



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Analisis Kepuasan Konsumen atas Bauran Pemasaran Jasa di
Waroeng Steak and Shake (Cabang Taman Sari,no 54,Bandung)**

Skripsi

Oleh

Kevin Julian

2011320151

Bandung

2017



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Analisis Kepuasan Konsumen atas Bauran Pemasaran Jasa di
Waroeng Steak and Shake (Cabang Taman Sari,no 54,Bandung)**

Skripsi

Oleh

Kevin Julian

2011320151

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Kevin Julian
Nomor Pokok : 2011320151
Judul : Analisis Kepuasan Konsumen atas Bauran Pemasaran
Jasa di Waroeng Steak and Shake, cabang Taman Sari
no 54 Bandung

Telah diuji dalam Sidang Jenjang Sarjana
Pada Bandung, 26 Juli 2017
Dan dinyatakan **LULUS**



Tim Penguji:

Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE.

Anggota :
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Pembimbing
James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Kevin Julian
NPM : 2011320151
Jurusan / Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Kepuasan Konsumen atas Bauran Pemasaran Jasa di Waroeng Steak and Shake, cabang Taman Sari no 54 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 dikemudian hari diketahui pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 26 Juli 2017


METERAI
TEMPEL
FEA99AEF520649069
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Kevin Julian

ABSTRAK

Nama : Kevin Julian
NPM : 2011320151
Judul : Analisis Kepuasan Konsumen atas Bauran Pemasaran Jasa di
Waroeng *Steak and Shake*,Cabang Taman Sari no 54 Bandung

Pada zaman ini bisnis semakin banyak dan berkembang begitu cepat,hal ini dikarenakan banyak orang yang memilih untuk menjadi pebisnis dibandingkan menjadi karyawan biasa yang diakibatkan oleh banyak faktor seperti keinginan untuk menjadi seorang pemimpin dan mempunyai banyak uang,keinginan untuk bekerja namun tetap memiliki banyak waktu untuk dihabiskan bersama keluarga. . Dengan demikian,mereka membuat suatu bisnis terutama bisnis yang memiliki resiko yang tidak terlalu besar seperti bisnis kuliner. Salah satu contohnya yaitu Wareong Steak and Shake. Waroeng Steak and Shake merupakan rumah makan yang menjual makanan berupa berbaagai macam steak yang memiliki banyak caabang di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di Waroeng Steak and Shake khususnya pada cabang Taman Sari nimor 54 Bandung terhadap elemen-elemen bauran pemasaran jasa. Metode dalam penelitian ini yaitu meode penelitian survei dengan cara menggunakan wawancara dan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang berupa konsumen Waroeng Steak and Shake di cabang Taman Sari nomor 54 Bandung. Jenis penelitian ini adalah deskriptif analitik dengan menggunakan pengambilan sampel yaitu accidental sampling.

Hasil dari penelitian ini adalah konsumen masih belum puas. Hal ini dikarenakan oleh kinerja dari bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Waroeng Steak and Shake di cabang Taman Sari nomor 54 Bandung belum sesuai dengan harapan konsumen. Beberapa hal yang membuat konsumen sangat puas yaitu mengenai dikenalnya Waroeng Steak and Shake oleh banyak orang,makanan dan minuman dibuat dengan bahan baku yang halal dari dimensi produk,lokasi mudah dijangkau dengan transportasi umum dari dimensi tempat,makanan dan minuman diantar sesuai dengan pesanan dari dimensi proses, peralatan makan bersih dan aman untuk digunakan dan toilet bersih dan layak untuk digunakan dari dimensi bukti fisik. Sedangkan hal lainnya belum membuat konsumen puas.

ABSTRACT

Name : Kevin Julian
NPM : 2011320151
Title : *Analysis of Consumer Satisfaction on Service Marketing Mix at Waroeng Steak and Shake Branch of Taman Sari number 54 Bandung*

Nowadays business is growing rapidly, this is because many people choose to be a businessman rather than a regular employee caused by many factors such as the desire to become a leader and have a lot of money, the desire to work but still have plenty of time to spent with family. Thus, they make a business especially a business that has less risk that is not too big like culinary business. One example is Waroeng Steak and Shake. Waroeng Steak and Shake is a restaurant that sells food in the form of various steaks that have many branches in Indonesia.

