

**ABSTRAK**

**KEPUASAN KONSEMEN WAROENG STEAK AND SHAKE  
YOGYAKARTA DITINJAU DARI ASPEK JENIS KELAMIN DAN  
KARAKTERISTIK PEKERJAAN**

Christiana Candra Dewi

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2011

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen Waroeng Steak and Shake Yogyakarta ditinjau dari aspek jenis kelamin dan karakteristik pekerjaan. Penelitian ini dilakukan selama bulan Maret 2011 di lima gerai Waroeng Steak and Shake Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua orang atau konsumen yang pernah datang dan makan di salah satu dari lima gerai Waroeng Steak and Shake Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dan *Independent Samples T-test*. Dari hasil penelitian menggunakan IKP menunjukkan bahwa konsumen hanya merasa puas pada dua dimensi yaitu dimensi bukti langsung dan dimensi kesigapan, sedangkan untuk dimensi kehandalan, jaminan dan empati konsumen merasa tidak puas. Dan dari hasil penelitian menggunakan *Independent Samples T-test* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jenis kelamin dan tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik pekerjaan.

**ABSTRACT**

**THE SATISFACTION OF WAROENG STEAK AND SHAKE'S  
CUSTOMERS YOGYAKARTA BASED ON SEXES AND PROFESSION  
CHARACTERISTICS**

Christiana Candra Dewi

Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2011

*The research was aimed to find out the satisfaction level of Waroeng Steak and Shake Yogyakarta based on sexes and profession characteristics. The research was conducted on March 2011 in five Waroeng Steak and Shake food stalls Yogyakarta. The data was collected by distributing questionnaire. The population used in the research was customers who have ever come and eaten in five Waroeng Steak and Shake food stalls Yogyakarta. There were 100 respondents as the sample. The sample was taken using purposive sampling technique. The data analysis techniques used were Costumer Satisfaction Index (CSI) and Independent Samples T-test. The data analysis using CSI indicated that the customers were satisfied on two dimensions: tangibles dimension and quick service dimension. However, the customers were not satisfied on the dimensions of quality, guarantee, and empathy. The Independent Samples T-test analysis indicated that there was differences of the customer satisfaction based on the sexes, and there was not differences of the customer satisfaction based on the profession characteristics.*