

**ANALISIS HUBUNGAN FAKTOR RASA, HARGA DAN
PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
KONSUMEN DALAM UPAYA PENINGKATAN
PENJUALAN DI SHANG PALACE RESTAURANT
HOTEL SHANGRI – LA SURABAYA**

TUGAS AKHIR



**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

Disusun Oleh:

RADIA KRISTYANUGRAHA
NPM. 079610186 – S

**PROGRAM STUDI D-3 PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
Semester Gasal 1999-2000**



Setuju Untuk Diujikan
Surabaya, 23 Desember 1999

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Falih Suaedi', is written over the lower part of the seal.

Drs. Falih Suaedi, M.Si
NIP. 131 801 403

**ANALISIS HUBUNGAN FAKTOR RASA, HARGA DAN PELAYANAN
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DALAM UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN DI SHANG PALACE RESTAURANT
HOTEL SHANGRI-LA SURABAYA**

Oleh :

Radia Khristyanugraha

ABSTRAKSI

Kebutuhan masyarakat dalam menyediakan hidangan untuk menunjang aktivitas kehidupan sehari-hari mereka meningkat pada akhir-akhir ini. Hal ini menyebabkan jasa restoran banyak bermunculan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Banyaknya usaha jasa restoran tersebut menyebabkan persaingan yang terjadi semakin ketat sehingga dapat menyebabkan terjadinya penurunan penjualan. Berbagai upaya dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan. Penggunaan jasa oleh konsumen berkaitan dengan tingkat kepuasan, artinya setelah menggunakan jasa Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya konsumen akan merasakan puas atau tidak puas. Kepuasan merupakan salah satu faktor penentu agar konsumen mengulangi kembali menggunakan jasa Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya. Agar konsumen merasa puas, Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya mempunyai kepentingan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara rasa, harga, pelayanan (keramahan dan cepatnya penyajian) dengan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya.

Penelitian ini menggunakan dua macam data yaitu data primer (data hasil jawaban responden) dan data sekunder (data pada Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya). Untuk mendapatkan hasil yang baik, maka teknik wawancara, teknik kuesioner dan teknik observasi dipakai sebagai cara dalam mengumpulkan data. Data dianalisis dengan metode Chi Kuadrat yang menghubungkan antara rasa, harga dan pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya dan selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- a) Ada hubungan antara rasa dengan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya.
- b) Ada hubungan antara harga dengan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya.
- c) Ada hubungan antara pelayanan (keramahan dan cepatnya penyajian) dengan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Shang Palace Restaurant hotel Shangri-La Surabaya.
- d) Faktor-faktor diatas yang paling dominan adalah rasa.