran Online Mangkok Nasi Bandung, because it is more cost-effective and easier to market. This restaurant has increased the number of sales up to forty percent in 2018 to 2019, the possibility of an increase is due to factors that affect customers satisfaction.

This research is to prove that the increase in sales that occur due to factors that influence customer satisfaction in Restoran Online Mangkok Nasi Bandung. According to (Hanaysha, 2016) there are three factors that cause customer satisfaction, namely food quality, fair price, and physical environment. Meanwhile according to (Karki and Panthi, 2018) there are four factors that cause customer satisfaction, namely food quality, price, atmosphere, service quality. This research was conducted to restaurants based online, so there are only two factors that can be investigated for this restaurant, namely food quality and fairness of price.

The type of research used is qualitative research. With the case study research method. Data collection techniques in this study were conducted with in-depth structured interview techniques to 7 informants, the source of research data was collected through primary data and secondary data, data analysis techniques used were data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The validity method used in the study is the source triangulation method.

Based on the results of this study indicate that Restoran Online Mangkok Nasi Bandung positively provides good food quality, by offering a varied food menu, delicious food taste, visually appealing and clean food. The price fairness is also positive because it has provided prices that match expectations and provides affordable prices when compared to similar restaurants.

These factors affect customer satisfaction. This is evidenced from the answers of the informants who agreed with the indicators used including restaurants offering a variety of varied menus, delicious food tastes, and ordered food feels clean, overall informants said they agreed with these indicators.

As for the advice given by the writer at this restaurant: re-examine some menus that are too many to be more focused, and also provide promotions for its customers.

keywords: food quality, price fairnes, customer satisfaction, qualitative

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Judul skripsi yang diajukan adalah “Faktor-faktor kepuasan di Restoran *Online* Mangkok Nasi Bandung” . Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak pengarahan, bantuan, serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis hendak menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, dan segala macam rezeki yang sangat melimpah. Tanpa Allah SWT penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu penulis Dewi Yulianti yang ikut membantu dan mendukung penulis baik secara materi, doa, dan kasih sayang yang membuat penulis semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu serta membimbing penulis selama menyusun skripsi dengan penuh kesabaran dan kasih sayang. Terimakasih atas semua waktu, tenaga, pikiran, dan motivasi yang telah diberikan untuk memperluas pengetahuan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Kakak-kakak yang baik Indra Bestari dan Riarni Adina yang selalu memberikan dukungan dan bantuan untuk penulis.
5. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

6. Bapak Albert M.P.L. Tobing, ST., MAB. selaku dosen wali penulis, terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan, masukan dan nasihat selama masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
8. Aweis dan Ardi selaku pemilik Restoran Mangkok Nasi Bandung dan teman baik penulis yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian disana. Tanpa mereka penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman dekat yaitu Ferdy yang baik dan selalu sabar.
10. Teman bermain yang baik dan selalu ada yaitu Afiara Fatin.
11. Teman seperjuangan skripsi Maria Angelina, yang selalu bisa bertukar pikiran.
12. Teman bermain dan belajar, Dhea, Geng SMA (Yara, Selvi, Dina, Ajeng, dan Pricil), Geng Athene (Sherly dan Alfiah), Anak-anak Alam (Maya, Florence, Mei, Itin, Milka, Venny, dan Chin), dan Geng Gada Kerja (Felis, Shafira, Tiara, Gea, Monic) yang selalu menemani ku selama ini, semoga kita semua bisa semakin erat dalam hubungan pertemanan.
13. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis 2015 yang tidak dapat disebutkan satusatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga penulis memerlukan kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bandung, 09 Januari 2020

Jemima Amalia Nuraini

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Objek Penelitian	5
BAB 2 KERANGKA TEORI	6
2.1 Kualitas Makanan.....	6
2.1.1 Manfaat	7
2.1.2 Pengukuran	8
2.2 Keadilan Harga.....	8
2.2.1 Manfaat	9
2.2.2 Pengukuran	10
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	10

2.3.1 Manfaat	11
2.3.2 Pengukuran	12
2.4 Penelitian Terdahulu.....	13
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2 Sumber Data Penelitian	16
3.3 Model Penelitian.....	16
3.4 Pemilihan Informan	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data	17
3.6 Teknik Analisis Data	18
3.7 Metode Keabsahan Data.....	19
3.8 Langkah-langkah Penelitian	19
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	21
4.1 Tentang Perusahaan.....	21
4.2 Visi dan Misi	25
4.3 Proses Bisnis.....	26
4.4 Bagan Perusahaan.....	26
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
5.1 Kualitas Makanan.....	28
5.2 Keadilan Harga.....	38
5.3 Kepuasan Informan Sebagai Pelanggan	42