The purpose of this study is to determine the level of customer satisfaction in Waroeng Steak and Shake especially branches Taman Sari number 54 Bandung to the elements of service marketing mix. The method in this research is survey research method by using interview and distributing questionnaires to 100 respondents in the form of Waroeng Steak and Shake consumer in branch of Taman Sari no. 54 Bandung. The type of this research is descriptive analytic by using sampling that is accidental sampling.

Based of this research results, consumer still not satisfied. The performance of the marketing mix of services performed by Waroeng Steak and Shake in the branch of Taman Sari number 54 Bandung has not match with consumer expectations. Factor that make consumers satisfied that is about the recognition of Waroeng Steak and Shake, food and beverages made with halal raw materials from the dimensions of the product, easy to reach by public transport from the dimensions of the place, food and drinks delivered according to the order of dimensions process, clean cutlery and safe for use and clean toilets and fit for use from the physical dimensions of evidence. While the other things still have not made consumers satisfied.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena dengan rahmat dan kasih karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran Jasa atas Kepuasan Konsumen Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari no 54 Bandung”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan. Skripsi ini memiliki manfaat untuk melihat adanya kaitan antara kepuasan konsumen dengan bauran pemasaran.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus karena tanpa kehadiranNya dalam hidup penulis, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan penulis kesempatan, hikmat dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Papa dan Mama yang selalu memberikan doa, nasihat dan semangat kepada penulis serta selalu sabar menunggu penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Adik-adik tercinta Daryl, Randy, dan Jeff yang memberikan semangat dan juga menjadi semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.

4. Bapak Agung dan Ibu Dione Takariana selaku Bapak dan Ibu rohani penulis, yang memberikan semangat melalui khotbah-khotbahNya.
5. Seluruh keluarga besar Oma, Mama Grace, Mama Pat,Papa Den, Om Franky,Tante Ayu,Om Berty,Tante Dian, Uda dan Nang uda Eta,dan lainnya,serta semua sepupu yang mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak James James Rianto Situmorang, Drs., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan memberikan masukan-masukan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra.,M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis,Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB, M.Si. selaku sekertaris jurusan Ilmu Administrasi Bisnis serta selaku dosen wali penulis.
8. Teman-teman Family Altar (FA) yang juga sudah menjadi sahabat serta kakak dan adik rohani bagi penulis yaitu Ka Risky Oki,Ka Ika,Ka Risky Lengkong,Ka Dian,Ka Endy,Ka Evan,Ka Yohanes,Chritian,Hotma,Yasni.
9. Teman-teman Youth Dahsyat yaitu Ka Jessica,Ka Heri,Ka Philip,Ko Andre, Ka Rolius,Ka Julia,Revival,Angga,Juan,Ruben,Stephen,Kezia,Priskila,Stella, Fanny,Yoan,Christa,dan lainnya.
10. Family Altar (FA Surapati) yaitu Bapak dan Ibu Nelson,Bapak dan Ibu Robbic,Ka Besron,Ka Leon,Ka Grace,Ka Intan,Ka Rinaldi,Wanya,dan lainnya.
11. Sahabat penulis selama kuliah yaitu Satria,Edward,Thomas,Libi,Siswanto, dan Dito.

12. Teman-teman selama kuliah yaitu Mike, Vina, dan Daniel.
13. Mas Abdul selaku supervisor Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari no 54 Bandung yang sudah memberikan waktu dan informasi untuk penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terdapat kesempurnaan, dengan demikian penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat positif untuk sebagai pembelajaran di masa depan.

