

ABSTRAK

KEPUASAN KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN

Studi Kasus pada Restoran Boyong Kalegan di Kabupaten Sleman
Daerah Istimewa Yogyakarta

Deddy Sutendy
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2003

Penelitian yang dilaksanakan pada bulan Juni hingga September 2002 ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan tingkat kepuasan konsumen untuk menu golongan ikan dan menu golongan nonikan berdasarkan jenis kelamin (pria dan wanita), usia (remaja dan dewasa), tempat tinggal (Sleman dan luar Sleman), dan tingkat pendidikan (sarjana dan nonsarjana) di Restoran Boyong Kalegan yang berlokasi di jalan Pakem – Turi (tepi sungai Boyong) km. 3 Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasar temuan tentang kepuasan konsumen itu penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh Restoran Boyong Kalegan agar tercapai tingkat kepuasan konsumen yang maksimal.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumenter. Teknik analisis data untuk menjawab tentang ada atau tidaknya tingkat kepuasan konsumen untuk menu golongan ikan dan menu golongan nonikan berdasarkan jenis kelamin (pria dan wanita), usia (remaja dan dewasa), tempat tinggal (Sleman dan luar Sleman), dan tingkat pendidikan (sarjana dan nonsarjana) di Restoran Boyong Kalegan adalah dengan menggunakan analisis uji beda mean *two scores*. Sedangkan teknik penentuan strategi pemasaran mencocokkan keadaan konsumen untuk dasar menentukan strategi pemasaran apa yang sesuai.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen menu golongan ikan dan konsumen menu golongan nonikan berdasarkan jenis kelamin (pria dan wanita), usia (remaja dan dewasa), tempat tinggal (Sleman dan luar Sleman), dan tingkat pendidikan (sarjana dan nonsarjana) di Restoran Boyong Kalegan, yaitu sama-sama kurang puas. Maka segmen pasar yang dituju sebagai sasaran adalah seluruh konsumen baik pria maupun wanita, berusia remaja maupun dewasa, bertempat tinggal di Sleman maupun luar Sleman, dan berpendidikan sarjana maupun nonsarjana. Dari hasil itu, strategi pemasaran yang sesuai bagi Restoran Boyong Kalegan adalah strategi kombinasi sasaran (*combine targets*).

ABSTRACT

THE SATISFACTION OF CONSUMERS AND MARKETING STRATEGY

**A Case Study at Boyong Kalegan Restaurant in Kabupaten Sleman
Daerah Istimewa Yogyakarta**

**Deddy Sutendy
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2003**

The purpose of the research is to know whether there are differences on consumers' satisfaction levels for fish menu and nonfish menu based on gender (man and woman), age (adolescent and adult), residence (Sleman and outside Sleman), and level of education (bachelor and nonbachelor). The research was conducted in Boyong Kalegan Restaurant located on Jalan Pakem-Turi (Boyong riverbank) Km. 3 Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta from June until September 2002. Based on the preliminary observation on the consumers' satisfaction this research was also aimed to determine the marketing strategy which should be adopted by Boyong Kalegan Restaurant to reach the maximum level of consumers' satisfaction.

The data collecting was done with the techniques of observation, interview, questions of observation and documents of observation. The technique for analyzing the data is two score mean different test analysis. While in determining the appropriate marketing strategy we checked the consumers' circumstances.

Based on the result of the research it can be concluded that there are no differences on the level of consumers' satisfaction on the fish menu and nonfish menu based on gender (man and woman), age (adolescent and adult), residence (Sleman and outside Sleman), and level of education (bachelor and nonbachelor) in Boyong Kalegan Restaurant, that is both of the same less satisfied. Then the market segments as the targets are the entire consumers of men and also women, adult and also adolescent, living in Sleman and also outside Sleman, and have a bachelor degree and also nonbachelor degree. From the result, the most appropriate marketing strategy for Boyong Kalegan Restaurant is the strategy of combination targets.