

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN
PADANG SEDERHANA DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

RIONALDO SAMUEL

11084749

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2012

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN
PADANG SEDERHANA DI KOTA YOGYAKARTA
SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh:

RIONALDO SAMUEL

NIM : 11084749

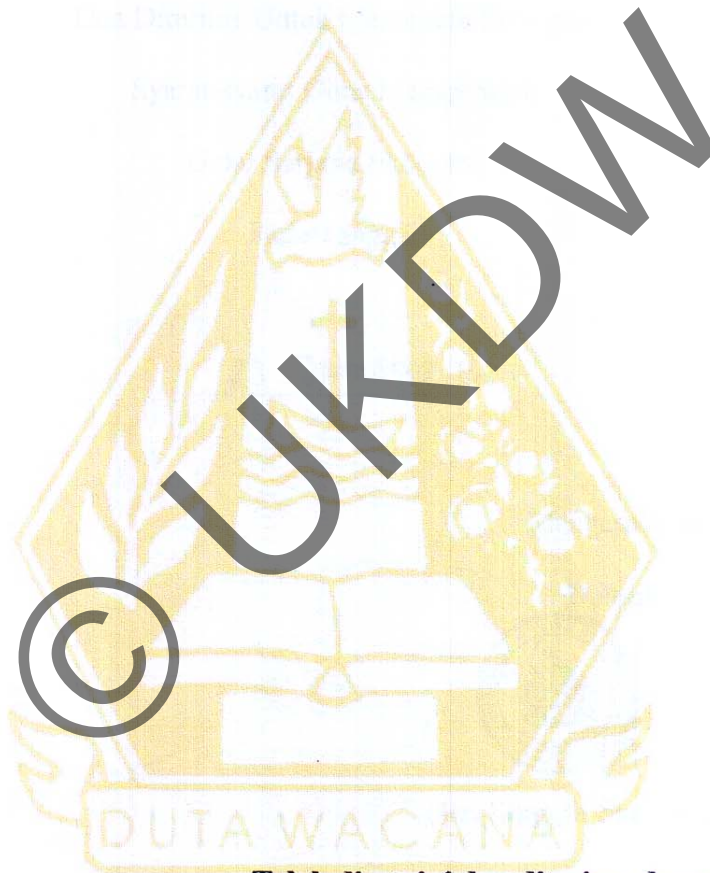
Jurusan : Manajemen



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

2012

HALAMAN PERSETUJUAN



Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi

(Ety Istriani, Dra, MM)

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

22 Januari 2013

Mengesahkan

Dekan,



(Dr. Singgih Santoso, M.M.,)

Dewan Penguji:

1. Dra. Ety Istriani, M.M.,
2. Dra. Purwani Retno Andalas, M.M.,
3. Dra. Agustini Dyah Respati, MBA.,

MOTTO

- ✓ Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.
(Aristoteles)
- ✓ Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah.
- ✓ Jadikanlah ilmu berguna bagi diri sendiri dan orang lain.
- ✓ Optimis, Karena Hidup Terus Mengalir Dan Kehidupan Terus Berputar
- ✓ Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada,

- Tuhan Yesus Kristus, penolong dan inspirasiku
- Orang tua, kakak dan adik saya
- Kawan-kawanku seperjuangan dan sepermaianan
- Almamaterku, Duta Wacana

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Bapa yang di Surga, atas segala berkat karunia dan pertolongan serta campur tangan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan akhir skripsi ini dengan judul “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN PADANG SEDERHANA DI KOTA YOGYAKARTA”

Mengingat waktu, tenaga serta pengetahuan yang terbatas, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi masih jauh dari sempurna. Untuk itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun, penulis terima dengan senang hati, sehingga dapat menjadikan lebih baik lagi dan berguna serta menjadi bekal di kemudian hari. Selama menyelesaikan skripsi ini juga, penulis banyak mendapat saran, masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, tanpa semuanya itu, penulis yakin skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang mendalam kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menolong dan menunjukkan penyertaanNya selama hidup kami.
2. Ibu Ety Istriani, Dra, MM selaku dosen pembimbing saya yang tidak bosan terus memberikan bimbingan dan bantuannya selama proses skripsi saya.
3. Orang tua saya Bapak N.Panjaitan dan Ibu D.Hutauruk yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik moril maupun materiil sehingga proses skripsi saya dapat selesai dengan baik.
4. Kawan-kawan seperjuangan dan se-permainan, Felix Fernando, Robi Lusinto, Wawan, Bram Kamasatya, Antony Jong, dll.

5. Teman-teman angkatan 08 khususnya manajemen
6. Almamaterku, Duta Wacana
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis ucapkan terimakasih.

