

ABSTRAK

Ketahanan beli pelanggan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat penting bagi suatu perusahaan untuk dapat terus menjalankan usahanya terutama jika perusahaan tersebut bergerak di bidang jasa.

Rumah Makan Warung Kuning berdiri sejak tahun 1974 dan bertempat di jalan Pasar Besar Surabaya. Selain berfungsi sebagai rumah makan, rumah makan ini juga menerima catering. Persaingan bisnis rumah makan dan catering menjadi semakin ketat, hal ini dapat dilihat dengan banyak bermunculan rumah makan dan catering baru yang menawarkan keistimewaan dan keunikannya masing-masing dan menyebabkan konsumen lebih selektif dalam memilih rumah makan dan catering sesuai dengan yang diinginkan. Rumah makan dan catering yang telah lama berdiri harus dapat bersaing, agar tidak kehilangan pelanggan.

Oleh karena itu dalam suatu perusahaan diperlukan perancangan servis yang tepat supaya ketahanan beli pelanggan dapat meningkat, yang nantinya akan berdampak positif bagi perkembangan dan kemajuan perusahaan. Selain itu dengan terbentuknya ketahanan beli yang baik maka suatu perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda dan berkesinambungan serta memungkinkan terjadinya penambahan jumlah pelanggan melalui rekomendasi dari para pelanggan lama.

Dibagi 2 cluster yaitu cluster konsumen pelanggan dan cluster konsumen potensial.

Dari hasil uji *crosstabs* rumah makan terhadap ada atau tidak adanya pengaruh atau ketergantungan antara cluster konsumen yang telah terbentuk dengan variabel-variabel konsumen di setiap bagian, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruhnya, yaitu variabel pekerjaan, pengeluaran rata-rata anda per bulan, dan rumah makan apa yang paling sering anda berlangganan. Sedangkan dari hasil uji *crosstabs* catering terhadap ada atau tidak adanya pengaruh atau ketergantungan antara cluster konsumen yang telah terbentuk dengan variabel-variabel konsumen di setiap bagian, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruhnya, yaitu variabel pekerjaan, pengeluaran rata-rata anda per bulan, catering apa yang paling sering anda berlangganan, dan tertarik tidak untuk mencobanya.

Dari hasil MDS didapat bahwa rumah makan Warung Kuning mempunyai kualitas pelayanan (18.03%) yang lebih baik dari Ibu Indra (11.47%). Dalam hal rasa, Warung Kuning (8.87%) kalah jika dibandingkan dengan Tambak Bayan (37.90%) dan TipTop (13.71%). Dalam hal harga, Warung Kuning (18.18%) lebih murah jika dibandingkan dengan Sari (7.58%). Sedangkan untuk catering Warung Kuning kalah dalam hal rasa (11.77%) jika dibandingkan dengan Glory (34.12%) dan Ny Robby (17.65%) dan Mojo (24.71%) dan dalam hal ketepatan waktu kirim ada kesamaan jika dibandingkan dengan Elisa

Dari informasi yang diperoleh, akan dilakukan sebagai acuan dalam melakukan perbaikan dan menyusun strategi pemasaran bagi rumah makan dan catering Warung Kuning. Untuk meningkatkan penjualan pada rumah makan Warung Kuning perlu diadakan perbaikan pada variabel-variabel tertentu berdasarkan situasi pasar saat ini. Adapun variabel-variabel yang perlu untuk diadakan perbaikan adalah kebersihan, suasana, fasilitas dan rasa.