

ABSTRAK

Ageng Prestya Chandra, 2017. Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Hospitality Marketing (Studi Pada Rumah Makan Sabar Malang Di Sumenep). Dibawah bimbingan Dr. Mohammad Arief S.E., M.M dan Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Hospitality marketing* yang terdiri dari kecepatan waktu layanan, kebersihan, kualitas makanan, keragaman menu, keramahan pegawai, suasana dan harga yang dibayar terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sabar Malang di Sumenep.

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Sabar Malang di Sumenep. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan kuesioner. Penelitian ini dilakukan dengan metode studi dimana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden. Selanjutnya dari data yang diperoleh dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji t, dan uji koefisiensi determinasi. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *incidental sampling*, dan dianalisis dengan regresi linier berganda dengan menggunakan software komputer SPSS.

Dari hasil analisis data yang dilakukan maka diperoleh persamaan regresi. Dari persamaan tersebut diketahui variabel kecepatan waktu layanan, kebersihan, kualitas makanan, keragaman menu, keramahan pegawai, suasana dan harga yang dibayar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sabar Malang di Sumenep. Dari hasil uji t yang dilakukan diketahui bahwa besarnya nilai t hitung variabel kecepatan waktu layanan, kebersihan, keramahan pegawai, suasana, harga yang dibayar harus lebih besar dari t tabel, menyatakan variabel kecepatan Waktu layanan, kebersihan, keramahan pegawai, suasana dan harga yang dibayar berpengaruh signifikan. Variabel kualitas makanan, berpengaruh tetapi tidak signifikan, sedangkan variabel keragaman menu, berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

Kata kunci: pemasaran, *hospitality marketing*, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Ageng Prestya Chandra, 2017. Customer Satisfaction Based Hospitality Marketing (Study of Rumah Makan Sabar Malang in Sumenep). Under the guidance of Dr. Mohammad Arief S.E., M.M and Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si

The purpose of this study is to determine the effect Hospitality marketing there are timeliness of service, cleanliness, quality of food, menu variety, employee friendliness, atmosphere, value of price paid to customer satisfaction in Rumah Makan Sabar Malang in Sumenep.

The research in Rumah Makan Sabar Malang in Sumenep. This study uses data collection methods used in this research is observation, interviews, and questionnaires. This research is by the method of study in which the data was obtained through a questionnaire distributed to 100 respondents. Furthermore, from the data obtained to test the validity, reliability test, multiple linear regression, t test, and test determinasi coefficient. The sampling technique used in this study incidental sampling, and analyzed by multiple linear regression using computer software SPSS 20.

From the results of data analysis of the obtained regression equation. From the equation known variable timeliness of service, cleanliness, quality of food, menu variety, employee friendliness, atmosphere and value of price paid to the effect on customer satisfaction in Rumah Makan Sabar Malang in Sumenep. From the results of the t test conducted know that the value t arithmetic variable timeliness of service, cleanliness, employee friendliness, atmosphere, the price paid should be greater than t tabel, declare a variable speed Time service, cleanliness, friendliness of employes, atmosphere and the price paid a significant effect. Variabel quality of food, but the effect was not significant, while variable menu variety, negative and not significant.

Keywords: marketing, hospitality marketing, customer satisfaction

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiat.....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iv
Abstract.....	v
Abstrak	vi
Riwayat Hidup.....	vii
Motto Dan Persembahan.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori.....	6
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	6
2.1.2 Hospitality Marketing/ Pemasaran keramah-tamahan.....	7
2.1.2.1 Kecepatan Waktu Layanan.....	9
2.1.2.2 Kebersihan.....	10
2.1.2.3 Kualitas Makanan.....	15
2.1.2.4 Keragaman Menu.....	17
2.1.2.5 Suasana.....	18
2.1.2.6 Keramahan Pegawai.....	19
2.1.2.7 Harga Yang di Bayar.....	21
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.4 Hubungan Antara <i>Hospitality Marketing</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Unit Observasi.....	31
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi Penelitian.....	31
3.3.2 Sampel Penelitian.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4.1 Jenis Data.....	33
3.4.2 Sumber Data.....	33
3.5 Definisi Operasional Sub Variabel.....	35

