

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN  
INTEGRASI IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS  
DAN MODEL KANO  
(STUDI KASUS : L'SOCIETE DINE AND BAR BANDUNG)**

**TUGAS AKHIR**

**Karya tulis sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari  
Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

**RACHSYD ALGAZA**

**NRP : 123010149**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
2018**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN  
INTEGRASI IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS  
DAN MODEL KANO  
(STUDI KASUS : L'SOCIETE DINE AND BAR BANDUNG)**

RACHSYD ALGAZA  
NRP : 123010149

**ABSTRAK**

*Kota Bandung memiliki bermacam - macam tempat kuliner yang menyajikan ciri khas masing – masing, dari mulai tempat kuliner yang mewah, tempat nongkrong unik tradisional, sampai tempat nongkrong pinggiran jalan tersedia di Kota ini. Ditengah pesatnya perkembangan wisata kuliner dikota Bandung, L'societe Dine and Bar merupakan salah satu restoran yang bergelut dalam persaingan bisnis wisata kuliner di Kota Bandung. Akan tetapi menurut data penjualan, L'societe mengalami penurunan total penjualan drastis dari tahun 2014 – 2016. L'societe memerlukan perbaikan yang efektif atas kinerja bauran pemasarannya.*

*Penelitian ini bertujuan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap bauran pemasaran L'societe. Penelitian dilakukan menggunakan metode statistik deskriptif, pengukuran indeks kepuasan pelanggan serta integrasi Importance Performance Analysis dan Model Kano*

*Berdasarkan hasil penelitian, berikut saran untuk atribut bauran pemasaran L'societe yang memerlukan perbaikan. Untuk atribut harga yang ditawarkan L'societe terjangkau implementasi yang dapat dilakukan yaitu L'societe dapat melakukan peninjauan kembali harga produk mereka, peninjauan ini bisa dillakukan melalui penelitian lebih lanjut mengenai harga produk L'societe seperti menganalisis harga produk dengan membandingkan harga produk para pesaing ataupun penelitian tentang optimasi biaya produksi dan lain lain. Untuk atribut promosi L'societe berupa event menarik implementasi yang dapat dilakukan yaitu L'societe perlu lebih sering mengadakan event dengan cara mengundang artis atau penyanyi yang sedang naik daun saat ini. Untuk atribut promosi L'societe berupa diskon menarik implementasi yang dapat dilakukan yaitu L'societe perlu lebih sering dalam hal memberikan diskon untuk para pelanggan dengan cara promo – promo seperti paket hemat untuk makan keluarga, paket hemat dinner untuk pasangan, dan lain lain.*

*Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Bauran Pemasaran, Integrasi Importance Performance Analysis dan Model Kano*

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN  
INTEGRASI IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS  
DAN MODEL KANO  
(STUDI KASUS : L'SOCIETE DINE AND BAR BANDUNG)**

RACHSYD ALGAZA  
NRP : 123010149

**ABSTRAK**

*Bandung City has a variety of culinary places that feature their own characteristics, ranging from a luxurious culinary place, a unique traditional hangout, to a hangout in the city is available. Amid the rapid development of culinary tourism in the city of Bandung, L'societe Dine and Bar is one restaurant that wrestle in the competition of culinary tourism business in Bandung. However, according to sales data, L'societe has drastically reduced its total sales from 2014 to 2016. L'societe needs an effective overhaul of its marketing mix performance.*

*This study aims to analyze customer satisfaction with L'societe marketing mix. The research was conducted using descriptive statistics method, measuring customer satisfaction index and integration of Importance Performance Analysis and Kano Model*

*Based on the results of the study, the following suggestions for attributes of the L'societe marketing mix need improvement. For the attribute of harga yang ditawarkan L'societe terjangkau the implementation of L'Societe can be done by reviewing the price of their products. This review can be done through further research on L'Societe product price such as analyzing product price by comparing the price of the competitor's product or research on production cost optimization and others. To attribute promosi L'societe berupa event menarik in the form of an interesting event implementation that can be done that is L'societe need to hold more events by inviting artists or singers who are rising at this time. For L'societe promosi L'societe berupa diskon menarik on implementation that can be done is L'societe need more in terms of providing discounts to customers by way of promos such as frugal packages for family meals, dinner sparing packages for couples, and others.*

*Keywords: Customer Satisfaction, Marketing Mix, Importance Performance Analysis and Kano Model Integration*

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN  
INTEGRASI IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS  
DAN MODEL KANO  
(STUDI KASUS : L'SOCIETE DINE AND BAR BANDUNG)**

Oleh

**Rachsyd Algaza  
NRP : 123010149**

Menyetujui  
Tim Pembimbing

Tanggal .....