Bandung, 26 Juli 2017

Kevin Julian

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Objek Penelitian	7
BAB II Kajian Pustaka.....	9
2.1 Pemasaran.....	9
2.2 Kepuasan Konsumen	10
2.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	11
2.2.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen	13
2.2.3 Mengukur Kepuasan Konsumen	14
2.2.4 Dimensi Mengukur Kepuasan Konsumen	16
2.3 Bauran Pemasaran	17
2.3.1 <i>Product</i> (produk).....	18
2.3.2 <i>Price</i> (harga)	19
2.3.3 <i>Place</i> (tempat)	21
2.3.4 <i>Promotion</i> (promosi).....	23
2.3.5 <i>People</i> (orang/partisipan)	25
2.3.6 <i>Physical Evidence</i> (sarana fisik)	26

2.3.7 <i>Process</i> (proses).....	27
2.4 Hubungan Bauran Pemasaran dengan Kepuasan Konsumen	28
2.5 Jasa	29
2.5.1 Karakteristik Jasa	29
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu	30
BAB III Metode Penelitian	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Operasional variabel	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.5 Teknik Pengambilan Data	38
3.6 Teknik Analisis Data	39
BAB IV Objek Penelitian.....	42
4.1 Sejarah Perusahaan	42
4.2 Profil Perusahaan.....	43
4.2.1 Logo Perusahaan.....	43
4.2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.2.2.1 Visi Perusahaan	43
4.2.2.2 Misi Perusahaan.....	43
4.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	44
4.2.4 Jam Operasional Perusahaan.....	46
4.2.5 Bauran Pemasaran Perusahaan.....	46
4.2.5.1 <i>Product</i> (Produk) & <i>Price</i> (Harga).....	46
4.2.5.2 <i>Place</i> (Tempat / Lokasi)	51
4.2.5.3 <i>Promotion</i> (Promosi).....	52
4.2.5.4 <i>People</i> (Orang).....	53
4.2.5.5 <i>Process</i> (Proses)	53
4.2.5.6 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	54
4.2.6 Target Konsumen.....	56

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
5.1 Data Responden.....	58
5.1.1 Jenis Kelamin.....	58
5.1.2 Usia.....	58
5.1.3 Pekerjaan	59
5.1.4 Pendapatan Per Bulan	60
5.1.5 Frekuensi berkunjung.....	61
5.2 Harapan Responden Tentang Bauran Pemasaran.....	62
5.2.1 Product (Produk).....	63
5.2.2 Price (Harga).....	68
5.2.3 Place (Tempat / Lokasi)	70
5.2.4 Promotion (Promosi).....	73
5.2.5 <i>People</i> (Orang).....	75
5.2.6 <i>Process</i> (Proses).....	79
5.2.7 Physical Evidence (Bukti Fisik)	82
5.2.8 Rekapitulasi harapan konsumen berdasarkan masing-masing dimensi bauran pemasaran jasa	85
5.2.8.1 <i>Product</i> (Produk)	86
5.2.8.2 <i>Price</i> (Harga)	87
5.2.8.3 <i>Place</i> (Tempat/ Lokasi).....	88
5.2.8.4 <i>Promotion</i> (Promosi)	89
5.2.8.5 <i>People</i> (Orang).....	90
5.2.8.6 <i>Process</i> (Proses).....	91
5.2.8.7 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	92
5.2.9 Rekapitulasi harapan konsumen berdasarkan urutan pertanyaan kuesioner	93
5.2.10 Rekapitulasi harapan konsumen berdasarkan Peringkat nilai rata-rata.....	96
5.3 Penilaian Kinerja Tentang Bauran Pemasaran Jasa	101
5.3.1 Product (Produk).....	102
5.3.2 Price (Harga).....	108
5.3.3 Place (Tempat/Lokasi)	110

5.3.4 Promotion	113
5.3.5 People (Orang).....	115
5.3.6 Process (Proses)	119
5.3.7 Physical Evidence (Bukti Fisik).....	121
5.3.8 Rekapitulasi penilaian kinerja berdasarkan masing-masing dimensi bauran pemasaran jasa	125
5.3.9 Rekapitulasi penilaian kinerja berdasarkan urutan pertanyaan kuesioner	132
5.3.10 Rekapitulasi penilaian kinerja berdasarkan Peringkat nilai rata-rata.....	136
5.4 Kepuasan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Jasa di <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung	143
5.4.1 Kepuasan konsumen berdasarkan urutan pertanyaan kuesioner	144
BAB VI KESIMPULAN dan SARAN	154
6.1 Kesimpulan.....	154
6.1.1 Data Responden	154
6.1.2 Harapan Konsumen.....	155
6.1.3 Penilaian Kinerja.....	156
6.1.4 Kepuasan Konsumen	159
6.2 Saran.....	162

