ANALISIS BEDA PERSEPSI DAN KENYATAAN DIKAITKAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RESTORAN BONCAFE DI MANYAR KERTOARJO SURABAYA

Oleh :

TJIOE WEI BING

NRP. 11196058

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA

1999

ABSTRAK

Dewasa ini usaha dalam bisnis restoran makin lama banyak bermunculan dan berkembang dengan pesat, oleh sebab itu persaingan antar restoran terjadi dimana-mana dan tidak dapat dihindari lagi. Hal ini menyebabkan para konsumen makin selektif dalam menentukan restoran mana yang akan dipilih. Di samping itu pihak restoran harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para konsumennya karena tiap orang mempunyai persepsi yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Tiap orang yang sudah pernah datang ke Restoran Boncafe tentunya mempunyai persepsi tentang Restoran tersebut. Persepsi ini dapat berasal dari pengalamannya setelah melakukan pembelian. Sedangkan bagi yang belum pernah datang ke Restoran Boncafe, persepsi ini bisa berasal dari informasi orang lain, teman, keluarga maupun relasi bisnis. Persepsi konsumen sebelum datang di Restoran Boncafe belum tentu sama dengan kenyataan yang diperoleh atau sesudah makan di Restoran Boncafe.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada perbedaan persepsi yang diharapkan oleh konsumen (sebelum datang di Boncafe) dengan kenyataan yang diperoleh (sesudah makan di Boncafe) dan untuk mengetahui sejauh mana konsumen merasa puas dengan lokasi, ciri khas produk, harga produk, pelayanan serta fasilitas yang tersedia. Pelaksanaan penelitian ini, penulis mengadakan penelitian langsung dengan menyebar kuesioner pada konsumen Boncafe, di Manyar Kertoarjo. Hasil penelitian yang didapat secara keseluruhan adalah, ada perbedaan yang lebih baik antara persepsi dan kepuasan konsumen (sebelum datang) dengan kenyataan yang diperoleh (sesudah makan). Perbedaan ini disebabkan karena Restoran Boncafe selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi para konsumennya, sehingga dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa konsumen merasa puas.