Pembimbing

Penelaah

\_\_\_\_\_  
(Ir. Rizky Wahyuniardi, MT)

\_\_\_\_\_  
(Ir. Asep Saefulbachri Ramli, MM., MBA)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

\_\_\_\_\_  
Ir. Toto Ramadhan, MT

## **PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR**

Tugas Akhir Sarjana yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Pasundan, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HaKI yang berlaku di Universitas Pasundan. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh Tugas Akhir haruslah seizin Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pasundan.



## PERNYATAAN

Dengan ini Saya menyatakan bahwa Judul Tugas Akhir :

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN INTEGRASI IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN MODEL KANO DI L'SOCIETE DINE AND BAR BANDUNG**

Adalah hasil kerja saya sendiri, kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang masing-masing disebutkan sumbernya dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Bandung, .....

Rachsyd Algaza  
NRP : 123010149

*Dipersembahkan kepada kedua orang tuaku dan keluargaku tercinta*



## KATA PENGANTAR

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, dan karunia-nya sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN INTEGRASI IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DI L’SOCIETE DINE AND BAR BANDUNG”**. Penyusunan laporan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan di Program Studi Teknik Industri Universitas Pasundan Bandung.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis banyak mendapat bantuan baik secara moril maupun materiil dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang memberikan kontribusi :

1. Kepada Keluarga khususnya Papah, mama serta kedua Kakak saya yang selalu memberikan dorongan baik secara moril maupun spiritual hingga laporan ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Ir. Rizky Wahyuniardi, MT selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing dan memberi masukan kepada penulis dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir serta selalu bersabar menghadapi penulis saat melakukan bimbingan.
3. Bapak Ir. Asep Saefulbachri Ramli, MM., MBA selaku dosen penelaah dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir telah memberikan masukan – masukan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir..
4. Seluruh Dosen Pengajar di Program Studi Teknik Industri Universitas Pasundan Bandung yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu-ilmu kepada penulis selama menimba ilmu di kampus IV Universitas Pasundan Bandung.



5. Seluruh Staff Tata Usaha di Program Studi Teknik Industri Universitas Pasundan Bandung yang telah membantu dalam hal administrasi dan birokrasi yang menyangkut proses Tugas Akhir.
6. Teman-Teman Angkatan 2012 yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.
7. Irsyad Kharisma Suhendar S.M.B., MBA selaku sahabat yang merangkap menjadi dosen pembimbing saat di kostan yang selalu menyemangati, menasehati dalam menyelesaikan Tugas Akhir
8. Semua pihak yang telah membantu dalam terselaikannya laporan Tugas Akhir.

