

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RAOS BOWL BINTARO,
JL DEPSOS RAYA. JAKARTA SELATAN**



Oleh :
RIES SETYADI
1125130048
PSIKOLOGI

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam
Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi**

**FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

Analisis Kepuasan Konsumen Restoran Raos Bowl Bintaro

Nama Mahasiswa : Ries Setyadi
 Nomor Registrasi : 1125130048
 Jurusan/Program Studi : Psikologi
 Tanggal Ujian : 14 Agustus 2020

Pembimbing I



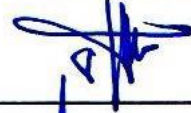

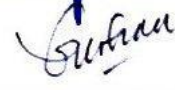
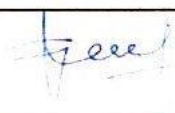
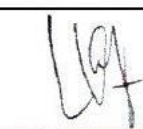
Dr. phil Zarina Akbar, M.Psi
 NIP. 1983042008122006

Pembimbing II



Erik, M.Si
 NIDK. 8844660018

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggungjawab)*		25/08/2020
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		25/08/2020
Prof. Dr. Burhanuddin Tola (Ketua Penguji)***		21 Agustus 2020
Dr. Gungum Gumelar, M.Si. (Anggota)****		21 Agustus 2020
Lupi Yudhaningrum, M.Psi. (Anggota)		21 Agustus 2020

Catatan:

*Dekan FPPsi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama: : Ries Setyadi

Nomor Registrasi : 1125130048

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “**Analisis Kepuasan Konsumen Raos Bowl Bintaro, Jl. Depsos Raya, Jakarta Selatan**” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Juli 2020.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan



Ries Setyadi

MOTTO

**SOME PEOPLE WANT TO SEE
YOU FAIL, DISAPPOINT THEM
– JOKER**

*Skripsi ini didedikasikan
pada semua yang
menyayangi saya, terutama
orangtua*

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ries Setyadi
NIM : 1125130048
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Pendidikan Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Kepuasan Konsumen Raos Bowl Bintaro, Jl. Depsos Raya, Jakarta Selatan”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Agustus 2020

Yang Menyatakan



Ries Setyadi

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RAOS BOWL BINTARO, JL.
DEPSOS RAYA, JAKARTA SELATAN**

RIES SETYADI

SKRIPSI

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi
Universitas Negeri Jakarta
2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara deskriptif tingkat kepuasan konsumen pada pelanggan Raos Bowl Bintaro. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif, dengan metode penelitian *ex-postfacto*.

Instrumen kepuasan konsumen diadaptasi dari instrumen kepuasan konsumen dari hasil penelitian Indra Wahyu Dianto pada tahun 2013. Prosedur teknik sampling menggunakan non-probability sampling. Partisipannya berjumlah 81 orang yang pernah berbelanja dan mencicipi Raos Bowl Bintaro.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa dari kelima aspek yang diteliti, aspek jasminan mendapat skor paling tinggi dengan 19 orang (23,46%). Kemudian, yang kedua adalah aspek bukti langsung dengan 18 orang (22,22%). Lalu yang ketiga adalah daya tanggap dengan 16 (19,75%) orang mencatat skor sangat puas.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Raos Bowl Bintaro

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION RAOS BOWL BINTARO,
JL. DEPSOS RAYA, JAKARTA SELATAN**

RIES SETYADI

SKRIPSI

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi
Universitas Negeri Jakarta
2020

ABSTRACT

This study aims to determine descriptively the level of customer satisfaction at Raos Bowl Bintaro customers. This research uses quantitative research type, with ex-postfacto research method.

The consumer satisfaction instrument was adapted from the consumer satisfaction instrument from the research results of Indra Wahyu Dianto in 2013. The sampling technique procedure used non-probability sampling. There are 81 participants who have shopped and tasted Raos Bowl Bintaro.

Based on the results of the analysis, it was found that of the five aspects studied, the physical aspect received the highest score with 19 people (23.46%). Then, the second is the direct evidence aspect with 18 people (22.22%). Then the third is responsiveness with 16 (19.75%) people scoring very satisfied scores.

Keywords: Consumer Satisfaction, Service Quality, Raos Bowl Bintaro

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, walaupun masih jauh dari kesempurnaan. Shalawat serta salam semoga terlimpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta pengikutnya.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak luput dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu izinkanlah penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Gantina Komalasari, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Gum Gum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, ibu Ratri Dyah Suratri, Ph. D selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, dan ibu Lussy Dwiutami, M.Pd selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Phil Zarina Akbar M.Psi selaku ketua program studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta sekaligus juga dosen pembimbing saya.
4. Bapak Erik, M.si selaku dosen pembimbing II saya.
5. Ibu Anna Armeini Rangkuti, M.Si selaku penasihat akademik.
6. Seluruh dosen Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

7. Seluruh staff administrasi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
8. Ibu Siti Zuraidah S.E dan Bapak Rahmat, orangtua yang selalu memberikan dukungan, motivasi, arahan serta pengorbanan yang terus mendoakan hingga penulis dapat berusaha menyelesaikan penelitian ini.
9. Keluarga besar 2013 Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang saling memberi dukungan selama perkuliahan terkhusus kelas B 2013.
10. Semua Pihak yang telah membantu penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Akhir kata, sangat besar harapan penulis semoga skripsi ini memberikan manfaat yang besar, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi siapa saja yang membaca dan berkeinginan untuk mengeksplorasinya lebih lanjut.

