

**PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN
LOMBOK IDJO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DANIEL PRANATA LIM

11120039

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2015**

**PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN
LOMBOK IDJO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DANIEL PRANATA LIM

11120039

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN LOMBOK IDJO YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DANIEL PRANATA LIM

11120039

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 20 JANUARI 2016

Nama Dosen

1. : Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Ketua Tim)
2. : Jonathan Herdioko, SE,MM
(Dosen Penguji)
3. : Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

Yogyakarta, 21 JANUARI 2016

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap
Kepuasan Konsumen Restoran Lombok Idjo Yogyakarta

Nama : Daniel Pranata Lim

NIM : 11120039

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Semester : Gasal

Tahun : 2015/2016

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji
di Yogyakarta

Pada Tanggal: 17/12 '15

Dosen Pembimbing



Dra. Ambar Kusuma Astuti. S.E, M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH PROMOSI, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN LOMBOK IDJO YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta,



Daniel Pranata Lim
11120039

HALAMAN MOTTO

**“PENDIDIKAN MERUPAKAN SENJATA PALING AMPUH
YANG BISA KAMU GUNAKAN UNTUK MERUBAH DUNIA”**

-NELSON MANDELA-

“TALK LESS DO MORE”

“SUCCESS IS NOT FINAL, ONLY ACHIEVEMENT”

“WORK HARD PLAY HARD”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

Tuhan Yesus Kristus
Papi dan Mami Tercinta
Veren
Paula agustin
Ibu Ambar
Para Teman dan Sahabat
Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Restoran LOMBOK IDJO di Kota Yogyakarta” ini dengan baik.

Adapun penyusunan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang tidak berkesudahan.
2. Ibu Dra. Ambar Kusuma Astuti, MSi. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, sehingga atas bimbingan beliau penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
3. Papi dan Mami untuk dukungan dan kepercayaan yang diberikan kepadaku.
4. Adik ku tersayang veren, yang selalu member semangat.
5. Orang yang ku sayang yaitu paula agustin yang selalu mengingatin skripsi ku.
6. Saudara dan saudariku di UKDW yang selalu memberi semangat, perhatian, dan dukungan, serta tidak pernah lelah dalam mendengarkan ceritaku.
7. Seluruh teman – teman yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
8. Dinas Pemerintahan terkait yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Kota Yogyakarta.

9. Semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan laporan kerja praktek ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan laporan tugas akhir ini.

Demikian laporan tugas akhir ini penulis buat, penulis mohon maaf atas semua kesalahan dan semoga karya penulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Yogyakarta, 2015

Penulis,

Daniel pranata lim

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Penelitian	5
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Manajemen Pemasaran	7
2.2. Teori Pelayanan	10

2.3. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	15
2.4. <i>Emphaty</i> (Perhatian).....	16
2.5. Promosi.....	16
2.6. Lokasi	24
2.7. Kepuasan Konsumen	25
2.8. Penelitian Terdahulu	28
2.9. Kerangka Penelitian	29
2.10. Hipotesis Penelitian	29
BAB III. METODE PENELITIAN	30
3.1. Data	30
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	33
3.3. Metode Analisis Data	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN	41
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	43
4.3. Pembahasan Hasil	74
BAB V. PENUTUP	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Keterbatasan Penelitian	76
5.3. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	48
Tabel 4.6. Karyawan Memiliki Pengetahuan Tentang Menu	49
Tabel 4.7. Karyawan Melayani Tanpa Memandang Status Sosial	50
Tabel 4.8. Karyawan Melayani Apa yang Dibutuhkan Konsumen	51
Tabel 4.9. Karyawan Memberi Perhatian Khusus Kepada Konsumen	52
Tabel 4.10. Karyawan Selalu Bersikap Sopan	53
Tabel 4.11. Karyawan Cepat Merespon Pesanan Konsumen	54
Tabel 4.12. Mengetahui Melalui Media Cetak	54
Tabel 4.13. Mengetahui Melalui Media Online	56
Tabel 4.14. Tahu Restoran dari Mulut ke Mulut	57
Tabel 4.15. Restoran Lombok Idjo Mudah Ditemukan	58
Tabel 4.16. Restoran Memiliki Ruang Parkir Yang Luas	59
Tabel 4.17. Restoran Memiliki Tempat yang Nyaman	60
Tabel 4.18 Restoran Jauh Dari Kemacetan	61
Tabel 4.19. Restoran Dekat Dengan Pusat Perbelanjaan	62
Tabel 4.20. Konsumen Puas Dengan Pelayanan Cepat dan Tepat	63