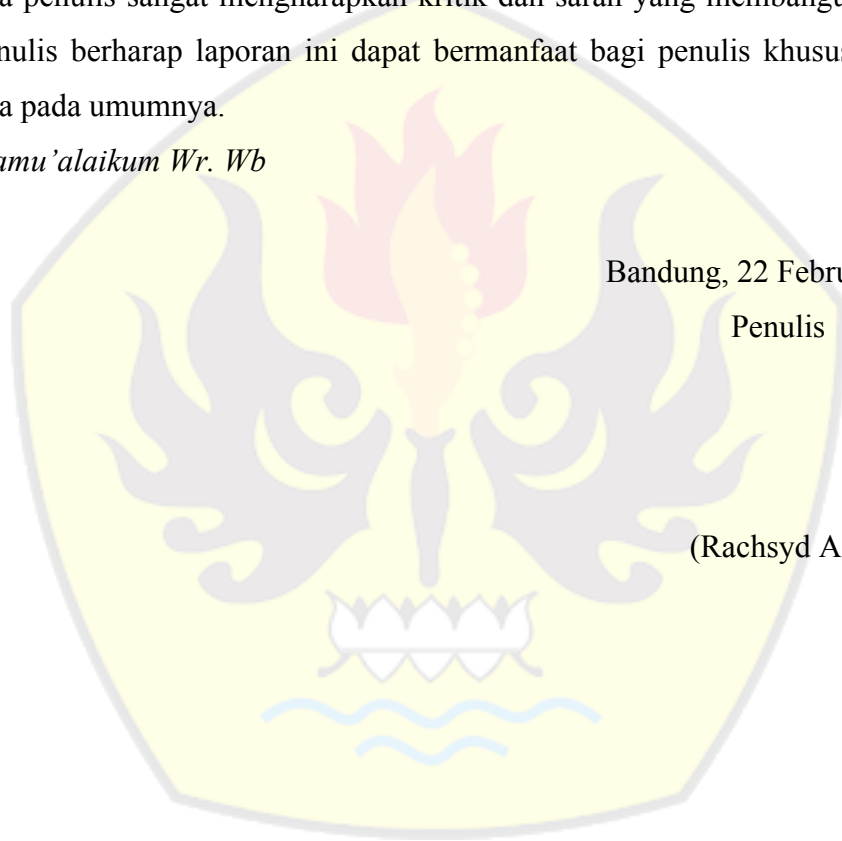
Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Bandung, 22 Februari 2018

Penulis

(Rachsyd Algaza)



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR.....	v
PERNYATAAN .....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR RUMUS .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
Bab I Pendahuluan .....	I-1
I.1 Latar Belakang.....	I-1
I.2 Perumusan Masalah.....	I-4
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	I-4
I.4 Batasan Penelitian .....	I-4
I.5 Sistematika Penulisan .....	I-5
Bab II Tinjauan Pustaka.....	I-1
II.1 Pengertian Pemasaran.....	II-1
II.2 Pengertian Bauran Pemasaran .....	II-3
II.2.1 Produk .....	II-4
II.2.2 Harga.....	II-4
II.2.3 Lokasi / Penempatan .....	II-5
II.2.4 Promosi.....	II-5
II.2.4 Orang / Partisipan.....	II-6
II.2.4 Lingkungan Fisik.....	II-6
II.2.4 Proses .....	II-7
II.3 Kepuasan Pelanggan .....	II-7

II.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	II-8
II.4.1 <i>Derived Satisfaction</i> .....	II-10
II.4.2 <i>Importance Performance Analysis</i> .....	II-10
II.4.3 Model Kano.....	II-12
II.5 Penelitian Terdahulu .....	II-13
Bab III Metodologi Penelitian.....	III-1
III.1 Rancangan Penelitian.....	III-1
III.1.1 Jenis Penelitian.....	III-1
III.1.2 Tahapan Penelitian.....	III-1
III.1.3 Variabel Operasional .....	III-3
III.1.4 Desain Instrumen Penelitian .....	III-5
III.1.5 Skala Pengukuran.....	III-6
III.1.6 Populasi dan Sampel .....	III-6
III.2 Pengujian Instrumen .....	III-7
III.2.1 Uji Validitas .....	III-7
III.2.2 Uji Realibilitas .....	III-8
III.3 Teknik Pengumpulan Data .....	III-9
III.4 Teknik Analisis Data dan Pengolahan Data .....	III-10
III.4.1 Statistik Deskriptif.....	III-10
III.4.2 Indeks Kepuasan Pelanggan.....	III-11
III.4.3 <i>Importance Performance Analysis</i> .....	III-12
III.4.4 Model Kano.....	III-16
III.4.5 Integrasi <i>Importance Performance Analysis</i> dan Model Kano ...	III-19
Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	IV-1
IV.1 Pengumpulan Data .....	IV-1
IV.1.1 Sejarah Perusahaan .....	IV-1
IV.1.2 Struktur Organisasi.....	IV-2
IV.1.3 Sampel Penelitian.....	IV-5
IV.1.4 Penyebaran Kuesioner.....	IV-6
IV.2 Pengolahan Data .....	IV-8

