

ABSTRAK

Anne Meilia Yustiani 1002006, pengaruh service experience terhadap kepuasan pelanggan di javana bistro (survey terhadap konsumen yang datang dan berkunjung ke javana bistro). Dibawah bimbingan Gitasiswhara, S.E., Par, MM dan Taufik Abdullah, SE., Par., M.M

Pariwisata merupakan salah satu asset negara yang sangat menguntungkan, semakin lama pariwisata semakin berkembang pesat. Kota Bandung memang menjadi salah satu pilihan tempat tujuan wisata karena banyaknya potensi wisata, selain itu kota Bandung juga menjadi wisata kuliner favorit di Indonesia. Dengan adanya kesempatan yang besar di dalam bisnis kuliner, membuat banyak para pelaku usaha yang mencoba peruntungan di bidang usaha kuliner, dapat dilihat dengan banyaknya restoran, warung makan, cafe dan tempat-tempat makan lainnya berjejeran di sepanjang jalan di Bandung. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dan diutamakan oleh manajemen Javana Bistro karena kepuasan pelanggan merupakan faktor penting bagi keberhasilan perusahaan karena pelanggan yang puas mengarahkan perilakunya kepada pembelian ulang. Javana bistro merupakan salah satu restoran yang berada di kota Bandung. Disetiap tahunnya terjadi pengurangan jumlah pengunjung. Terutama pada tahun 2013 terjadi penurunan yang cukup drastis. Hal ini disebabkan pihak hotel kurang sadar akan potensi *service experience* yang dapat dijadikan alat untuk menarik pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service experience* terhadap kepuasan pelanggan di javana bistro. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 konsumen yang datang dan merasakan langsung *service* yang ada di javana yang dipilih melalui *systematic random sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *service experiences* yang terdiri dari *social interaction*, *the core service* dan *physical environment*, sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai *service experience* terhadap kepuasan pelanggan di javana bistro secara umum di nilai baik. Sub variabel yang mendapat penilaian tertinggi yaitu *the core service*. Sedangkan sub variabel yang mendapat penilaian rendah yaitu *social interactions*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 21.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service experiences* memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan di javana bistro.

Kata Kunci : *Service Experiences*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Anne MeiliaYustiani 1002006, influence service experience to customer satisfaction in javana bistro (survey on consumers who come and visit javana bistro). Under the guidance of Gitasiswhara, S.E., Par, MM and Taufik Abdullah, SE., Par., M.M

Tourism is one of the highly profitable state assets, the longer tourism is growing rapidly. Bandung has become one of the tourist destinations because of the large potential for tourism, besides the city of Bandung is also a favorite culinary tourism in Indonesia. With the huge opportunities in the culinary business, make a lot of business people who try their luck in the field of culinary business, it can be seen by the many restaurants, food stalls, cafes and other eating places lined along the road in Bandung. Customer satisfaction is important and diutamakan by management Javana Bistro because customer satisfaction is an important factor for the success of the company as a satisfied customer behavior to drive repeat purchases. Javana bistro is one of the restaurants located in the city of Bandung. In each year, a reduction in the number of visitors. Especially in 2013 decreased quite dramatically. This is due to the hotel in less aware of the potential service experievene that can be used as a tool to attract customers. This study aims to determine the effect on customer satisfaction service experience in javana bistro. The sample in this study consisted of 100 consumers who come and experience the service that is dijavana selected through systematic random sampling. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The independent variables in this study is the service experiences that consists of social interaction, the core service and physical enviroment, while the dependent variable is customer satisfaction. The results showed that the respondents regarding the service experiences of customer satisfaction in javana general bistro at good value. Sub variable that gets the highest ratings that the core service. While sub-variables that got low ratings that social interactions. The analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS 21.0. The results showed that the variable service experiences provide positift influence on customer satisfaction in javana bistro.

Keywords: Service Experiences, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang dalam kami sampaikan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penelitian ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *service experience* terhadap kepuasan pelanggan di Javana Bistro.

Penyusun skripsi ini merupakan salah satu syarat menempuh sidang untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata atau di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dengan baik dan memberikan manfaat bagi semua lapisan masyarakat, khususnya bagi pihak yang membutuhkan dan pihak yang terkait dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis sangat berharap kritik serta saran dari pembaca sebagai acuan perbaikan di kemudian hari, sehingga skripsi ini dapat menjadi referensi yang baik bagi siapa pun, baik itu dalam hal akademik maupun non akademik, serta bagi yang ingin mengembangkan uni pariwisata khususnya di bidang *food and beverage*.

