

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PROSTEAK RESTAURANT SURABAYA**

TESIS



Oleh

Andy Untoyo Wibowo, S.T. 8112407.036

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

2009

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION
PADA PROSTEAK RESTAURANT SURABAYA**

**TESIS
Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Untuk memenuhi persyaratan
Dalam menyelesaikan program Magister Manajemen**

**Oleh:
Andy Untoyo Wibowo, S.T.
NIM: 8112407036**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA
APRIL 2009**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis Andy Untoyo Wibowo, S.T. ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 1 Mei 2009

Pembimbing

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

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

Tesis Andy Untoyo Wibowo, S.T. telah diuji dan dinilai oleh dewan penguji pada tanggal 15 Mei 2009.

Dewan Penguji

1. Ketua

Dr. Hermeindito Kaaro, MM

2. Anggota

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

3. Anggota

Dr. Ch. Whidya Utami, MM

Mengetahui,
Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko
NIK. 121.82.0093

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas penyertaan dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan lancar. Penulisan ini dibuat untuk melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen di UNIKA Widaya Mandala, Surabaya ini.

Bersama dengan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. J.S Ami Soewandi selaku Rektor UNIKA Widya Mandala, Surabaya.
2. Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko selaku Direktur Pascasarjana UNIKA Widya Mandala, Surabaya.
3. Prof. Drs. V.Henky Supit, SE, Ak , yang dengan sabar membimbing dan meluangkan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Dr. Hermeindito Kaaro, MM dan Dr. Ch. Whidya Utami, MM, selaku dosen penguji tesis.
5. Bapak Dede selaku manager Prostreak, yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan Prostreak Restaurant sebagai obyek penelitian dan memberikan data-data yang penulis butuhkan.
6. Papi, Mami, yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungannya agar penulis berhasil dalam menyelesaikan studi di MM, UKWMS dan dapat menyelesaikan penulisan tesis tepat pada waktunya.
7. Natalia Handayani, sebagai calon istri yang telah setia membantu penulis dari awal sampai dengan akhir pembuatan tesis ini

8. Teman-teman: Mario Gandakusuma, Gunawan Njoto, Budiwanto Cipto dan rekan-rekan kerja dari PT Solid Gold khususnya Ko Jimmy Tanrian yang selalu memberi semangat dan membantu penulis dalam mencari informasi yang dibutuhkan dalam penulisan tesis ini
9. Karyawan Prostak Restaurant yang sudah membantu dalam pelaksanaan survey.
10. Staf TU (Vivi, Hari, dan Novi), dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya.

Akhir kata, semoga penulisan tesis ini dapat berguna bagi para pembaca yang membutuhkannya.

Surabaya, April 2009

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Prasyarat Gelar	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Persetujuan Penguji	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
Abstract	xv
Bab 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
Bab 2 KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran	6
2.2 Jasa dan Pelayanan	7
2.3 Kualitas Layanan	11

2.4 Argumentasi Teoritis Mengenai Perbedaan Kualitas Layanan	13
2.5 Kepuasan Konsumen.....	15
2.6 Loyalitas Konsumen.....	18
2.7 Ekspetasi dan Kenyataan	18
2.8 Ekspetasi Service	19
2.9 Komunikasi Verbal	20
2.10 Komunikasi Pribadi.....	21
2.11 Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Perusahaan	22
2.12 Service Gap	23
2.13 Mengelola Persepsi dan Ekspetasi	26
2.14 Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan.....	26
Bab 3 METODE PENELITIAN	29
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	29
3.2 Hipotesis Penelitian.....	30
3.3 Rancangan Penelitian	30
3.4 Populasi Penelitian, Besar Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel..	30
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.6 Jenis Data	35
3.7 Metode Pengumpulan Data	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	36
3.8.2 Teknik Analisis.....	36

3.8.3 Analisis Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien	
Determinasi Berganda (R^2).....	37
3.8.4 Analisis Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi Parsial	37
3.8.5 <i>Best Linier Unbiased Estimator</i> (BLUE)	38
3.8.6 Pengujian Hipotesis	39
BAB 4 ANALISIS HASIL PENELITIAN	41
4.1 Gambaran Umum Responden.....	41
4.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	43
4.3 Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi Berganda....	45
4.4 Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi Parsial	46
4.5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik (BLUE)	48
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	50
4.6.1 Uji F	50
4.6.2 Uji t.....	51
BAB 5 PEMBAHASAN	56
5.1 Pengaruh <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance,</i>	
dan <i>Empathy</i> Terhadap kepuasan pelanggan Prosteak Surabaya	56
5.2 Pengaruh <i>Tangible</i> Terhadap kepuasan pelanggan Prosteak	
Surabaya.....	58
5.3 Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Prosteak	
Surabaya	59
5.4 Pengaruh <i>Responsiveness</i> , Terhadap Kepuasan Pelanggan	