IV.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	IV-8
IV.2.2 Karakteristik Responden.....	IV-9
IV.2.3 Statistik Deskriptif.....	IV-13
IV.2.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Harapan .....	IV-13
IV.2.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja.....	IV-16
IV.2.4 Pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan .....	IV-20
IV.2.5 <i>Importance Performance Analysis</i> .....	IV-22
IV.2.6 Identifikasi Atribut Bauran Pemasaran Kedalam Model Kano .....	IV-26
IV.2.7 Integrasi <i>Importance Performance Analysis</i> dan Model Kano.....	IV-29
Bab V Analisa dan Pembahasan.....	V-1
V.1 Analisis Hasil Penelitian .....	V-1
V.1.1 Analisa Statistik Deskriptif .....	V-1
V.1.2 Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan.....	V-5
V.1.3 <i>Importance Performance Analysis</i> .....	V-7
V.1.4 Analisis Model Kano.....	V-10
V.1.5 Integrasi <i>Importance Performance Analysis</i> dan Model Kano .....	V-12
V.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	V-15
Bab VI Kesimpulan dan Saran .....	VI-1
VI.1 Kesimpulan .....	VI-1
VI.2 Saran .....	VI-3

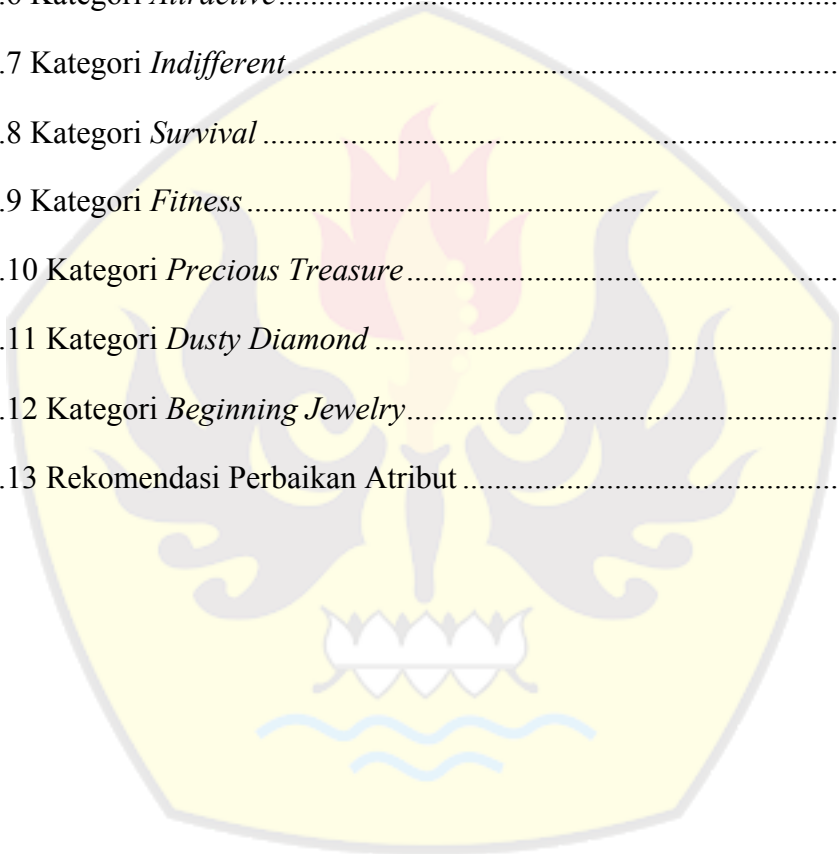
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah <i>Café</i> dan Restoran di Kota Bandung.....	I-1
Tabel II.1 Jurnal Nasional.....	II-13
Tabel II.2 Jurnal Internasional.....	II-16
Tabel III.1 Variabel Operasional.....	III-4
Tabel III.2 Skala Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	III-6
Tabel III.3 Penentuan Kategori Kano.....	III-18
Tabel III.4 Penentuan Kategori Kano Berdasarkan Harapan dan Kinerja.....	III-20
Tabel III.5 Kategori Integrasi IPA dan Model Kano.....	III-21
Tabel IV.1 Jumlah Pengunjung L'societe Tahun 2016.....	IV-5
Tabel IV.2 Jadwal Penyebaran Kuesioner Tahap Pre Test.....	IV-6
Tabel IV.3 Jadwal Penyebaran Kuesioner Tahap Keseluruhan.....	IV-7
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas.....	IV-8
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	IV-9
Tabel IV.6 Data Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	IV-10
Tabel IV.7 Data Karakteristik Pekerjaan Responden.....	IV-11
Tabel IV.8 Data Karakteristik Penghasilan Responden.....	IV-12
Tabel IV.9 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Produk.....	IV-14
Tabel IV.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harapan.....	IV-16
Tabel IV.11 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Produk.....	IV-17
Tabel IV.12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kinerja.....	IV-19
Tabel IV.13 Rekapitulasi Indeks Kepuasan Pelanggan dan GAP.....	IV-20
Tabel IV.14 Nilai Kinerja ( $\bar{X}$ ) dan Harapan Tiap Atribut ( $\bar{Y}$ ).....	IV-23
Tabel IV.15 Rekapitulasi Hasil Kategori Pemetaan IPA.....	IV-25

