

# **ANALISIS PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ATAS LAYANAN OKTIAS BAKERY AND CAKE CIBINONG (STUDI KASUS)**

**THERES AVILA, LIES HANDRIJANINGSIH,SE,MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran (customer)

Abstraksi :

Makanan merupakan elemen penting bagi kehidupan manusia. Sekarang ini banyak bermunculan jenis usaha makanan sehingga memberikan dampak semakin berubahnya pola konsumsi masyarakat. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya. Untuk itu perlu diperhatikan mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap peningkatan keberhasilan di masa yang akan datang. Tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui variabel yang digunakan dalam pengukuran tingkat kepuasan konsumen. Alat analisis yang digunakan adalah Skala Likert dan Chi Square. Pada dimensi reliability dengan variabel ketepatan jam buka. Pada dimensi responsiveness dengan variabel ketanggapan melayani, penanganan keluhan. Untuk dimensi assurance dengan variabel keamanan, keramahan dan kesopanan pelayan, keterampilan karyawan. Dimensi emphaty dengan variabel kemudahan lokasi, kemudahan menghubungi. Untuk dimensi tangibles dengan variabel kebersihan, kotak pembungkus, tempat parkir, suasana ruangan. Untuk dimensi produk dengan variabel harga, variasi, citarasa.