Bandung, Juni 2016

UCAPAN TERIMAKASIH

Syukur Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW., keluarga dan para sahabatnya, serta penegak sunnah-Nya sampai kelak akhir zaman. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada Allah SWT., yang telah memberikan segala nikmat besar, baik nikmat iman, kesehatan dan kekuatan di dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis juga menyadari selama penulis skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Furqon, M.A. Ph.D, selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak. Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si. selaku Dekan FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.
4. Bapak Gitasiswhara, S.E.,Par,M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi, serta bimbingan akademik selama masa perkuliahan dan senantiasa memberikan motivasi kepada penulis.
5. Bapak Taufik Abdullah, SE., Par., M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan penulisan skripsi.
6. Ibu Heri Puspito Rini Diah Setyorini, MM., selaku pengajar yang memberikan ilmu kepada saya
7. Ibu Dewi Pancawati N., S.Pd.,MM., selaku pengajar yang memberikan ilmu kepada saya

8. Bapak Oce Ridwanudin, SE., MM, selaku pengajar yang memberikan ilmu kepada saya
9. Ibu Rini Andari, S.Pd., SE., Par., MM selaku pengajar yang memberikan ilmu kepada saya
10. Kepada Seluruh Staff Prodi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang selalumembantu penulisse lamaperkuliah an
11. Kepada suamitercinta Agus Sutrisno yang selalumendukung dan membantusertamemberikan semangat kepada penulisketika penulis merasa lelah dan bosan.
12. Kepada Serhan Alvin dan Hikari Alesha Shareffaputra putri bunda yang selalumjadi penyemangat ketika merasa lelah.
13. Para sahabat tersayang, Isni Ainulyaqin, Nita Soniawati, Wina Herawati, Suci Fathimah, Senni Septiani Dan Bayu Setiaji, yang selalu menghibur dan memberikan dukungan yang tulus bagi penulis dalam proses penulisan skripsi ini, serta keluarga MPP angkatan 2010.
14. Para saudaratercinta, Yusri Ardi Karphi, Januar Yuzar, Muhammad Febrian Mustaqin, Dewi Rani Gustia Sari, Sarah Istiqomah dan Febriani Nur Aisyah yang selalumemotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terimakasih penulis

yang sebesar besarnyadan jugateristimewa adalah kepada kedua orang tua penulis yaitu Bapak Moch, Zustridan Ibu Sri Mulayani Kosasih, yang selalumemberikan dukungan kepada penulis baik berpadua, moril maupun materilsertakasih sayang yang diberikan kepada penulisse lamainid and jugaselalumemberikan semangat tiada henti, selalubersabar menanti penulis dalam mendapatkan gelar sarjana. Akhir kata, semoga Allah SWT selalumelimpahkan rahmat kepada semua pihak yang telah membantupenulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, Juni 2016

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vvi
DAFTAR TABEL	viiiix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1Latar Belakang	1
1.2Rumusan Masalah.....	16
1.3Tujuan Penelitian	16
1.4Kegunaan Penelitian	16
1.4.1Kegunaan Teoritis	16
1.4.2Kegunaan Praktis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 Konsep Kepariwisata dan Restoran	18
2.1.1.1 Konsep Kepariwisata.....	18
2.1.1.2 konsep wisata kuliner.....	20
2.1.1.3 konsep food and beverage.....	22
2.1.2konsep service experience dalam marketing experience	29
2.1.2.1konsep experiential marketing	29
2.1.2.2konsep service experience.....	34
2.1.2.3Definisi service Experiences	38
2.1.2.4Dimensi service Experiences	43
2.1.3Konsep kepuasan Pelanggan.....	46
2.1.3.1Definisi kepuasan Pelanggan	46
2.1.3.2tipekepuasan Pelanggan	47
2.1.3.3dimensi kepuasan Pelanggan	48
2.1.3.4mengukur kepuasan Pelanggan.....	49
2.1.4resume hasil penelitian terdahulu dan orisinalitas penelitian	51
2.2 Kerangka Pemikiran.....	52
2.3 Hipotesis	58
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	60
3.1Objek Penelitian.....	60

3.2	Metode Penelitian	61
3.2.1	jenis penelitian dan metode yang digunakan	61
3.2.2	operasionalisasi variabel.....	61
3.2.3	jenis dan sumber data	66
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	67
3.2.4.1	Populasi.....	67
3.2.4.2	Sampel.....	67
3.2.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	68
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	70
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas	71
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas	74
3.2.7	Rancangan Analisis Data dan pengujian hipotesis	76
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	76
3.2.7.2	Pengujian Hipotesis	78
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	84
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	84
4.1.1	Identitas Perusahaan.....	84
4.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	85
4.1.3	Produk dan Jasa yang Ditawarkan	85
4.2	Profil Responden Javana Bistro	91
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tinggal	91
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	93
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	94
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan.....	95
4.3	Pengalaman Responden	96
4.3.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	96
4.3.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi	97
4.3.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung	98
4.4	Gambaran Service Experience	99
4.4.1	Gambaran kondisi service experience di javana bistro	99
4.4.1.1	tanggapan responden mengenai social interaction.....	99
4.4.1.2	tanggapan responden mengenai the core service.....	101
4.4.1.3	tanggapan responden mengenai physical environment.....	103
4.4.1.4	rekapitulasi tanggapan responden.....	105
4.5	Gambaran kepuasan Pelanggan	107
4.5.1	tingkat kepuasan konsumen terhadap social interaction	107
4.5.2	tingkat kepuasan konsumen terhadap the core service.....	108
4.5.3	tingkat kepuasan konsumen terhadap physical environment.....	109
4.5.2	Rekapitulasi kepuasan pelanggan terhadap service experience di javana bistro	111