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data jumlah konsumen dan omzet <i>Waroeng steak and shake</i> , Taman Sari no 54 Bandung.....	5
Tabel 2.1	Definisi Pemasaran menurut para ahli	9
Tabel 3.1	Operasional Variabel	34
Tabel 5.1	Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 5.2	Usia Responden	59
Tabel 5.3	Pekerjaan Responden.....	60
Tabel 5.4	Pendapatan Per Bulan Responden	61
Tabel 5.5	Frekuensi Berkunjung Responden	63
Tabel 5.6	Kategori Nilai Rata-Rata	63
Tabel 5.7	Makanan dan minuman di <i>Waroeng Steak and Shake</i> memiliki cita rasa yang enak.....	64
Tabel 5.8	Makanan dan minuman di <i>Waroeng Steak and Shake</i> dibuat dengan bahan baku yang aman untuk dikonsumsi.....	65
Tabel 5.9	Makanan dan minuman di <i>Waroeng Steak and Shake</i> dibuat dengan bahan baku yang halal	66
Tabel 5.10	Makanan dan minuman di <i>Waroeng Steak and Shake</i> dibuat dengan bahan baku yang higienis	67
Tabel 5.11	<i>Waroeng Steak and Shake</i> sudah dikenal banyak orang.....	68

Tabel 5.12	Harga makanan dan minuman di Waroeng Steak and Shake terjangkau.....	69
Tabel 5.13	Harga makanan dan minuman di Waroeng Steak and Shake sesuai dengan kualitasnya	70
Tabel 5.14	Lokasi Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung mudah dijangkau oleh transportasi umum	71
Tabel 5.15	Lokasi Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung berada di tengah perkotaan	72
Tabel 5.16	Tempat parkir di Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung luas dan aman	73
Tabel 5.17	Papan nama di Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung terlihat jelas	74
Tabel 5.18	Brosur yang disebarakan Waroeng Steak and Shake menarik	75
Tabel 5.19	Pegawai Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung berpenampilan rapih dan bersih	76
Tabel 5.20	Pegawai Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung memiliki pengetahuan tentang setiap menu makanan dan minuman yang tersedia	77
Tabel 5.21	Pegawai Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung sopan dalam melayani pengunjung	78
Tabel 5.22	Pegawai Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung cepat dalam menanggapi keluhan konsumen.....	79

Tabel 5.23	Transaksi pembayaran di Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung cepat dan mudah	80
Tabel 5.24	Pesanan diantar dengan cepat	81
Tabel 5.25	Makanan dan minuman yang diantar sesuai dengan pesanan.....	82
Tabel 5.26	Peralatan makan di Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung bersih dan aman untuk digunakan	83
Tabel 5.27	Ruangan makan di Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung rapih dan bersih	84
Tabel 5.28	Toilet di Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung bersih dan layak untuk digunakan	86
Tabel 5.29	Nilai Rata-Rata Harapan.....	87
Tabel 5.30	Nilai Rata-Rata Harapan.....	88
Tabel 5.31	Nilai Rata-Rata Harapan.....	89
Tabel 5.32	Nilai Rata-Rata Harapan.....	90
Tabel 5.33	Nilai Rata-Rata Harapan.....	91
Tabel 5.34	Nilai Rata-Rata Harapan.....	92
Tabel 5.35	Nilai Rata-Rata Harapan.....	93
Tabel 5.36	Rekapitulasi harapan konsumen berdasarkan urutan pertanyaan kuesioner	94
Tabel 5.37	Rekapitulasi harapan konsumen berdasarkan peringkat.....	97
Tabel 5.38	Kategori Nilai Rata-Rata	102
Tabel 5. 49	Makanan dan minuman di Waroeng Steak and Shake memiliki cita rasa yang enak1	102