Tabel IV.16 Rekapitulasi Identifikasi Model Kano.....	IV-28
Tabel IV.17 Integrasi IPA dan Model Kano.....	IV-30
Tabel V.1 Kuadran I.....	V-7
Tabel V.2 Kuadran II.....	V-8
Tabel V.3 Kuadran III.....	V-9
Tabel V.4 Kuadran IV.....	V-10
Tabel V.5 Kategori <i>Must Be</i> .....	V-11
Tabel V.6 Kategori <i>Attractive</i> .....	V-11
Tabel V.7 Kategori <i>Indifferent</i> .....	V-12
Tabel V.8 Kategori <i>Survival</i> .....	V-13
Tabel V.9 Kategori <i>Fitness</i> .....	V-13
Tabel V.10 Kategori <i>Precious Treasure</i> .....	V-14
Tabel V.11 Kategori <i>Dusty Diamond</i> .....	V-15
Tabel V.12 Kategori <i>Beginning Jewelry</i> .....	V-15
Tabel V.13 Rekomendasi Perbaikan Atribut.....	V-18



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Sales L'societe Tahun 2014 - 2016 .....	I-2
Gambar II.1 Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> .....	II-11
Gambar II.2 Diagram Kano Analysis .....	II-12
Gambar III.1 Tahapan Penelitian.....	III-2
Gambar III.2 Garis Kriteria Penilaian.....	III-11
Gambar III.3 Pembagian Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> .....	III-13
Gambar III.4 Langkah – langkah Pengerjaan <i>Importance Performance Analysis</i> .....	III-14
Gambar III.5 Langkah – langkah Pengerjaan Model Kano .....	III-17
Gambar IV.1 Struktur Organisasi L'societe .....	IV-2
Gambar IV.2 Data Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	IV-10
Gambar IV.3 Data Karakteristik Pekerjaan Responden .....	IV-11
Gambar IV.4 Data Karakteristik Penghasilan Responden.....	IV-12
Gambar IV.5 Garis Kriteria Penilaian Harapan Produk .....	IV-15
Gambar IV.6 Garis Kriteria Penilaian Kinerja Produk.....	IV-19
Gambar IV.7 Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> .....	IV-25
Gambar V.1 Daftar Menu L'societe .....	V-18
Gambar V.2 Daftar Menu Verde .....	V-18
Gambar V.3 <i>Event</i> L'societe.....	V-19
Gambar V.4 <i>Event</i> L'societe.....	V-19
Gambar V.5 Contoh Promo Diskon.....	V-20

## DAFTAR RUMUS

Rumus III.1 Slovin.....	III-6
Rumus III.2 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> .....	III-7
Rumus III.3 <i>Alpha Croanbach's</i> .....	III-8
Rumus III.4 Indeks Kepuasan Pelanggan .....	III-11
Rumus III.5 Grid Vertikal.....	III-15
Rumus III.6 Grid Horizontal.....	III-15
Rumus III.7 Skor Penilaian Kinerja ( $\bar{X}$ ) .....	III-15
Rumus III.8 Skor Penilaian Harapan ( $\bar{Y}$ ) .....	III-15
Rumus III.9 <i>Better</i> .....	III-19
Rumus III.10 <i>Worse</i> .....	III-19