Tabel 4.21. Merasa Puas Dengan Kesopanan Karyawan Restoran	64
Tabel 4.22. Puas Dengan Cita Rasa Masakan yang Disediakan Restoran.....	65
Tabel 4.23. Puas Dengan Kenyamanan dan Kebersihan Restoran	66
Tabel 4.24. Puas Dengan Keramahan Karyawan Restoran	67
Tabel 4.25. Peralatan Makan Restoran Lengkap	68
Tabel 4.26. Hasil Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.27. Hasil Uji F	70
Tabel 4.28. Hasil t Test	71
Tabel 4.29. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	73

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	29

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

©UKDW

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di restoran Lombok Idjo Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada restoran Lombok Idjo untuk meningkatkan pelayanan, promosi dan lokasi agar tetap dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria masyarakat yang pernah makan di restoran Lombok Idjo Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang. Pengujian data menggunakan alat statistic analisis regresi berganda

Hasil penelitian menunjukkan variable bebas yaitu pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Lombok Idjo Yogyakarta. Dari ketiga variable bebas tersebut, variable pelayanan memiliki pengaruh paling dominan diantara ketiga variabel bebas yang lain. Angka Adjusted R^2 sebesar 0,519 yang berarti variable bebas mampu menjelaskan variable terikat yaitu kepuasan konsumen sebesar 51,9% dan sisanya 40,1% dipengaruhi oleh variable yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keywords : pelayanan, promosi, lokasi, kepuasan konsumen

Abstract

The purposes of the research is to know the effect of service, promotion and location to the costumer satisfaction at the Lombok Idjo Restaurant Yogyakarta. It is expected that the result of the research can contribute to the Lombok Idjo Reataurant in order to enchance the service, promotion and location to increase and maintain the consumer satisfaction.

The method of collecting data by distributing questionnaire form. Samples were selected by using purposive sampling with the criteria people who ever ate at Lombok Idjo Restaurant. The number of sample that used in this research as many as 100 people. The data were tested by using the multiple linear regression tool.

The result showed that independent variabel that is services, promotion and location simultaneously give positive and significant influence impact on the consumer satisfaction at Lombok Idjo Restaurant. From three independent variables, service variable was dominant among three other independent variables. The coefficient of determination (adjusted R square) was 0,519 which mean independent variables can explain dependent variabel as much as 51,9% and the rest 40,1% were affected by other variables which were not mentioned in this research.

Keywords : service, promotion, location, consumer satisfaction

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di restoran Lombok Idjo Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada restoran Lombok Idjo untuk meningkatkan pelayanan, promosi dan lokasi agar tetap dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria masyarakat yang pernah makan di restoran Lombok Idjo Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang. Pengujian data menggunakan alat statistic analisis regresi berganda

Hasil penelitian menunjukkan variable bebas yaitu pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Lombok Idjo Yogyakarta. Dari ketiga variable bebas tersebut, variable pelayanan memiliki pengaruh paling dominan diantara ketiga variabel bebas yang lain. Angka Adjusted R^2 sebesar 0,519 yang berarti variable bebas mampu menjelaskan variable terikat yaitu kepuasan konsumen sebesar 51,9% dan sisanya 40,1% dipengaruhi oleh variable yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keywords : pelayanan, promosi, lokasi, kepuasan konsumen

Abstract

The purposes of the research is to know the effect of service, promotion and location to the costumer satisfaction at the Lombok Idjo Restaurant Yogyakarta. It is expected that the result of the research can contribute to the Lombok Idjo Reataurant in order to enchance the service, promotion and location to increase and maintain the consumer satisfaction.

The method of collecting data by distributing questionnaire form. Samples were selected by using purposive sampling with the criteria people who ever ate at Lombok Idjo Restaurant. The number of sample that used in this research as many as 100 people. The data were tested by using the multiple linear regression tool.

The result showed that independent variabel that is services, promotion and location simultaneously give positive and significant influence impact on the consumer satisfaction at Lombok Idjo Restaurant. From three independent variables, service variable was dominant among three other independent variables. The coefficient of determination (adjusted R square) was 0,519 which mean independent variables can explain dependent variabel as much as 51,9% and the rest 40,1% were affected by other variables which were not mentioned in this research.