3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Pengujian Instrumen Data.....	39
3.6.1.1 Uji Validitas.....	39
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.6.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.6.4 Uji Asumsi klasik.....	43
3.6.4.1 Uji Multikolineritas.....	44
3.6.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.6.4.3 Uji Normalitas.....	45
3.7 Uji Hipotesis.....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil.....	49
4.1.1 Gambaran Umum.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden.....	49
4.1.2.1 Jenis Kelamin.....	49
4.1.2.2 Usia Responden.....	50
4.1.3 Hasil Uji Instrumen Data.....	51
4.1.3.1 Uji Validitas.....	51
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.1.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	53
4.1.4.1 Analisis Deskriptif Kecepatan Waktu Layanan.....	53
4.1.4.2 Analisis Deskriptif kebersihan.....	54
4.1.4.3 Analisis Deskriptif Kualitas Makanan.....	56
4.1.4.4 Analisis Deskriptif Keragaman Menu.....	58
4.1.4.5 Analisis Deskriptif Suasana.....	59
4.1.4.6 Analisis Deskriptif Keramahan Pegawai.....	61
4.1.4.7 Analisis Deskriptif Harga yang Dibayar	62
4.1.4.8 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	64
4.1.5 Hasil Analisis Data.....	65
4.1.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.1.5.2 Koefisien Determinasi.....	69
4.1.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.1.6 Pengujian Hipotesis.....	73
4.1.6.1 Uji Hipotesis Pertama (Deskriptif).....	73
4.1.7 Uji Hipotesis Kedua.....	80
4.1.7.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	80
4.2 Pembahasan.....	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA.....	92
---------------------	----

LAMPIRAN

AFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran Hospitality Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
4.1 Uji Normalitas.....	70
4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	72

DAFTAR TABEL

3.1 Definisi Operasional Sub Variabel.....	39
3.2 Kategorisasi Menurut Rentang Skor dan Kategori.....	38
4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	49
4.2 karakteristik Responden Menurut Usia.....	50
4.3 Uji Validitas.....	52
4.4 Uji Reliabilitas.....	52
4.5 Tanggapan Responden Tentang Kecepatan Waktu Layanan.....	53
4.6 Tanggapan Responden Tentang Kebersihan.....	54
4.7 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Makanan.....	56
4.8 Tanggapan Responden Tentang Keragaman Menu.....	58
4.9 Tanggapan Responden Tentang Suasana.....	59
4.10 Tanggapan Responden Tentang Keramahan Pegawai.....	61
4.11 Tanggapan Responden Tentang Harga Yang Dibayar.....	62
4.12 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan.....	64
4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
4.14 Hasil Koefisien Determinasi.....	69
4.15 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	71
4.16 <i>Hospitality Marketing</i> Menurut Responden Rumah Makan Sabar Malang Di Sumenep.....	73
4.17 Hasil Uji Signifikan Variabel kecepatan Waktu Layanan.....	74
4.18 Hasil Uji Signifikan Variabel Kebersihan.....	75
4.19 Hasil Uji Signifikan Variabel Kualitas Makanan.....	75
4.20 Hasil Uji Signifikan Variabel Keragaman Menu.....	76
4.21 Hasil Uji Signifikan Variabel Suasana.....	77
4.22 Hasil Uji Signifikan Variabel Keramahan Pegawai.....	78
4.23 Hasil Uji Signifikan Variabel Harga Yang Dibayar.....	78
4.24 Kepuasan Pelanggan Menurut Responden di Rumah Makan Sabar Malang Di Sumenep.....	80
4.26 Hasil Uji t.....	81