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bentuk Kuesioner .....	L-1
Lampiran 2 Data Kuesioner .....	L-6
Lampiran 3 Output Spss.....	L-21



## Bab I Pendahuluan

### I.1 Latar Belakang Masalah

Keindahan panorama alam, budaya, dan hawa sejuk Kota Bandung merupakan daya tarik tersendiri yang dimiliki Kota Bandung. Ditambah lagi ketenaran Kota Bandung sebagai kota wisata kuliner menjadikan kota ini sebagai estimasi para wisatawan baik lokal maupun internasional. Kota Bandung memiliki bermacam - macam tempat kuliner yang menyajikan ciri khas masing – masing, dari mulai tempat kuliner yang mewah, tempat nongkrong unik tradisional, sampai tempat nongkrong pinggiran jalan tersedia di Kota ini. Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, pada tahun 2016 Kota Bandung memiliki 795 tempat kuliner yang terdiri dari restoran, tempat makan, *café*, dan *bar*. Hal ini menunjukkan bahwa wisata kuliner berkembang pesat di Kota Bandung.

Tabel I.1 Jumlah *Café* & restoran di Kota Bandung

Tahun	Jumlah <i>Cafe</i> & restoran
2012	486
2013	590
2014	635
2015	673
2016	795

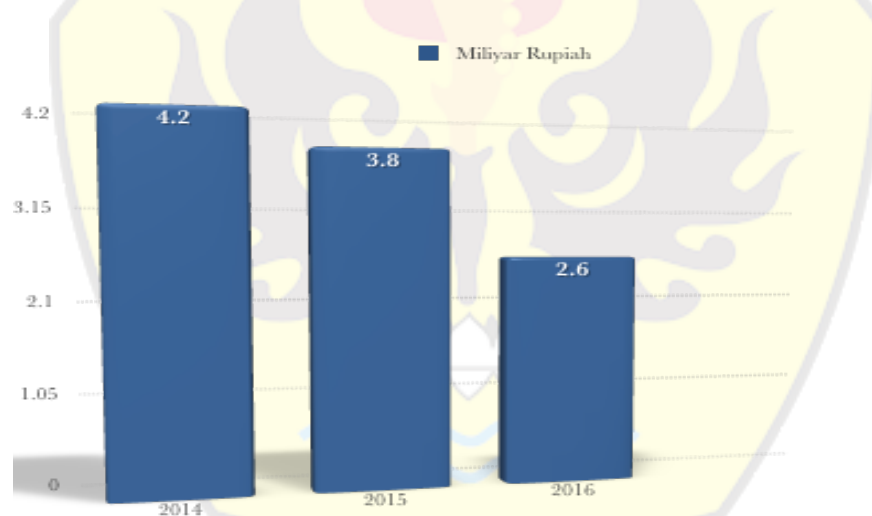
Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2016

Dari pemaparan tabel I.1, dapat dilihat bahwa jumlah *café* dan restoran di Kota Bandung mengalami peningkatan tiap tahunnya. Tidak bisa dipungkiri peningkatan tersebut terpengaruh oleh kuatnya permintaan konsumen akan tempat wisata kuliner di Kota Bandung. Setidaknya menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung pada tahun 2016 sebanyak 5 juta orang wisatawan mendatangi Kota Bandung, dimana jumlah wisatawan ini juga mempengaruhi peningkatan tempat wisata kuliner di Kota Bandung. Peningkatan ini menjadikan persaingan bisnis

dibidang wisata kuliner semakin ketat. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya – upaya untuk mengantisipasi persaingan ketat wisata kuliner di kota Bandung,

L'societe Dine and Bar merupakan salah satu restoran yang bergelut dalam persaingan bisnis wisata kuliner di Kota Bandung. L'societe merupakan restoran kelas atas yang memiliki konsep mewah, elegan, dan *dining* ala Perancis. L'societe menyediakan menu makanan perancis yang disajikan oleh *chef* berpengalaman dan memberikan suasana tempat yang ditata dengan suasana eropa yang elegan. L'societe menggunakan sofa, meja, *sound system*, dan peralatan – peralatan lainnya pada restoran dengan kualitas yang tinggi. Ditambah lagi L'societe memberikan fasilitas penunjang seperti *lounge*, *outdoor terrace*, *wifi*, *open kitchen* kepada pelanggannya untuk memberikan pengalaman mengesankan saat berkunjung ke L'societe.