4.6	Pengaruh <i>service experience</i> terhadap kepuasan di javana bistro.....	112
4.6.1	Hasil Uji Normalitas	112
4.6.2	Uji Heteroskedastisitas	114
4.6.3	Uji Asumsi Multikolinearita	115
4.6.4	Uji korelasi dan Koefisien Determinasi	116
4.6.5	Uji Signifikansi (Uji f)	117
4.6.6	Uji Signifikansi (Uji t)	118
4.6.7	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>service experience</i> terhadap kepuasan Pelanggan	119
4.7	Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	121
4.7.1	Temuan Bersifat Teoritik	121
4.7.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		123
5.1	Kesimpulan	123
5.2	Rekomendasi.....	124
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN.....		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Market Share Pariwisata.....	2
Tabel 1.2	Perkembangan Usaha Restoran.....	5
Tabel 1.3	Data Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung.....	6
Tabel 1.4	Daftar Nama Cafe Dan Resto Di Sekitar Kawasan Bandung Utara.....	7
Tabel 1.5	Data Kunjungan Javana Bistro.....	9
Tabel 1.6	Strategi Pemasaran.....	12
Tabel 1.7	Service Experience Yang Ada Di Javana Bistro.....	14
Tabel 2.1	Economy Distiction.....	30
Tabel 2.2	Pergeseran Konseptual Dari GDL Ke SDL.....	34
Tabel 2.3	Definisi Service Experience.....	39
Tabel 2.4	Tipe-Tipe Kepuasan Pelanggan.....	47
Tabel 2.5	Resume Hasil Penelitian Terdahulu.....	51
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	46
Tabel 3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	50
Tabel 3.3	Teknik Pengumpulan Dan Sumber Data.....	54
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas <i>Service Experiences</i> Dan Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	58
Tabel 3.6	Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden.....	77
Tabel 3.7	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Interaction</i>	99
Tabel 4.2	Tanggapan Mengenai The Core Service.....	101
Tabel 4.3	Tanggapan Mengenai Physical Environment.....	103
Tabel 4.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Experiences</i>	104
Tabel 4.5	Tingkat Kepuasan Terhadap Social Interaction.....	107
Tabel 4.6	Tingkat Kepuasan Terhadap The Core Service.....	108

Tabel 4.7	Tingkat Kepuasan Terhadap Physical Environment	109
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	112
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	114
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	115
Tabel 4.11	Uji Korelasi dan Koefisien	116
Tabel 4.12	Hasil Uji F	117
Tabel 4.13	Uji T	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1	Hasil Survey Alas AnBerwisata	3
Gambar1.2	Market Segment Javana Bistro	8
Gambar1.3	HasilPraPenelitian	10
Gambar2,1	KlasifikasiFood And Beverages Operations	23
Gambar2.2	KlasifikasiRestoran.....	27
Gambar2.3	Service Operation (System) Conceptual Model	36
Gambar2.4	TingkatanIlmuPemasaran	53
Gambar2.5	KerangkapemikiranPengaruh <i>Service Experience</i> TerhadapKepuasanPelanggan.....	57
Gambar2.6	ParadigmaPenelitian	58
Gambar3.1	Regresi Linier Berganda	82
Gambar4.1	KarakteristikRespondenBerdasarkanAsalTinggal.....	92
Gambar4.2	KarakteristikRespondenBerdasarkanJenisKelamin.....	93
Gambar4.3	KarakteristikRespondenBerdasarkanPendidikanTerakhir	94
Gambar4.4	KarakteristikRespondenBerdasarkanPekerjaan.....	95
Gambar4.5	KarakteristikRespondenBerdasarkan Rata-Rata Penghasilan ...	95
Gambar4.6	KarakteristikRespondenBerdasarkanFrekuensiKunjungan.....	96
Gambar4.7	KarakteristikRespondenBerdasarkanSumberInformasi	97
Gambar4.8	KarakteristikRespondenBerdasarkanAlasanBerkunjung	98
Gambar4.9	Gambar <i>Service Experiences</i> PadaGarisKontinum	106
Gambar4.10	GarisKontinumHarapanPelangganMengeenai <i>Service Experience</i>	111
Gambar4.12	Normal Probability Plot.....	113