

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN RESTORAN CEPAT SAJI D'BESTO DI PAYAKUMBUH

Yolla Fatma, dibawah bimbingan
Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS dan Elfi Rahmi, S.Pt., MP
Program Studi Pembangunan dan Bisnis Peternakan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas, Payakumbuh 2016

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan restoran cepat saji d'BestO. Penelitian dilakukan di Kota Payakumbuh. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa restoran d'BestO merupakan restoran terbaru yang menawarkan kualitas produk layaknya restoran besar, tetapi harga yang ditawarkan mampu dijangkau oleh masyarakat luas. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Kunci mempertahankan konsumen restoran siap saji adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terutama ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan. Dimensi yang berpengaruh dalam membentuk kualitas produk dan pelayanan yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangibles* (bukti fisik). Metode analisis yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Pelanggan pada restoran d'BestO Payakumbuh sebagian besar berusia remaja, dengan jenis kelamin perempuan, umumnya pelanggan di restoran d'BestO adalah pelajar dengan tingkat pendidikan SMA/Sederajat. 2) Pada restoran d'BestO untuk frekuensi pembelian umumnya dalam sebulan konsumen melakukan pembelian 2-4 kali. Untuk volume produk yang dibeli dalam satu kali kunjungan 1-2 produk dan umumnya pelanggan memutuskan untuk membeli produk di restoran d'BestO karena restoran tersebut ramai dikunjungi orang. 3) Jika dipersentasekan tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan pada restoran d'BestO yaitu 67,3%, dimana secara keseluruhan pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanannya. Jika diurutkan berdasarkan nilai tertinggi maka variabel kehandalan memperoleh persentase tertinggi, selanjutnya variabel kepastian, variabel kesigapan, variabel berwujud dan variabel empati pada persentase terendah.

Kata kunci : *kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, restoran cepat saji*