Akan tetapi dengan berbagai macam ciri khas dan keunggulan - keunggulan yang diberikan oleh L'societe, L'societe mengalami penurunan total penjualan drastis dari tahun 2014 hingga 2016.



Gambar I.1 Grafik *sales* L'societe Tahun 2014 – 2016

Sumber : Data L'Societe, 2017

Dapat dilihat pada gambar I.1, terdapat perbedaan total penjualan yang drastis pada tahun 2015 dan 2016. Hal ini mengharuskan L'societe untuk melakukan perbaikan – perbaikan dan mengefektifkan kinerja pemasaran guna menaikkan kembali total penjualan mereka.

Mengacu pada permasalahan diatas, L'societe perlu melakukan suatu perbaikan atau peningkatan kinerja. Suatu perbaikan atau peningkatan kinerja yang efektif dan efisien diperlukan penilaian kepentingan dan penilaian kinerja dari setiap atribut penting yang dimiliki L'societe. Dengan mengetahui atribut – atribut yang dinilai penting dimata konsumen maka L' societe dapat mengetahui priotas – prioritas mana yang paling penting untuk dilakukan perbaikan. Oleh karena itu analisis kepuasan pelanggan merupakan hal yang dapat menunjukkan tingkat kepentingan dan kinerja dari L'societe. Dalam peneliitan ini penulis menggunakan integrasi *Importance Performance Analysis* dan Model Kano untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap bauran pemasaran L'societe.

Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang meliputi, produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 2012). Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat - alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai keinginan pelanggan. Alat – alat disini yaitu marketing mix 7P, yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*.

Model IPA (*Importance Peformance Analysis*) bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula sebagai "*quadrant analysis*". Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara kepentingan tingkat pelaksanaannya. (Agustina, 2016).

Model Kano adalah model yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut – atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. (Nofirza dan Indrayani, 2011).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan L'societe berdasarkan dimensi bauran pemasaran. Oleh karena itu, penulis memilih judul penelitian "**Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bauran Pemasaran Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis dan Model Kano di L'societe Dine and Bar Bandung**".

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang penelitian, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana kondisi kinerja bauran pemasaran di L'societe, bagaimana harapan pelanggan L'societe atas bauran pemasaran di L'societe, dan bagaimana kondisi kepuasan pelanggan atas bauran pemasaran L'societe.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban dari :

1. Mengetahui bagaimana kondisi kinerja atas bauran pemasaran di L'societe
2. Mengetahui bagaimana harapan pelanggan atas bauran pemasaran di L'societe
3. Mengetahui bagaimana kondisi kepuasan pelanggan atas bauran pemasaran di L'societe

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, kegunaan atau manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Secara Teoritis : Hasil penelitian ini berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, bahan pembelajaran dan memberikan wawasan baru bagi penulis.
2. Secara Praktis : Penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan berupa prioritas perbaikan atribut atau indikator bauran pemasaran perusahaan

## **1.4 Batasan Penelitian**

Untuk menghindari penelitian yang terlalu luas sehingga menjadi tidak terarah, maka dibutuhkan batasan penelitian. Adapun yang menjadib batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di restoran L'societe Kota Bandung.
2. Penelitian hanya dilakukan kepada konsumen L'societe Kota Bandung.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mengetahui gambaran secara ringkas mengenai penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal apa saja yang akan dibahas dalam tiap-tiap bab. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini, diuraikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini, diuraikan kajian kepustakaan yang mencakup tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu yang digunakan untuk menunjang penelitian.

### **BAB III Metode Penelitian**

Pada bab ini, diuraikan mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan teknik analisis data.

### **BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada bab ini, menjelaskan tentang pengumpulan data dan pengolahan data yang dilakukan penelitian.