Tabel 5. 50	Makanan dan minuman di Waroeng Steak and Shake dibuat dengan bahan baku yang aman untuk dikonsumsi.....	104
Tabel 5. 51	Makanan dan minuman di Waroeng Steak and Shake dibuat dengan bahan baku yang halal.....	105
Tabel 5. 52	Makanan dan minuman di Waroeng Steak and Shake dibuat dengan bahan baku yang higienis	106
Tabel 5. 53	Waroeng Steak and Shake sudah dikenal oleh banyak orang.....	107
Tabel 5. 54	Harga makanan dan minuman di Waroeng Steak and Shake terjangkau.....	108
Tabel 5. 55	Harga makanan dan minuman di Waroeng Steak and Shake sesuai dengan kualitasnya.....	109
Tabel 5. 56	Lokasi Waroeng Steak and Shake cabang Taman Sari Bandung mudah dijangkau oleh transportasi umum	110
Tabel 5. 57	Lokasi <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung berada di tengah perkotaan	111
Tabel 5. 58	Tempat parkir di <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung luas dan aman	112
Tabel 5. 59	Papan nama di <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung terlihat jelas	113
Tabel 5. 60	Brosur yang disebar <i>Waroeng Steak and Shake</i> menyampaikan informasi yang menarik	114
Tabel 5. 61	Pegawai <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung berpenampilan rapih dan bersih.....	115

Tabel 5. 62	Pegawai <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung memiliki pengetahuan tentang setiap menu makanan dan minuman yang tersedia	116
Tabel 5. 63	Pegawai <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung sopan dalam melayani pengunjung.....	117
Tabel 5. 63	Pegawai <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung cepat dalam menanggapi keluhan konsumen.....	118
Tabel 5. 64	transaksi pembayaran di <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung cepat dan mudah	119
Tabel 5. 65	Pesanan diantar dengan cepat	120
Tabel 5. 66	Makanan dan minuman yang diantar sesuai dengan pesanan.....	121
Tabel 5. 67	Peralatan makan di <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung bersih dan aman utuk digunakan	122
Tabel 5. 68	Ruangan makan di <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung rapih dan bersih	123
Tabel 5. 69	Toilet di <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang Taman Sari Bandung bersih dan layak untuk digunakan	124
Tabel 5.70	Nilai Rata-Rata Kinerja	125
Tabel 5.72	Nilai Rata-Rata Kinerja	126
Tabel 5.73	Nilai Rata-Rata Kinerja	127
Tabel 5.74	Nilai Rata-Rata Kinerja	128
Tabel 5.72	Nilai Rata-Rata Kinerja Rekapitulasi Dimensi Tempat.....	129
Tabel 5.73	Nilai Rata-Rata Kinerja	130

Tabel 5.74 Nilai Rata-Rata Kinerja.....	131
Tabel 5.78 Rekapitulasi penilaian kinerja berdasarkan peringkat	132
Tabel 5.79 Kepuasan konsumen berdasarkan urutan pertanyaan kuesioner.....	107
Tabel 5.80 Kepuasan konsumen berdasarkan peringkat	148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Perusahaan	43
Gambar 4.2 Produk makanan dan minuman di <i>Waroeng Steak and Shake</i>	50
Gambar 4.3 Lokasi <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang taman sari no 54 <i>Bandung</i>	51
Gambar 4.4 Promosi di <i>Waroeng Steak and Shake</i>	52
Gambar 4.5 Orang (Pegawai) <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang taman sari no 54 <i>Bandung</i>	53
Gambar 4.6 Proses aktivitas pegawai <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang taman sari no 54 <i>Bandung</i>	54
Gambar 4.7 Bukti Fisik di <i>Waroeng Steak and Shake</i> cabang taman sari no 54 <i>Bandung</i>	55

