

ANALISA KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN BOLOO-BOLOO JAPANESE FAST FOOD DI MARGONDA

HERRY FIRMANSYAH, SRI REDJEKI, SE., MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran

Abstraksi :

Pada saat ini restoran Boloo-boloo Japanese Fast Food berkembang cukup baik karena telah memiliki beberapa cabang di Indonesia. Kepuasan konsumen sangat penting bagi produsen untuk melihat dan mengetahui apakah konsumen sudah merasa puas atau belum dengan pelayanan yang telah diberikan oleh restoran siap saji Boloo-boloo Japanese Fast Food dan penulis mengadakan riset kepustakaan, riset lapangan yang berupa interview dan menyebarkan kuesioner pada 60 responden yang terdiri dari 13 pertanyaan dengan 5 pilihan jawaban. Dalam penulisan ilmiah ini penulis menggunakan metode Chi Square untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh restoran siap saji Boloo-boloo Japanese Fast Food. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut diperoleh hasil dari nilai hitung Chi Square (Chi-Kuadrat) sebesar 26,32 lebih besar dari nilai kritis sebesar 13,277 yang berada di daerah penolakan H_0 (H_1 diterima) yang berarti bahwa konsumen sudah merasa puas terhadap pelayanan Boloo-boloo Japanese Fast Food Margonda. Dan variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen Boloo-boloo Japanese Fast Food berdasarkan peringkat atau urutan dari yang pertama (terbesar) sampai yang terakhir (terkecil) masing-masing sebagai berikut : kebersihan, lokasi, pelayanan, waktu dan jam buka restoran, waktu penyajian, harga, kasir, suasana, rasa, keamanan, keramah-tamahan, fasilitas, dan jenis atau pilihan menu.