Jakarta Selatan, 12 Agustus 2020



Ries Setyadi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1-7
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 LANDASAN TEORI	8-25
2.1 Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1 Teori Kepuasan Konsumen	8
2.1.2 Pengertian Kepuasan Konsumen	10
2.1.3 Konsep Kepuasan Konsumen	11
2.1.4 Strategi Kepuasan Konsumen	13
2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14
2.2 Hubungan Antar Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen	16
2.3 Kualitas Produk	16
2.3.1 Definisi Kualitas Produk	16
2.4 Kualitas Pelayanan	20
2.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan	20
2.5 Kerangka Pemikiran	23
2.6 Hasil Penelitian yang Relevan	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	27-39
3.1 Tipe Penelitian	27
3.2 Desain Penelitian	27
3.3 Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian.....	28
3.3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	28
3.3.2 Definisi Konseptual	28
3.3.3 Definisi Operasional	28

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel Penelitian	30
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Instrumen Kepuasan Konsumen	33
3.6 Uji Coba Instrumen	34
3.6.1 Uji Instrumen Kepuasan Konsumen	37
3.7 Analisis Data	38
3.7.1 Uji Univariat	38
BAB 4 HASIL PENELITIAN	40-62
4.1 Gambaran Subjek Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	40
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan	43
4.1.5 Gambaran Responden Berdasarkan Penghasilan	44
4.2 Hasil Analisis Deskriptif dan Kategorisasi Skor	45
4.2.1.1 Data Deskriptif Kepuasan Konsumen	46
4.2.1.2 Kategorisasi Skor Data Kepuasan Konsumen	47
4.2.2.1 Data Deskriptif Aspek Bukti Langsung	49
4.2.2.2 Kategorisasi Skor Data Aspek Bukti Langsung	50
4.2.3.1 Data Deskriptif Aspek Keandalan	52
4.2.3.2 Kategorisasi Skor Data Aspek Keandalan	53
4.2.4.1 Data Deskriptif Aspek Daya Tanggap	54
4.2.4.2 Kategorisasi Skor Data Aspek Daya tanggap	55
4.2.5.1 Data Deskriptif Aspek Jaminan	56
4.2.5.2 Kategorisasi Skor Data Aspek Jaminan	57
4.2.6.1 Data Deskriptif Aspek Empati	58
4.2.6.2 Kategorisasi Skor Data Aspek Empati	60
4.3 Pembahasan	61
4.4 Keterbatasan Penelitian	63
BAB 5 KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	64-66
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Implikasi	64
5.3 Saran	65
5.3.1 Bagi Perusahaan	66
5.3.2 Bagi Karyawan	66
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Data Omset Penjualan Tahun 2017 hingga 2019	4
Tabel	1.2	Data Rata-rata Pengunjung Raos Bowl Bintaro Tahun 2017 hingga 2019.....	5
Tabel	3.1	Bobot Nilai Skala <i>Likert</i>	31
Tabel	3.2	<i>Blue Print</i> Instrumen Kepuasan Konsumen	32
Tabel	3.3	Muatan Faktor Item untuk Kepuasan Konsumen	36
Tabel	4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel	4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel	4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel	4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel	4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan	43
Tabel	4.6	Distribusi Deskriptif Data Kepuasan Konsumen	45
Tabel	4.7	Hasil Kategorisasi Skor Kepuasan Konsumen	47
Tabel	4.8	Distribusi Deskriptif Data Aspek Bukti Langsung	48
Tabel	4.9	Hasil Kategorisasi Skor Aspek Bukti Langsung	49
Tabel	4.10	Distribusi Deskriptif Data Aspek Keandalan	50
Tabel	4.11	Hasil Kategorisasi Skor Data Aspek Keandalan	52
Tabel	4.12	Distribusi Deskriptif Data Aspek Daya Tanggap	53
Tabel	4.13	Hasil Kategorisasi Skor Aspek Daya Tanggap	55
Tabel	4.14	Distribusi Deskriptif Data Aspek Jaminan	56
Tabel	4.15	Hasil Kategorisasi Skor Data Aspek Jaminan	57
Tabel	4.15	Distribusi Deskriptif Data Aspek Empati	58
Tabel	4.16	Hasil Kategorisasi Skor Data Aspek Empati	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	23
Gambar 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Gambar 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Gambar 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Gambar 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan	44
Gambar 4.6	Data Distribusi Kepuasan Konsumen	46
Gambar 4.7	Data Distribusi Aspek Bukti Langsung.....	49
Gambar 4.8	Data Distribusi Aspek Keandalan	51
Gambar 4.9	Data Distribusi Aspek Daya Tanggap	54
Gambar 4.10	Data Distribusi Aspek Jaminan	56
Gambar 4.11	Data Distribusi Aspek Empati	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Skala	68
Lampiran Syntax Lisrell	72
Lampiran Path Diagram	73