Akhir kata saya ingin mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Bila ada kesalahan dalam penyusunan laporan tugas akhir/skripsi ini penulis mohon maaf. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terimakasih!

Yogyakarta, Desember 2012

Penulis,

RIONALDO SAMUEL

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran	6
2.2. Manajemen Pemasaran.....	7
2.3. Konsep Pemasaran	7
2.4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
1 Produk.....	9
2 Harga.....	10
3 Promosi	11
4.Tempat.....	13
2.5. Strategi Pemasaran (<i>Marketing strategy</i>).....	14
1. Daur Hidup Produk	15
2. Posisi Perusahaan Dipasaran.....	15
3. Situasi Ekonomi.....	15
2.6 Perilaku Konsumen.....	15
1. Pengertian Perilaku Konsumen	15
2. Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	17
2.7 Kepuasan Konsumen	23
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	23
2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	24
3. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	25
2.8 Model Indek Kepuasan Konsumen	28
2.9 Penelitian Terdahulu.....	28

2.10 Model Penelitian	29
2.11 Pengembangan Hipotesis	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Data.....	31
3.2 Sumber Data.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	31
1. Data Primer.....	32
2. Data Skunder	34
3.4 Metode Populasi Dan Pengambilan Sampel	34
3.5 Definisi Variabel dan Pengukurannnya	35
3.6 Skala Penelitian.....	36
3.7 Metode Analisis Data.....	38
1. Pengujian Validitas.....	38
2. Pengujian Reliabilitas.....	39
3. Analisi Prosentase.....	40
4. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen.....	40
5. Analisis Chi-square.....	40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	45

4.2. Analisis Prosentase.....	46
4.3. Indek Kepuasan Konsumen.....	50
1. Tingkat Kepentingan (IM).....	50
2. Tingkat Kinerja (PP).....	50
3. Skala Indeks Kepuasan Konsumen	51
4. Analisis Indek Kepuasan Konsumen.....	52
4.4. Analisis <i>Chi Square</i>	55

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Analisis Validitas Kepentingan.....	44
Tabel 4.2.	Analisis Validitas Kinerja.....	45
Tabel 4.3.	Analisis Reliabilitas.....	46
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	49
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	49
Tabel 4.9	Hasil Rata-Rata Atribut.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.10	Model Penelitian	30
-------------	------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Ijin Penelitian
Lampiran II	Kuesioner
Lampiran III	Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran IV	Hasil Analisis Prosentase
Lampiran V	Hasil Analisis <i>Chi Square</i>
Lampiran VI	Tabel <i>Chi Square</i>
Lampiran VII	Tabel r



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN PADANG SEDERHANA DI KOTA YOGYAKARTA

ABSTRAK

Dalam sebuah perusahaan, pemasaran merupakan sarana bagi perusahaan untuk memperoleh pangsa pasar seluas-luasnya dan mencukupi kebutuhan maupun keinginan dari para konsumennya. Penelitian terhadap atribut-atribut yang ditawarkan sebuah perusahaan penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat membangun kepuasan konsumen melalui atribut yang ditawarkannya tersebut. Penelitian ini juga akan mempermudah perusahaan untuk dapat memenuhi keinginan konsumen. Rumah Makan Padang Sederhana berusaha mengetahui sikap konsumen terhadap atribut yang ada. Dengan menggunakan sumber data yang diperoleh dari kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang identitas konsumen maupun atribut-atribut yang ditawarkan oleh Rumah Makan Padang Sederhana. Dari data kuisioner tersebut akan diuji dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Dengan penelitian ini penulis menggunakan analisis indeks kepuasan konsumen yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Dan untuk mengetahui adanya perbedaan kepuasan berdasarkan profil responden penulis menggunakan *Chi Square*. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin laki-laki sebesar 63%, berusia > 36 tahun, tingkat pendidikan S1 sebesar 65%, dengan pekerjaan terbanyak adalah pegawai swasta sebesar 39%, dan berpenghasilan > Rp 2.600.000 sebesar 44% yang dikarenakan harga produk yang dijual di Rumah Makan Padang Sederhana harganya mahal dan banyak diminati oleh kalangan menengah ke atas. Berdasarkan perhitungan indeks kepuasan konsumen menunjukkan pada angka 140,92 yang terletak pada skala memuaskan yang berarti konsumen telah merasa puas dengan atribut-atribut yang diberikan Rumah Makan Padang Sederhana. Dan atribut yang paling memuaskan adalah atribut Rasa Makanan dengan IKK sebesar 19.80. Hasil dari *Chi Square* tidak ada perbedaan berdasarkan profil konsumen yang artinya konsumen (jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan) memiliki kepuasan yang sama ketika membeli makanan di rumah makan padang sederhana.