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman ini bisnis semakin banyak dan berkembang begitu cepat, hal ini dikarenakan banyak orang yang memilih untuk menjadi pebisnis dibandingkan menjadi karyawan biasa yang diakibatkan oleh banyak faktor seperti keinginan untuk menjadi seorang pemimpin dan mempunyai banyak uang, keinginan untuk bekerja namun tetap memiliki banyak waktu untuk dihabiskan bersama keluarga. Dengan demikian banyak pebisnis baru yang muncul baik di luar negeri maupun Indonesia. Indonesia merupakan tempat yang cocok bagi para pebisnis untuk memulai ataupun membuat cabang bisnis karena Indonesia memiliki jumlah penduduk yang banyak, pasar bisnis yang potensial, serta situasi bisnis di Indonesia sangat dinamis. Dengan demikian, mereka membuat suatu bisnis terutama bisnis yang memiliki resiko yang tidak terlalu besar seperti bisnis kuliner.

Bisnis Kuliner merupakan bisnis dengan tingkat persaingan yang ketat, namun memiliki pasar yang sangat potensial karena kuliner sudah menjadi suatu gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari dan merupakan kebutuhan pokok bagi semua orang. Dengan semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk membuat kebutuhan pokok ini semakin banyak yang harus disediakan. Dahulu orang-orang lebih suka untuk membuat makanan sendiri karena dengan membuat makanan sendiri lebih sehat dan hemat, namun sekarang dikarenakan

banyaknya aktivitas yang padat sehingga tidak ada waktu untuk membuat makanan, orang-orang ingin yang lebih praktis agar aktivitas mereka tetap berjalan. Selain itu, orang-orang juga ingin merasakan suasana yang berbeda dalam menikmati makanan, hal ini membuat banyak munculnya restoran serta rumah makan di Indonesia.

Munculnya berbagai restoran serta rumah makan membuat persaingan menjadi sangat ketat, hal ini membuat banyak restoran dan warung makan yang bangkrut karena tidak memiliki strategi yang mampu untuk bersaing dengan restoran dan rumah makan lainnya sehingga kehilangan konsumen. Restoran dan rumah makan yang ingin mampu bersaing harus memperhatikan kebutuhan pasar dan memanfaatkan peluang-peluang yang tersedia untuk melakukan berbagai perubahan baru atau inovasi.

Dalam persaingan antar restoran dan rumah makan dibutuhkan suatu strategi yang digunakan untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Konsumen merupakan unsur penting bagi semua perusahaan termasuk restoran dan warung makan, tanpa konsumen perusahaan tidak akan bisa berkembang. Untuk dapat mempertahankan konsumen diperlukan suatu cara untuk memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen bergantung pada persepsi konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan. Apabila produk atau jasa yang digunakan konsumen sesuai dengan persepsinya maka konsumen puas, namun jika produk atau jasa yang digunakan tidak sesuai persepsinya maka konsumen menjadi tidak puas. Jika konsumen merasa puas maka mereka akan kembali lagi bahkan mereka akan mempromosikan perusahaan kepada rekan serta keluarganya.

Banyak restoran dan rumah makan yang tersebar di Indonesia terutama di kota Bandung dengan berbagai macam jenis makanan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri terutama jenis makanan *steak*. *Steak* merupakan makanan khas eropa yang banyak digemari oleh banyak orang terutama anak muda. Oleh karena itu banyak pebisnis kuliner yang menjadikan *steak* sebagai menu utama dalam bisnis kulinernya. Pada awalnya makanan *steak* hanya bisa dinikmati oleh masyarakat kalangan menengah ke atas, namun dengan berjalannya waktu banyak muncul bisnis kuliner *steak* yang ditawarkan dengan harga yang terjangkau sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat. Saat ini banyak kedai *steak* yang menawarkan *steak* dengan harga yang murah, bahkan mulai terdapat dipinggir jalan namun tidak merubah rasa dan penampilan *steak* yang seperti biasanya.