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	45
6.1 Kesimpulan.....	45
6.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Harga.....	22
Tabel 5.1 Profil Informan Restoran Online Mangkok Nasi	28
Tabel 5.2 Restoran Online ini Memawarkan Berbagai Macam Menu yang Bervariasi	29
Tabel 5.3 Makanannya enak	32
Tabel 5.4 Presentasi Makanan Menarik Secara Visual pada saat Diterima.....	34
Tabel 5.5 Makanan yang dipesan Terasa Bersih dan Segar atau Tidak Basi.....	36
Tabel 5.6 Harga Makanan yang dikenakan oleh Restoran Online ini sesuai dengan ekspektasi	38
Tabel 5.7 Secara Keseluruhan, Restoran Online ini Menyediakan Opsi Harga yang Terjangkau jika dibandingkan dengan Restoran Online yang menu Makanannya sejenis.....	40
Tabel 5.8 Secara Keseluruhan meras puas dengan Rasa, Harga, Kualitas Makanan yang dipesan dari Restoran ini, dan Berencana Membeli Kembali	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan.....	3
Gambar 3.1 Gambar Triangulasi Sumber	19
Gambar 4.1 Tampak depan Restoran Online Mangkok Nasi	21
Gambar 4.2 Tampak depan halaman Restoran Online Mangkok Nasi.....	22
Gambar 4.3 Cabe Garam.....	23
Gambar 4.4 Sambal Lado Mudo	23
Gambar 4.5 Korean Beef Bulgogi.....	24
Gambar 4.6 Sambal Matah.....	24
Gambar 4.7 Saus Lada Hitam	25
Gambar 4.8 Saus Teriyaki.....	25
Gambar 4.9 Bagan Perusahaan Restoran Online Mangkok Nasi.....	26
Gambar 5.1 Daftar Menu.....	34
Gambar 5.2 Daftar Menu.....	34
Gambar 5.3 Daftar Menu.....	35
Gambar 5.4 Cabe Garam.....	40
Gambar 5.5 Sambal Lado Mudo.....	40
Gambar 5.6 Sambal Geprek Mami.....	46
Gambar 5.7 Sambal Ijo Geprek Mami.....	47

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung adalah satu kota di provinsi Jawa Barat yang terkenal memiliki berbagai macam *branding* atau julukan, diantaranya yaitu *Paris van Java*, Kota Kembang, Kota Parahyangan, *Smartcity*, Kota Kuliner, Kota Jasa yang Bermartabat, Kota Wisata Belanja, Kota Kreatif dan terakhir, Kota Seni dan Budaya (Zusnita, 2017). Sebagai kota kuliner, disetiap sudut Kota Bandung terdapat berbagai aneka kuliner mulai dari cemilan hingga makanan utama yang beranekaragam mudah dijumpai. Beragam pilihan citarasa mulai dari menu tradisional hingga modern tersaji dari pedagang makanan kaki lima hingga restoran dan *café* yang bersuasana eksklusif. Hal tersebut menjadi alternatif pilihan bagi para pebisnis untuk membuka bisnis kuliner di Kota Bandung. Salah satu bagian dari bisnis kuliner yang banyak diminati pelaku bisnis saat ini yaitu bisnis restoran dan *café*, baik *online* maupun *offline*.

Menurut Indrajani dan Wily (2007) Perkembangan teknologi informasi yang disertai perkembangan internet dimanfaatkan dan diterapkan dalam bisnis dan perusahaan (Khairus, dkk., 2017). Jaringan internet saat ini tumbuh pesat dikarenakan penggunaan internet yang semakin luas salah satunya mengakses *website*. Kemajuan informasi mampu mendorong kemajuan pada sektor-sektor tertentu misalnya perdagangan. Dengan kemajuan teknologi informasi misalnya internet, pemasaran dan promosi produk dapat dilakukan secara luas. Pemasaran dan promosi melalui internet mampu mencakup wilayah yang luas. Sebuah rumah makan perlu memanfaatkan jaringan internet untuk digunakan sebagai promosi agar menarik minat pembeli (Husni, 2007). Memanfaatkan internet sebagai media pemasaran, dapat memudahkan pemilik usaha untuk memberikan pelayanan dan informasi terhadap

konsumen secara optimal dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja (Himawan dkk, 2014).