Kata kunci: kepuasan konsumen, produk (*product*), harga (*place*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), prosentase, IKK dan *Chi Square*

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN PADANG SEDERHANA DI KOTA YOGYAKARTA

ABSTRAK

Dalam sebuah perusahaan, pemasaran merupakan sarana bagi perusahaan untuk memperoleh pangsa pasar seluas-luasnya dan mencukupi kebutuhan maupun keinginan dari para konsumennya. Penelitian terhadap atribut-atribut yang ditawarkan sebuah perusahaan penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat membangun kepuasan konsumen melalui atribut yang ditawarkannya tersebut. Penelitian ini juga akan mempermudah perusahaan untuk dapat memenuhi keinginan konsumen. Rumah Makan Padang Sederhana berusaha mengetahui sikap konsumen terhadap atribut yang ada. Dengan menggunakan sumber data yang diperoleh dari kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang identitas konsumen maupun atribut-atribut yang ditawarkan oleh Rumah Makan Padang Sederhana. Dari data kuisioner tersebut akan diuji dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Dengan penelitian ini penulis menggunakan analisis indeks kepuasan konsumen yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Dan untuk mengetahui adanya perbedaan kepuasan berdasarkan profil responden penulis menggunakan *Chi Square*. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin laki-laki sebesar 63%, berusia > 36 tahun, tingkat pendidikan S1 sebesar 65%, dengan pekerjaan terbanyak adalah pegawai swasta sebesar 39%, dan berpenghasilan > Rp 2.600.000 sebesar 44% yang dikarenakan harga produk yang dijual di Rumah Makan Padang Sederhana harganya mahal dan banyak diminati oleh kalangan menengah ke atas. Berdasarkan perhitungan indeks kepuasan konsumen menunjukkan pada angka 140,92 yang terletak pada skala memuaskan yang berarti konsumen telah merasa puas dengan atribut-atribut yang diberikan Rumah Makan Padang Sederhana. Dan atribut yang paling memuaskan adalah atribut Rasa Makanan dengan IKK sebesar 19.80. Hasil dari *Chi Square* tidak ada perbedaan berdasarkan profil konsumen yang artinya konsumen (jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan) memiliki kepuasan yang sama ketika membeli makanan di rumah makan padang sederhana.

Kata kunci: kepuasan konsumen, produk (*product*), harga (*place*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), prosentase, IKK dan *Chi Square*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin berkembangnya perekonomian Negara, gaya hidup masyarakat dewasa ini semakin bervariasi hal ini memberikan pengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat terutama di bidang jasa kuliner, maka setiap perusahaan perlu menciptakan konsep pemasaran yaitu dengan menentukan kebutuhan, keinginan, serta harapan dari pasar sasaran dengan pemberian kepuasan terhadap konsumen.

Persaingan semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap konsumen harus mempertahankan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Betapapun suatu perusahaan menghasilkan produk, tetapi jika produk itu tidak dapat menarik minat konsumen dan tidak sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pasar, maka produk tersebut tidak akan laku terjual dipasaran. Namun jika sebaliknya produk tersebut memiliki daya tarik atau difrensiasai yang khas, berkualitas, sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, maka konsumen dengan sendirinya akan muncul ketertarikan, penasaran serta keinginan untuk mencoba dan mengkonsumsi produk tersebut.

Dengan adanya persaingan – persaingan didunia kuliner yang berusaha merebut untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, menjadikan perusahaan termotivasi dalam mengumpulkan informasi untuk menyusun strategi pemasaran. Dengan demikian bahwa kunci utama dalam memenangkan persaingan adalah dengan memberikan

nilai dan kepuasan pada konsumen melalui menyampaikan produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas, yang mana kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan yang muncul adalah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan – harapannya. Jika kinerja dibawah harapan maka pembelian tidak puas, namun jika kinerja perusahaan melampaui harapan, maka pembelian mendapatkan kepuasan (Kotler, 1995:24)

Dalam industri rumah makan, kepuasan konsumen diberikan melalui segala sesuatu yang melekat pada produk dan pelayanan, misalnya makanan, tempat, atau fasilitas serta tenaga penjual. Untuk itu dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat ini RUMAH MAKAN PADANG SEDERHANA perlu melakukan evaluasi terhadap strategi yang sudah berjalan atau yang belum berjalan agar dapat terus mengikuti keinginan konsumen dan bertahan dalam dunia persaingan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap rumah makan padang sederhana dengan mengambil judul “**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN PADANG SEDERHANA DI KOTA YOKYAKARTA**”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka pokok permasalahannya:

1. Bagaimana profil konsumen rumah makan padang sederhana di Yogyakarta?
2. Apakah konsumen puas terhadap atribut-atribut rumah makan padang sederhana di Yogyakarta?