Semakin banyak restoran dan rumah makan yang menjual *steak* membuat pebisnis kuliner harus membuat strategi yang dapat menarik konsumen untuk datang mencoba *steak* khas buatan mereka dan menjadi pelanggan yang setia. Namun, untuk dapat menarik dan mempertahankan konsumen tidaklah mudah. Persaingan yang sangat ketat tidak hanya dengan pesaing dari sesama kuliner *steak*, tapi juga dengan pesaing dari jenis kuliner lainnya. Untuk itu salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap restoran dan rumah makan terutama restoran dan warung makan *steak* yaitu bauran pemasaran mereka karena bauran pemasaran yang mereka lakukan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Oleh karena hal tersebut semua restoran dan rumah makan membuat strategi bauran pemasaran yang terbaik agar dapat menarik dan mempertahankan

konsumen. Hal ini juga berlaku bagi rumah makan *waroeng steak and shake*. *waroeng steak and shake* merupakan sebuah bisnis terobosan baru dalam bisnis kuliner menu *steak* dengan harga yang murah tidak seperti restoran dan rumah makan *steak* lainnya. *Waroeng steak and shake* didirikan oleh pada tanggal 4 september tahun 2000 oleh pasangan suami istri yang bernama Jody Brotosuseno dan Siti Hariyani di kota Yogyakarta. *waroeng steak and shake* ini berdiri dan dijadikan peluang usaha karena kesan mahal yang sudah sangat melekat pada masakan khas eropa seperti *steak* yang hanya bisa dinikmati oleh kalangan masyarakat menengah ke atas. Dari situlah pasangan suami istri tersebut memiliki gagasan untuk setiap menu makanan dan minuman di *Waroeng steak and shake* berbeda-beda yaitu dimulai dari harga Rp. 12.500,00 sampai Rp. 49.500,00 untuk menu makanan dan Rp 5.000,00 sampai Rp. 18.500,00 untuk minuman. Dengan harga yang sangat terjangkau namun lezat membuat banyak orang yang datang ke *Waroeng steak and shake* terutama mahasiswa yang merupakan target pasar *Wareong steak and shake*. Tidak hanya harga dan produk yang menarik yang dimiliki oleh *Waroeng steak and shake*, tetapi juga ruangan yang nyaman yang dapat dinikmati oleh setiap konsumen sambil menikmati makanan dan minuman yang dipesan oleh konsumen serta adanya pegawai yang ramah terhadap konsumen yang berkunjung ke *Waroeng steak and shake*. Hal inilah yang membuat banyak konsumen selalu berkunjung kembali ke *Waroeng steak and shake*.

Waroeng steak and shake sudah memiliki banyak outlet yang tersebar hampir di seluruh kota di Indonesia yaitu Medan, Pekanbaru, Palembang,

Lampung, Bandung, Jakarta, Bogor, Semarang, Solo, Yogyakarta, Bali, Makasar, dan kota lainnya. Meskipun sudah memiliki banyak cabang, *Waroeng steak and shake* belum merasa puas karena masih ingin terus membuka lebih banyak cabang di seluruh Indonesia bahkan di luar negeri.

Terdapat data jumlah konsumen dan omzet / keuntungan dari *Waroeng steak and shake*, cabang Taman Sari, no 54 Bandung dalam 3 bulan terakhir (Januari 2016- Maret 2016)

Tabel 1.1 Data jumlah konsumen dan omzet *Waroeng steak and shake*, Taman Sari no 54 Bandung

No.	Periode	Jumlah Konsumen	Omzet (keuntungan yang diperoleh)
1.	Januari	4.650 orang	Rp. 220.000.000,00
2.	Februari	4.350 orang	Rp. 180.000.000,00
3.	Maret	4.495 orang	Rp. 210.000.000,00
Jumlah		13.495 orang	Rp. 610.000.000,00

(sumber: Wawancara dengan supervisor *Waroeng steak and shake*, Taman Sari 54 Bandung, pada tanggal 04/04/2016)