Keywords : service, promotion, location, consumer satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu propinsi dari 34 propinsi yang ada di Indonesia saat ini dengan ibu kota Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta mendapat predikat sebagai kota pelajar karena Yogyakarta merupakan salah satu pusat pendidikan di Indonesia, semakin banyaknya mahasiswa di D.I.Y makan kebutuhan akan konsumsi semakin banyak. Khususnya kalangan micro seperti mahasiswa sangat membutuhkan tempat makan yang strategi, pelayanan yang bagus serta promosi. Buat kalangan macro sendiri sangat tergantung dengan promosi, pelayanan dan lokasi yang di berikan.

Saat ini persaingan dalam dunia bisnis sangat ketat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan yang enak, pelayanan yang bagus serta lokasi yang strategis. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pelayanan, promosi, lokasi terhadap kepuasan konsumen restoran LOMBOK IDJO YOGYAKARTA.

Restoran merupakan perusahaan yang bergantung pada kepuasan pelanggan, salah satu usaha yang bergerak pada industri makanan dan minuman adalah restoran, restoran merupakan perusahaan yang bergantung pada kepuasan konsumen, umumnya cara yang dilakukan restoran untuk meningkatkan kepuasan konsumen ialah pelayanana yg baik, karena produk yang di jual di restoran mencakup barang dan jasa (Kotler,2008). Kita tidak

susah untuk menemukan restoran yang pelayanannya baik atau pun buruk khusus nya wilayah DIY sendiri.

Kualiitas pelayanan yang rendah akan menimbulkan masalah bagi restoran tersebut, dan tidak hanya pelanggan yang menikmati hidangan di restoran tersebut tetapi juga berdampak pada calon konsumen yang lain. pelangan yang kecewa akan menceritakan paling sedikit kepada 15 orang lainnya (Lupiyoadi dan Hamdani 2006). Untuk itu upaya perbaikan kualitas layanan maupun kualitas produksi akan lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Apa lagi yang kita tahu di wilayah DIY banyak restoran dimana mana dan semua nya berlomba-lomba untuk memberikan kualitas pelayanan,promosi bagus dan lokasi yang strategis.

Pihak restoran sendiri juga perlu melakukan pendekatan dengan cara berkomunikasi dengan konsumen yang berkunjung, sekedar mempertanyakan keuasannya terhadap layanan di restoran tersebut. Restoran juga tidak boleh takut untuk memasang promosi di media iklan. Semakin banyak promosi yang di iklan akan berdampak positif bagi restoran itu.

Kepuasan konsumen adalah tingkat prasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan, dibanding dengan harapan (Daryanto, 2013:9). Konsumen sendiri mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa, sesuai dengan sejauh mana harapan konsumen terpenuhi dan terlampaui.

Oleh karna itu, layaknya sebuah perusahaan yang sedang menghadapi sebuah persaingan, maka suatu restoran harus benar-benar

memikirkan dan mempersiapkan langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan agar dapat bertahan ataupun unggul dalam persaingan. Oleh karena itu pada masa sekarang ini banyak sekali restoran yang merebut pasar yang ada, dengan menawarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing perguruan tinggi. Selanjutnya calon konsumen diberikan untuk memilih dan memutuskan restoran mana yang ingin dikunjungi.

Dengan semakin berkembangnya usaha rumah makan, maka perusahaan bisa menganalisa kekuatan dan kelemahan, serta ancaman dan peluang agar bisa merumuskan suatu strategi yang dapat membuat perusahaan bertahan dan memanfaatkan peluang dalam penetrasi pasar serta mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Dengan persaingan pada zaman sekarang yang sangat ketat antar restoran, maka saya akan melakukan penelitian terhadap salah satu restoran yang ada di Yogyakarta. Judul penelitian “PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN LOMBOK IDJO YOGYAKARTA” objek sendiri terletak di , letaknya di jl,Laksda Adi Sucipto no.22, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah istimewa Yogyakarta 55221. RESTORAN LOMBOK IDJO sendiri adalah restoran yang menyajikan makanan khas Indonesia (Jawa).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang diajukan adalah:

- a. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
- b. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen?
- c. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusana masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak di capai ialah:

- a. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Penaruh promosi terhadap kepuasan konsumen.
- c. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Perguruan Tinggi

Sebagai bahan masukan untuk melakukan penyempurnaan bagi peningkatan pengelolaan/pembinaan perguruan tinggi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

- b. Masyarakat

Sebagai dasar dalam menentukan kebijakan dan strategi bagi Pemerintah Kota Yogyakarta dan pengusaha dalam bidang pendidikan dalam mengembangkan perguruan tinggi yang ada di Yogyakarta.

c. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk memperkaya kajian-kajian yang terkait dengan perilaku konsumen dan pemasaran khususnya pemasaran jasa pendidikan.

d. Bagi Pihak Lain

1. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen pemasaran khususnya Pelayanan, promosi, lokasi.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengangkat penelitian serupa.
3. Menjadi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu ekonomi khususnya manajemen pemasaran.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Responden penelitian adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan dan minuman di restoran Lombok Idjo. Usia responden yang digunakan berumur 17-64 tahun.
- b. Konsumen yang dijadikan responden yaitu konsumen yang pernah ke restoran Lombok Idjo.
- c. Jumlah Responden kurang lebih 100-150 responden.
- d. Variabel terikat yang digunakan ialah Kepuasan Konsumen (Y) pada restoran Lombok Idjo.
 - kepuasan konsumen : respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai

ciri atau keistimewwaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen (Zeithaml dan Bitner 2000:75)

e. Variabel bebas yang digunakan ialah Pelayanan(x1), Promosi(x2), dan Lokasi(x3).

- Pelayanan: aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain (Kotler 1994).

- Promosi: salah satu unsure dalam bauran pemasaran perusahaan yang diayagunakan memberitahukan, mengingatkan, an membujuk konsumen tentang produk prusahaan(Saladin 2003)

- Lokasi: tempat dimana suatau usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Factor penting dalam pengembangan suatau usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan.faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang berbeda (Kotler 2008:51).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Lombok Idjo Yogyakarta.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Lombok Idjo Yogyakarta.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Lombok Idjo Yogyakarta.
4. Secara simultan Variabel Pelayanan, Promosi dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Lombok Idjo Yogyakarta.
5. Dari ketiga variabel independen, variabel Pelayanan adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen restoran Lombok Idjo Yogyakarta.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa keterbatasan dan kelemahan sebagai berikut:

1. Keterbatasan waktu yang dimiliki responden sehingga banyak responden yang menolak ketika penulis meminta waktu untuk mengisi kuesioner yang diberikan.
2. Dalam melakukan penelitian pada restoran Lombok Idjo Yogyakarta, peneliti melakukan penelitian hanya sekitar 2 bulan saja sehingga tidak menutup kemungkinan banyak kekurangan yang ada dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Yogyakarta saja dengan responden yang terbatas yaitu 100 orang.

5.3. Saran

5.3.1. Saran untuk Restoran Lombok Idjo Yogyakarta

1. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel Pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan. Sehingga diharapkan kepada restoran Lombok Idjo Yogyakarta agar tetap mempertahankan dan menjaga kualitas pelayanan yang selama ini diberikan.
2. Dapat meningkatkan promosi agar semakin banyak orang mengetahui restoran Lombok Idjo.
3. Dapat tetap menjaga keamanan dan kenyamanan dari lokasi tempat Lombok Idjo Yogyakarta berdiri, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Diharapkan agar tidak hanya memberikan pernyataan tertutup, tetapi juga pernyataan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
2. Diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel serta mencari factor – factor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Diharapkan agar wilayah dan skala penelitian pada penelitian selanjutnya dapat diperbesar dan diperluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler Philip. 1997. Manajemen pemasaran jild 1 edisi bahasa Indonesia. Jakarta PT Prenhallindo.
- Kotler Philip. 1998. Manajemen pemasaran jild 2 edisi bahasa Indonesia. Jakarta PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gery, Armstrong, 2003, dasar-dasar pemasaran jil 1, edisi kesembilan, Jakarta, PT.Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip, 2000, manajemen pemasaran, edisi Milenium , Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen pemasaran, edisi 13 jild 1 & 2 penerbit Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 1995. strategi pemasaran. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran jasa. Bayumedia Publishing. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fany. 2008. Strategi pemasaran edisi III. Andi. Yogyakarta.
- Dhavmmestha, Swastha, Basu dan Irawan. 2005, manajemen pemasaran moderen, Liberty Yogyakarta.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2007. manajemen pemasaran jasa. cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Rismiati, E. Catur dan Lg Bondan Suratno. 1999. Pemasaran barang dan jasa. Yogyakarta.

Erfiana, Widya Ika. Sucipto dan Dhita morita ikasari. 2014. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran japan saboten shokudo Malang. Jurnal manajemen.

Huda, Ahmad samul dan Ida Farida. 2014. Pengaruh pelayanan, promosi, an lokasi terhadap kepuasan konsumen took joko elektronik di Pati. Jurnal manajemen.

©UKDW