### **BAB V Analisa dan Pembahasan**

Pada bab ini, menjelaskan tentang hasil analisa dan pembahasan pembahasan hasil penelitian

### **BAB VI Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini, menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi berupa saran bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Irnin. (2016). *Upaya Peningkatan Motivasi Belajar Dan Pemahaman Konsep IPA Peserta Didik Dengan Model Pembelajaran Problem Solving*. Jurnal Riset dan Kajian Pendidikan Fisika. Vol. 3, No.2. 39 - 44
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Creswell, John W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Approaches*. United States of America: SAGE Publications Ltd.
- Daniel, Sunarto., Aprilia., Jokom. (2015). *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Restaurant Ikan Bakar Cianjur Surabaya*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Vol.3, No. 2. 475 - 488
- Danny, Theresia Widyaratna dan Chandra, Filicia. (2001). *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 3, No.2, 85 - 95
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2016). *Jumlah Café Dan Restaurant 2016*. Bandung : Badan Pusat Statistik.
- Grewal And Levy (2006). *Marketing Second Edition*. New York : MC-Graw Hill.
- Irawati, Rusda (2016). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bauran Pemasaran Jasa Suatu Studi di SD Kartini 1 Batam*. Jurnal Akutansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol.2, No 2. 132 - 140
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing 15<sup>th</sup> Edition* .New Jearsey : Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2014). *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. New Jearsey : Pearson Education Inc.
- Kuo, Y.. -F., Chen, J.-Y., and Deng, W.-J., (2009). *IPA – Kano Model : A New Tool For Categorizing And Diagnosing Service Quality Attribute*. *Journal Total Quality Management & Business Excellence*. Vol. 23, No.1. 731 - 748
- Mohammad, Haruna Isa. (2015). *7PS Marketing Mix and Retail Bank Customer Satisfaction In Northeast Nigeria*. *British Journal of Marketing Studies*. Vol. 3, No.3. 71 – 88.
- Musanto, Trisno (2004). *Faktor – faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2, 123 – 136.
- Nazir, Moh. Ph.D. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nengsi., Lestari., dan Husna. (2003). *Integrasi Importance Performance Analysis Dan Model Kano Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan : Studi Kasus Perpustakaan Andalas*. *Jurnal Matematika Unand* Vol. 5, No.3. 31-39.
- Nofirza dan Indrayani, Kus. (2011). *Aplikasi Metode Kano Dalam Analisis Indikator Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit Arifin Ahmad Pekan Baru*. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*. Vol. 9, No. 1. 1 – 8.
- Nugraha,. Harsono,. dan Adianto. (2014). *Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matriks Importance Performance Analysis : Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang*. *Jurnal Online Institute Teknologi Nasional*. Vol. 3, No. 1. 221 -231
- Nugroho, Ryan dan Juprianto Edwin. (2013). *Pengaruh People, Phsysical Evidence, Product, Promotion, Price, dan Place Terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffee Cozies Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 2, 1-9.
- Ong, Johan Oscar dan Pambudi, Jati. (2014). *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Cibitung PT Sucofindo*. *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 4, No.1. 1 – 10.



- Puspitasari., Suliantoro., dan Kusumawardhani. (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) Dan Model Kano*. Jurnal Teknik Industri. Vol. 5, No. 3. 185-198.
- Putra., Sholeh., Widyastuti. (2014). *Analisis Kualitas Layanan Website BTKP – DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0*. Jurnal Jaringan Komunikasi. Vol. 1, No.2. 174 – 184
- Senjaya, Herry Gunawan. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Masakan Jepang di Hayasi Teppan*. Journal Graduate Unpar. Vol. 1, No. 2. 199 – 209.
- Ramadhan., Setyano., dan Efranto. (2013). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Penerapan Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano*. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Teknik Industri. Vol 1, No. 2. 183 - 193
- Riduwan dan Sunarto (2009). *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Serly, Wijaya dan Shieny, Thio. (2007). *Implementasi Membership Card dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Restoran di Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 9, No. 2. 135 – 143.
- Suherly., Affif., Arief., and Gutteres. (2016). *Marketing Performance As The Impact Of Marketing Strategy (7p) With Determination Of Market Attraction and Company's Resource*. International Journal of Economics, Commerce and Management Vol. 4, No 9, 569 – 587
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Taunay, Edward Gagah Purwana. (2010). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Kesehatan*. Jurnal Dinamika Sains. Vol. 8, No. 16. 1 -19
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andy.