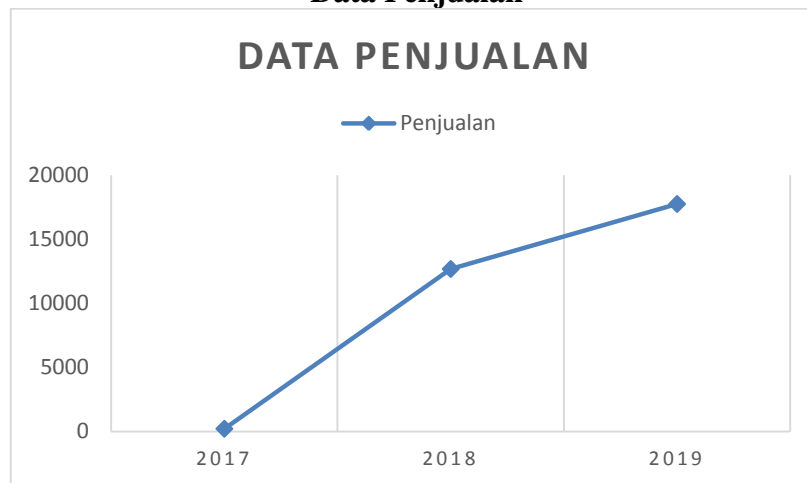
Peluang tersebut dimanfaatkan untuk membuka restoran berbasis *online* yaitu Mangkok Nasi yang berlokasi di Jl. Ir. H.Djuanda No.225, Dago, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40135. Restoran *Online* Mangkok Nasi memanfaatkan teknologi informasi yaitu internet untuk membuka restoran yang berbasis *online* menggunakan aplikasi *Go-Jek* dengan fitur *Go-Food*, karena menurut pemilik Restoran *Online* Mangkok Nasi era digital seperti ini akan lebih menekan *cost* dan lebih mudah memperkenalkan produknya kepada konsumen.

Peningkatan penjualan terjadi di Restoran *Online* Mangkok Nasi Bandung, peningkatan yang terjadi hingga 40 persen pada tahun 2018 ke tahun 2019, kemungkinan yang terjadi adalah adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penulis mengumpulkan data penjualan sejak Restoran *Online* Mangkok Nasi berdiri pada 2 Oktober 2017, dalam rangka untuk mengetahui bahwa adanya peningkatan penjualan di restoran ini.

Berdasarkan gambar 1.1 dibawah menunjukkan grafik penjualan ricebowl yang dilakukan oleh Restoran *Online* Mangkok Nasi mulai dari bulan Oktober 2017 hingga Oktober 2019. Menurut informasi dari pemilik, penjualan Restoran *Online* Mangkok Nasi mengalami kenaikan setiap tahunnya. Restoran ini dibuka pada bulan oktober tahun 2017, pada tiga bulan pertama tingkat penjualan tidak terlalu tinggi disebabkan tidak setiap hari ada penjualan. Namun, setelah itu terjadi peningkatan yang sangat pesat hingga tahun 2018 ketika Restoran *Online* Mangkok Nasi mulai lebih dikenal oleh masyarakat karena sering mempromosikan produknya melalui media sosial. Pada tahun 2019 Restoran *Online* Mangkok Nasi semakin dikenal dikalangan masyarakat dengan begitu setiap hari semakin meningkat penjualannya hingga 40 persen dari tahun 2018 dan sekarang sudah menjadi *Go-Food partner*.

Berikut penulis melampirkan data penjualan Restoran *Online* Mangkok Nasi tahun 2017 sampai 2019:

Gambar 1.1
Data Penjualan



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

1.2 Identifikasi Masalah

Peningkatan penjualan terjadi di Restoran *Online* Mangkok Nasi pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019, artinya dalam kurun waktu dua tahun kemungkinan banyak pembeli yang merasa puas dengan makanan di restoran Mangkok Nasi. Perusahaan perlu mengetahui apa yang menjadi penyebab kepuasan pelanggan terhadap restorannya. Menurut (Hanaysha, 2016) ada tiga faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas makanan, keadilan harga, dan lingkungan fisik. Sedangkan menurut (Karki dan Panthi, 2018) ada empat faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas makanan, harga, suasana, kualitas layanan. Penelitian ini dilakukan kepada restoran yang produknya hanya dijual melalui cara pemesanan online, sehingga hanya ada dua faktor yang dapat diteliti untuk restoran ini yaitu kualitas makanan dan keadilan harga. Dengan demikian penulis melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Restoran *Online* Mangkok Nasi”**

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait dengan meningkatnya penjualan hingga 40 persen pada tahun 2018 ke 2019 yang terjadi di Restoran *Online* Mangkok Nasi Bandung dengan segala kemungkinan yang dapat terjadi salah satunya adalah karena faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap Restoran *Online* Mangkok Nasi Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk menambah pengetahuan penulis dalam mempelajari lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan disuatu restoran yang berbasis *online* untuk dapat bersaing di era globalisasi.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi yang membaca dan akan melakukan penelitian yang sama.

1.5 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Restoran Mangkok Nasi yang mulai beroperasi sejak 2 Oktober 2017 , berlokasi di Jl. Ir. H.Djuanda No.225, Dago. Restoran Mangkok Nasi buka pukul 10.00-20.00 WIB hari senin sampai minggu, hari sabtu libur.