

ABSTRAKSI

Dengan kondisi yang kompetitif seperti saat ini menuntut para pengusaha dan pelaku bisnis untuk lebih bijaksana dalam mengelola dan mengoptimalkan semua potensi yang ada. Setiap perusahaan membutuhkan perencanaan yang bersifat strategis maupun teknis. Rumah makan Kangen Desa ini juga memerlukan berbagai strategi dalam pemasarannya untuk meraih dan mempertahankan konsumennya. Salah satu strateginya adalah dengan memberikan kepuasan pada konsumen sehingga perusahaan dapat menciptakan konsumen yang melakukan pembelian ulang kemudian menjadikannya konsumen yang loyal terhadap Rumah Makan Kangen Desa. Oleh karena itu maka penulis tertarik untuk membuat penelitian untuk skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Kangen Desa”.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Rumah Makan Kangen Desa perlu diketahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing faktor yang meliputi lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *emphaty* dengan menggunakan teknik *importance-performance analysis*.

Setelah dilakukan penganalisaan data maka akan diketahui hasil dari tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja. Selanjutnya dilakukan penganalisaan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dengan menggunakan diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran dimana masing-masing kuadran memiliki strategi pemasaran yang berbeda.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa kepuasan konsumen di Rumah Makan Kangen Desa secara keseluruhan menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas. Sehingga perlu dilakukan peningkatan atau perbaikan kinerja pada tiap-tiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan pada strategi pemasaran yang terdapat dalam kuadran-kuadran dalam diagram kartesius.