

ABSTRAKSI

Perkembangan untuk rumah makan masakan Indonesia, oriental, dan masakan Eropa, mengantar kecenderungan perlombaan untuk memberikan jasa pelayanan yang berbeda-beda dan yang terbaik untuk lebih menarik konsumen. Rumah Makan Handayani, Podo Trisno, Ria adalah beberapa contoh rumah makan yang menyediakan masakan Indonesia.

Mereka seluruhnya terobsesi dengan keunggulan layanan. Mereka menggunakan layanan untuk meningkatkan produktifitas, menambah loyalitas konsumen, dan menghembuskan advertensi secara lisan atau dari mulut ke mulut yang positif dan untuk menemukan perlindungan akan kompetisi harga. Persaingan yang semakin ketat antar rumah makan membuat rumah makan Handayani harus berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memenuhi harapan konsumennya dengan memberi tambahan nilai pada kualitas layanannya.

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis terlebih dahulu melakukan survey pendahuluan, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner. Survey pendahuluan ini dilakukan pada obyek penelitian yaitu Rumah Makan Handayani. Dari hasil survey pendahuluan tersebut, diperoleh informasi bahwa perusahaan menginginkan suatu evaluasi kualitas layanan yang telah diterapkan oleh perusahaan untuk mengetahui apakah layanan yang selama ini diberikan kepada konsumennya telah memenuhi harapan mereka atau belum. Perusahaan juga ingin mendapatkan faktor-faktor apa saja dari dimensi layanan yang dapat dipakai untuk meningkatkan kualitas layanannya.

Setelah survey diadakan dan didapat data-data yang diperlukan, kemudian data-data tersebut diolah dengan beberapa metode statistik antara lain : Analisa Reliabilitas, Analisa Faktor, Analisa Chi Square, dan Analisa Kesenjangan atau Multi-Attribute Attitude Models.

Menurut hasil perhitungan diperoleh kesimpulan bahwa masih adanya beberapa kendala. Untuk Rumah Makan Handayani Prima - Jakarta, manajemen harus memusatkan perhatiannya terhadap tiga faktor terpenting yaitu lokasi, pelayanan, dan citarasa. Pelayanan yang cepat akan memberikan kontribusi yang baik terhadap kemajuan rumah makan, dapat lebih gencar mengadakan promosi dan meningkatkan fasilitas yang sudah ada. Manajemen juga memperhatikan waktu operasinya agar para pengunjung dapat menerima pelayanan yang maksimal. Untuk Rumah Makan Handayani - Surabaya, faktor terpenting yang diharapkan oleh konsumen di Surabaya adalah faktor harga dan citarasa. Perusahaan harus memantau citarasa terus menerus agar tetap standart dan tidak berubah-ubah, memberikan diskon, memberikan hidangan penutup secara cuma-cuma, ataupun dapat juga mengeluarkan diskon voucher, membuat iklan yang lebih bermutu dan lebih inovatif, Untuk lebih memenuhi harapan konsumen, perusahaan disarankan untuk memperluas area lapangan parkir atau perusahaan dapat memberikan layanan "valet parking".