3. Atribut apakah yang paling memuaskan konsumen?
4. Apakah ada perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan profil konsumen terhadap atribut-atribut *marketing mix*?

1.3 Batasan masalah

Agar pembahasan masalah yang dibahas tidak terlalu luas dan mendapatkan hasil yang lebih baik, maka penulis membutuhkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta
2. Objek yang diteliti adalah rumah makan padang sederhana di Yogyakarta
3. Responden yg diteliti adalah responden yang pernah membeli, makan, serta yang menjadi pelanggan rumah makan padang sederhana di Yogyakarta
4. Profil responden yang diteliti
 - a. Jenis kelamin : Pria/Wanita
 - b. Usia : 16thn-22thn
 23thn-29thn
 30thn-36thn
 >36thn
 - c. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai Negri
 Pegawai Swasta
 Wiraswasta
 Lain-lain
 - d. Tingkat Pendapatan perbulan :

- Rendah : <Rp 800.000
- Sedang/menengah : Rp 800.000 – Rp 1.400.000
Rp 1.401.000 – Rp 2.000.000
- Tinggi : Rp 2.001.000 – Rp 2.600.000
>Rp 2.600.000

5. Atribut yang diteliti:

1. Produk (pelayanan pramusaji, rasa makanan, dan keanekaragaman/variasi makanan)
2. Price (harga beli)
3. Place (lokasi, kebersihan, dan tempat parkir)
4. Promotion(iklan)

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian :

1. untuk mengetahui bagaimana profil konsumen rumah makan padang sederhana di Yogyakarta
2. untuk menganalisis apakah konsumen puas terhadap atribut-atribut rumah makan padang sederhana.
3. untuk menganalisis atribut marketing mix apa yang paling memuaskan konsumen
4. untuk menganalisis apakah ada perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan profil konsumen terhadap atribut atribut *marketing mix*

1.5 Manfaat penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan khususnya bagi:

1. Bagi perusahaan

Memberikan masukan positif pada rumah makan padang sederhana untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha dengan karakteristik responden yang telah diberikan rumah makan padang sederhana agar dapat menentukan segmentasi pasar, target pasar dan promosi produknya.

2. Bagi penulis

Dalam penelitian ini penulis dapat memperaktekan pengetahuan yang didapat selama dalam bangku kuliah dan kehidupan bisnis secara nyata di masyarakat

3. Bagi pihak lain

Dapat dijadikan referensi penelitian lain yang ingin melakukan dan mengembangkan penelitian lainnya

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang di lakukan pada bab IV, maka penulis dapat memberikan kesimpulan, ketebatasan dan saran yang di harapkan dapat menjadi masukan bagi kemajuan rumah makan padang sederhana di Yogyakarta.

1. Berdasarkan analisis prosentase mengenai profil responden diketahui bahwa rumah makan padang sederhana didominasi oleh pria sebanyak 63 orang (63%), berusia > 36 tahun sebanyak 58 orang (58%) dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 65 orang (65%), jenis pekerjaan Pegawai swasta sebanyak 39 orang (39%) dan pendapatan per bulan > Rp 2,600,000 sebanyak 44 orang (44%)
2. Berdasarkan Analisis terhadap hasil kuisisioner yang telah dilakukan pada bab IV dengan menggunakan alat analisis indeks kepuasan konsumen dan hasilnya adalah puas, karena indeks kepuasan konsumen mempunyai nilai 140,92 dimana angka 140,92 menunjukkan pada skala puas, yang terletak antara 138 - 181. Hal ini membuktikan bahwa atribut – atribut yang diberikan oleh rumah makan padang sederhana dapat memuaskan konsumen.
3. Berdasarkan Indeks Kepuasan Konsumen dapat diketahui bahwa atribut yang paling memuaskan kepuasan konsumen adalah atribut Rasa Makanan 19.80. Dimana urutannya sebagai berikut: (1). Rasa Makanan; (2). Variasi Makanan; (3). Kebersihan Ruang Makan; (4). Pelayanan Pramusaji; (5). Kenyamanan Tempat Parkir; (6). Lokasi yang Strategis; (7). Harga beli Makanan; (8). Harga beli Minuman; (9). Iklan.

