

ABSTRAK

Tizhara Noor Febriana, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Menu Tidak Populer di Aston Braga Hotel & Residence, dibawah bimbingan Caria Ningsih, SE.,M.Si., dan Christian H. Rumayar, S.Sos.,MM.Par.

Aston Braga Hotel & Residence memiliki 45 macam menu yang telah dilakukan pengevaluasian melalui *menu engineering analysis*, yang menghasilkan 11 menu yang *Menu Mix Percentage*-nya berada dibawah *Index Popularity (MM% is low)* atau termasuk menu tidak populer (*unpopuler*) selama enam bulan dari Januari - Juni 2013. Hal ini akan sangat merugikan perusahaan bila tidak dilakukan analisa dengan cepat. Oleh karena itu peneliti mengangkat masalah tersebut sebagai bahan penelitian untuk mengkaji dan menganalisis hal-hal apa saja yang menyebabkan menu menjadi tidak populer ditinjau dari tujuh aspek bauran pemasaran (*marketing mix*) dan juga kepuasan konsumen untuk mendapatkan penilaian konsumen tentang menu tidak populer tersebut. Metode penelitian dilakukan dengan cara deskriptif verifikatif, dengan populasi konsumen Aston Braga Hotel & Residence dan sampel sebanyak 100 responden. Teknik dan alat pengumpulan data didapat dari wawancara, observasi, literatur dan angket dengan pengolahan data menggunakan *Microsoft Office Excell* dan *SPSS for Windows version 16*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tujuh komponen bauran pemasaran yaitu, *product, place, price, promotion, people, process* dan *customer service* memiliki korelasi yang cukup kuat dan menghasilkan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada menu tidak populer di Aston Braga Hotel & Residence adalah produk yang berkualitas, keberadaan lokasi yang sesuai dengan produk, promosi yang sering dilakukan, harga yang sesuai dengan kualitas produk, pelaku jasa yang berdedikasi, proses pemesanan yang cepat, dan pelayanan konsumen yang cepat tanggap.

Kata Kunci:

Menu tidak populer, bauran pemasaran, kepuasan konsumen, Aston Braga Hotel & Residence, Bandung.

ABSTRACT

Tizhara Noor Febriana, Analysis Factors Affecting Customer Satisfaction on a Menu Unpopular in Aston Braga Hotel & Residence, under the guidance of Caria Ningsih, SE.,M.Si., dan Christian H. Rumayar, S.Sos.,MM.Par.

Aston Braga Hotel & Residence has 45 kinds of menus that have been done evaluating through menu engineering analysis, which produced 11 menus the Menu Mix Percentage under his Popularity Index (MM% is low) or including the unpopular menus for six months from January to June 2013. This would be very detrimental to the company when it is not done the analysis quickly. Therefore researchers raised the issue as research materials to review and analyze the things that cause the menu to be unpopular reviewed seven aspects of the marketing mix and also consumer satisfaction to get consumer assessment about the unpopular menu. Research done by methods of descriptive verifikatif, with a population of consumers Aston Braga Hotel & Residence and a sample of 100 respondents. Data collection tools and techniques gained from interviews, observation, literature and data processing with question form using Microsoft Office Excell and SPSS for Windows version 16. The results of this research show that the seven components of the marketing mix, product, place, price, promotion, people, process and customer service have a fairly strong correlation and generate positive influence significantly to consumer satisfaction. And the things that affect customer satisfaction on the menu was not popular in Aston Braga Hotel & Residence is a quality product, the existence of a location that corresponds to the product, promotion is often done, price according to the quality products, a dedicated offender service to the job, the booking process is fast and quick response from customer service.

Keywords:

Menu Unpopular, Marketing Mix, Consumer Satisfaction, Aston Braga Hotel & Residence, Bandung.