Berdasarkan tabel data dari jumlah konsumen dan omzet dari *Waroeng steak and shake*, cabang Taman Sari, No 54 Bandung dalam 3 bulan terakhir (Januari- Maret 2016) diatas, dapat dilihat bahwa pada tiap bulannya *Waroeng steak and shake* memiliki jumlah konsumen yang banyak dan tidak mengalami penurunan yang terlalu signifikan. Pada bulan Januari terdapat 4.650 orang yang datang ke *Waroeng steak and shake*, pada bulan februari terjadi penurunan 300 orang menjadi 4.350 yang dikarenakan pada bulan Februari hanya terdapat 29 hari. Pada

bulan Maret terjadi peningkatan jumlah konsumen kembali yaitu 145 orang menjadi 4.495 orang. Begitu juga dengan omzet yang diperoleh *Waroeng steak and shake*, jumlah konsumen yang naik dan turun sangat mempengaruhi omzet yang diperoleh. Dari jumlah konsumen dan omzet yang diperoleh tersebut juga dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan dari konsumen *Waroeng steak and shake* cukup baik.

Oleh karena itu, berdasarkan perkembangan serta ciri khas dari *Waroeng steak and shake* dan tabel data diatas, penulis tertarik mengambil *Waroeng steak and shake* di cabang Bandung di jalan Tamansari nomor 54 sebagai objek penelitian dalam skripsi ini dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen atas Bauran Pemasaran Jasa di *Waroeng steak and shake* di jalan Tamansari no. 54, Bandung”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yaitu: “Bagaimana kepuasan konsumen atas bauran pemasaran jasa di *Waroeng steak and shake*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Mengukur tingkat kepuasan konsumen atas bauran pemasaran jasa di *Waroeng steak and shake*

1.4 kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Kegunaan bagi penulis :

- Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kaitan antara kepuasan konsumen dengan bauran pemasaran jasa dalam bidang bisnis kuliner.
- Untuk membandingkan teori dalam perkuliahan dengan praktik secara langsung melalui penelitian.

2. Kegunaan bagi Perusahaan :

- Untuk mengetahui faktor-faktor apa dalam variabel bauran pemasaran yang harus ditingkatkan agar konsumen menjadi lebih puas.

3. Kegunaan bagi pihak lain :

- Sebagai penambah pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu pemasaran khususnya bauran pemasaran dan kepuasan konsumen.
- Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Objek Penelitian

Waroeng steak and shake merupakan suatu tempat usaha dalam jenis kuliner yang menjual berbagai jenis menu *steak*. Tempat ini dinamakan 'Waroeng' dikarenakan untuk menarik perhatian para mahasiswa. Mahasiswa merupakan

target utama pasar dari *Waroeng steak and shake*. *Waroeng steak and shake* didirikan oleh Jody Brotosuseno dan Siti Hariyani pada tanggal 4 september 2000 di kota Yogyakarta dan sudah memilkki banyak cabnag di Indonesia. *Waroeng steak and shake* memiliki ciri khas dalam menu yang mereka jual yaitu menyediakan nasi untuk dimakan bersama *steak* tidak seperti restoran atau rumah makan *steak* lainnya yang hanya menyediakan kentang sebagai pelengkap *steak*. *Waroeng steak and shake* tidak seperti restoran dan rumah makan *steak* lainnya yang memilih masyarakat menengah ke atas sebagai sasaran konsumennya, *Waroeng steak and shake* justru memilih mahasiswa sebagai sasaran konsumennya karena itu *Waroeng steak and shake* menetapkan harga yang sangat terjangkau pada setiap menu makanan dan minuman yang dijualnya yaitu harga Rp. 12.500,00 sampai Rp. 49.500,00 untuk menu makanan dan Rp 5.000,00 sampai Rp. 18.500,00 untuk minuman. Hal ini membuat *Waroeng steak and shake* selalu ramai khususnya pada hari sabtu malam. Strategi *Waroeng steak and shake* dalam menjangkau target konsumennya yaitu mahasiswa dengan cara mendirikan cabang *Waroeng steak and shake* di dekat kampus-kampus di Indonesia.

Alamat *Waroeng steak and shake* yang menjadi objek dalam penelitian ini :

Waroeng steak and shake, jalan Tamansari no. 54, Bandung