4. Berdasarkan Analisis *Chi square* dapat disimpulkan tidak ada perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, dan berdasarkan pekerjaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis masih menemukan kekurangan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain :

1. Keterbatasan pengetahuan serta informasi dari penulis berpengaruh terhadap kesempurnaan dari penelitian ini sehingga penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun guna menyempurnakan penelitian ini
2. Jumlah responden yang terbatas sehingga jawaban yang ada masih mewakili sebagian pendapat saja
3. Responden sebagai sumber utama memiliki kemungkinan melakukan kesalahan dalam mengisi kuisioner karena kurangnya konsentrasi dan hal ini akan berpengaruh pada kualitas jawaban kuisioner.

5.3 Saran

Dari hasil kesimpulan diatas maka penulis mencoba memberikan beberapa saran – saran yang memungkinkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik rumah makan padang sederhana agar dapat memajukan usahanya antara lain:

1. Bila ditinjau dari segi harga produk yang ditetapkan oleh pihak rumah makan padang sederhana, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki, sehingga tidak masalah bagi konsumen yang berpendapatan menengah ke atas. Akan tetapi bagi konsumen yang berpenghasilan menengah kebawah butuh pertimbangan untuk membeli makan di rumah makan padang sederhana, padahal

mungkin menurut pendapat mereka sesuatu yang “sederhana” pasti memiliki harga terjangkau bagi semua kalangan. Untuk itu diperlu kebijakan dari pihak rumah makan padang sederhana untuk mengatasi masalah tersebut.

2. Kemudian dilihat dari segi atribut – atribut yang lain seperti variasi makanan, kebersihan ruangan, pelayanan peramusaji, kenyamanan tempat parkir, dan lokasi strategis, sudah baik, hanya perlu di tingkatkan kualitasnya dan kalau perlu ditambah sedikit inofasi agar rumah makan padang sederhana tetap bertahan dalam dunia persaingan yang semakin lama semakin kompetitif.
3. Tanamkan sikap positif pada setiap karyawan seperti integritas yang tinggi dan sikap dimana kepuasan pelanggan adalah nomor satu, ini di lakukan agar setiap pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan dengan optimal.
4. Dari segi iklan sendiri, rumah makan padang terkenal dengan fasilitasnya yang eksklusif untuk itu, perlu iklan yang tidak hanya di ketahui konsumen melalui mulut ke mulut (WOM) melainkan media – media yang mendukung lainnya seperti media cetak yaitu koran atau majalah agar informasi tersebut dapat diketahui oleh semua kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Sudarman, 1999, ***Teori Ekonomi Mikro II***, BPFE Yogyakarta, edisi 3
- Blackwell,R.,Miniard,P.W., and Engel,James. (1995). ***Perilaku konsumen***, (F.X.Budiyanto, Trans), Jakarta: Binarupa Aksara
- E.Boone,L.Kurtz,2007,***Pengantar bisnis kontemporer***,salemba Empat, Jakarta : Hal 189
- Fandy Tjiptono, 2004, ***Pemasaran Jasa***, Bayu Media Malang.
- Freddy Rangkuti, 2002. ***The Power of brands***. Jakarta : Gramedia Pusat Utama
- Kotler, Philip. 2001. ***Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian***. Salemba Empat.
- Kotler dan Armstrong. 2001. ***Prinsip-Prinsip Pemasaran***, Jilid 1 dan 2 edisi ke-8, Erlangga, Hal 71-72
- Mustofa Azis. 2007, ***Teori Ekonomi Mikro I***, Universitas Kanjuruhan Malang,
- Nessim Hanna, Richard Wozniak. 2001, ***Consumer Behavior: An Applied Approach***, Prentice Hall
- Olson, Jerry and Paul Peter. 2008. ***Consumer Behavior & Marketing Strategy, 7th edition***. New York: McGraw Hill.
- Philip kotler,Kevin Lane Keller,2007,***Manajemen pemasara***,Macanan jay cemerlang: Hal 23 Opcit,Baswir Hal 179
- Soehardi, Sigit,1999. ***Pengantar Metodologi Penelitian***, Lukman Offset, Yogyakarta.
- Stanton, William J. 2001. ***Prinsip Pemasaran***. Erlangga.
- Sugiyono. 2007. ***Metode Penelitian Administrasi***. Bandung,Alfabeta.
- Sukirno Sadono, ***Teori Pengantar Mikro Ekonomi***, PT RajaGrafindo Persada. edisi 3 2005
- Supramono dan Haryanto. 2005 ***Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS 11,5 for windows Behavior***, cetakan pertama. Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005, ***Manajemen Pemasaran Modern***, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1997. ***Startegi Pemasaran***. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Earl K. Bowen, Martin Kenneth Starr, 1982. *Basic statistics for business and economic*, the University of Michigan

© UKDW