Prosteak Surabaya	60
5.5 Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Prosteak Surabaya	61
5.6 Pengaruh <i>Empathy</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Prosteak Surabaya	62
5.7 Variabel yang Memiliki Pengaruh Terbesar Terhadap Kepuasan Konsumen	63
BAB 6 KESIMPULAN dan SARAN	65
6.1 Kesimpulan	65
6.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Gambaran Umum Responden	41
4.2 Hasil Pengujian Validitas <i>Tangible</i>	43
4.3 Hasil Pengujian Validitas <i>Reliability</i>	43
4.4 Hasil Pengujian Validitas <i>Responsiveness</i>	44
4.5 Hasil Pengujian Validitas <i>Assurance</i>	44
4.6 Hasil Pengujian Validitas <i>Empathy</i>	44
4.7 Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen	44
4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas	45
4.9 Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi Berganda	46
4.10 Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi Parsial	47
4.11 Hasil Pengujian Multikolinearitas	48
4.12 Hasil Pengujian Heteroskedastistas	49
4.13 Hasil Uji F	50
4.14 Hasil Uji t	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Pengaruh Faktor Kualitas Layanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen	29
3.2 Pengaruh Faktor Kualitas Layanan Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Konsumen	29
4.1 Uji F Dimensi Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen	51
4.2 Uji t Variabel <i>Tangible</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	52
4.3 Uji t Variabel <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan Konsumen	53
4.4 Uji t Variabel <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan Konsumen	53
4.5 Uji t Variabel <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan Konsumen	54
4.6 Uji t Variabel <i>Empathy</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	70
2. Data Kuesioner.....	74
3. Hasil Output SPSS	86

ABSTRAK

Sekarang ini industri pada bidang kuliner berkembang dengan pesat. Di mana-mana terdapat rumah makan, baik dari rumah makan kecil sampai yang besar sehingga terjadi banyak persaingan di dalamnya. Rumah makan tersebut dituntut harus bisa bertahan dalam dunia ini. Kualitas layanan adalah salah satu faktor yang dapat dijadikan tolak ukur dalam bertahan dalam industri jasa. Dimensi dari kualitas layanan terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan secara bersama-sama dan parsial terhadap kepuasan konsumen Prosteak Restaurant Surabaya. Kepuasan konsumen merupakan variabel tergantung (Y), sedangkan kualitas layanan merupakan variabel X, dimana *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *empathy* (X_5). Data yang digunakan adalah data primer dari kuisioner dan wawancara dengan responden. Sampel yang diambil sebanyak 109 orang yang datang mengunjungi prosteak. Alat pengukuran menggunakan skala Likert, dan diolah menggunakan analisis regresi berganda, dengan melakukan uji-uji seperti analisa deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (multikolineritas, heterokedastisitas, autokorelasi), uji hipotesis (uji F dan t).

Berdasarkan hasil yang diperoleh, menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada prosteak restaurant surabaya. Sedangkan nilai Adjusted R^2 adalah sebesar 0.611 artinya variabel X (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) mempengaruhi variabel Y (kepuasan konsumen) sebesar 61.1%, sisanya sebesar 38.9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *restaurant*, kualitas layanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

Food and beverages industries at this moment grow in the fast path. We can find a lot of restaurants everywhere ranging from the simple ,affordable restaurant to the prestige and luxury one. This market phenomenon leads to the high perfect competition market for the food and beverages industry. They are being forced to thrive in this industry. Service Quyality is one of the factors that can be used as the benchmark to be able to survive in the service industry. The factors of the service quality includes : tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

The objective of this research is to know and analyze the influence of service quality on customer satisfaction in Prosteak Restaurant Surabaya as altogether and partial. Customer satisfaction is a dependent variable (Y), and service quality is an independent variable (X), where tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4),and empathy (X_5). Data used for this research is primary data that is acquired from respondents by filling the questionnaire and interview with respondent. Samples were taken from 109 people, who came to Prosteak. The measuring tool based on Likert's scale, processed with multiple regression analysis, and doing some test likes descriptive analysis, validity and reliable test, classic assumption test (multicollinearity, heterokedastisity and autocorrelation), and test the significance of the model (F-test, t-test, adjusted R^2).

The result shows that service quality variable influenced altogether and partial on customer satisfaction in Prosteak Restaurant Surabaya. While adjusted R^2 value is 0.611, means that X variable (*tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy*) influenced Y variable (customer satisfaction) 61.1%. The balances of 38.9% is influenced by other variable.

Key Word : restaurant, service quality, customer satisfaction