



# PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA EIGHT DEGREES SOUTH RESTAURANT DI CONRAD BALI RESORT

Putu gede dananjaya  
Ibu bernadine

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta-Indonesia  
Email: putugededan@gmail.com

## ABSTRAK

Putu Gede Dananjaya / 25120474 / 2017 / Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restaurant Eight Degrees South Di Conrad Bali Resort / Pembimbing: Dra. Bernadine., M.Com.,

Menjamurnya restoran dengan berbagai jenis makanan membuat perusahaan – perusahaan makanan seperti Eight Degrees South berlomba – lomba untuk memenangkan hati konsumen dengan membuat kualitas produk yang tinggi. Kualitas produk dapat membangun Kepuasan Pelanggan yang nantinya akan loyal terhadap Restoran ini.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan beserta dengan indikator – indikatornya. Kemudian didukung dengan teori mengenai hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk dengan Kepuasan pelanggan, serta Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Objek penelitian ini adalah Eight Degrees South. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan Lisrel 8.80

Output yang dihasilkan Lisrel 8.80 menunjukkan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan dengan koefisien positif, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan dengan koefisien positif, Harga terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan dengan koefisien positif,

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## ABSTRACT

Putu Gede Dananjaya / 25120474 / 2017/ *Service Quality, Quality of Product, Price Influence of Customer Satisfaction at Restaurant Eight Degrees South in Conrad Bali Resort/ Advisor: Dra. Bernadine., M.Com.,*

The increasing number of restaurants of various land of food especially has made the companies such as Eight Degrees South complete to win the heart of consumer by creating

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

the highest of Service Quality. Service Quality can build customer Satisfaction then become loyal at this restaurant.

The theory is used to support the research is the definition of service quality, quality of product, price, and customer satisfaction along with the indicators. An then this research also supported by theory of the relationship between, and service quality with customer satisfaction, quality of product with customer satisfaction, price with customer satisfaction.

The object of this study is Restaurant Eight Degrees South. This research method is using a causal method using a questionnaire for collecting data. The procedure used to test the model and data processing is a SEM (Structural Equation Modelling) using Lisrel 8.80

The resulting Lisrel 8.80 output represented the service quality against customer satisfaction was significant with a positive coefficient, quality of product against customer satisfaction was significant with a positive coefficient, and price against customer satisfaction was significant with a positive coefficient

The conclusion of this study is that service quality had a positive effect and significant on customer satisfaction, quality of product had a positive affect and significant on customer satisfaction, price product had a positive affect and significant on customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu pulau di Indonesia yang memiliki potensi yang besar dalam bidang kepariwisataan. Perkembangan sektor pariwisata di Bali khususnya industri perhotelan menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal ini terbukti dengan semakin meningkatnya jumlah hotel yang dibangun serta fasilitas penunjang pariwisata lainnya. Hotel merupakan suatu usaha komersial yang menyediakan fasilitas penginapan, pelayanan makan dan minum, serta beberapa fasilitas penunjang untuk tamu yang menginap.

*Conrad Bali Resort* adalah salah satu hotel berbintang lima yang terletak di kawasan pariwisata Tanjung Benoa. Hotel ini memiliki 313 kamar serta 60 suite yang baru dibangun sejak tahun 2009. Terletak di pantai emas yang tenang yang menghadap Samudera Hindia, *Conrad Bali* terletak di pantai selatan.. Uluwatu di dekatnya menampilkan beberapa kuil terindah di '*Islands of the Gods*' sementara Restoran, Bar dan perbelanjaan bergaya Seminyak yang nyaman dan mewah. Kamar dan suite luas dan elegan, dilengkapi dengan fasilitas mewah. Selain fasilitas penginapan, *Conrad Bali Resort* juga memiliki fasilitas dan pelayanan makan dan minum dengan membangun beberapa Restoran dan Bar, salah satunya adalah *Eight Degrees South Restaurant*..

*Eight Degrees South* adalah Restoran yang terbaik di wilayahnya. Restoran ini terletak di *Conrad Bali* hotel, di pinggir pantai. Buka jam 11.00 – 17.00 wit. Dan jam makan malam: 18.00 – 23.00 wit. Suasana Restoran tampak begitu romantis dengan di hiasi nyala lilin-lilin kecil sehingga cocok buat pasangan bulan madu dinner di tempat ini. Menu ada Pizza, Makanan Laut, Eropa, Asia. Adapun kelebihan restoran ini adalah tempat duduk di Area terbuka, menyajikan alkohol, reservasi, tersedia tempat parkir yang luas, tersedia kursi tinggi, bar lengkap, Wi-Fi. Pada Restoran ini menyediakan kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan harga.

Kualitas layanan merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan makanan dan minuman maupun tingkat kunjungan tamu ke Restoran, karena pelayanan merupakan salah satu faktor penting di sebuah Restoran sebagai penentu citra dari Restoran tersebut. Sumber daya manusia merupakan faktor penentu kualitas pelayanan suatu





Restoran untuk dapat memaksimalkan keuntungan di dalam usahanya. Pelayanan dikatakan berkualitas bagi seseorang jika pelayanan tersebut dapat memenuhi harapan. Kualitas layanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau memiliki harapan dengan lima dimensi utama yakni realibilitas (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangibles*). (Tjiptono,2012:51).

Selain itu Restoran ini menawarkan kualitas produk, Kotler (dalam Sunyoto 2012:69) mengatakan bahwa definisi produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan/ kebutuhan konsumen. Sekelompok atribut penting dalam suatu produk akan mempengaruhi sikap puas/ ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas (Kotler dan Armstrong dalam Saputra 2012:27).

Dalam hal ini, konsumen juga memikirkan tentang harga yang didapati dari kualitas produk dan layanan. Harga adalah atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar menyadari peran tersebut dalam menentukan sikap konsumen. Harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi konsumen tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk (Mowen dan Minor dalam Bekti Setiawati, 2013:6).

Pada dasarnya, seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan bertujuan untuk memberikan nilai lebih pada pelanggan sehingga akhirnya pelanggan merasa puas. Kepuasan dapat diartikan sebagai perbandingan antara persepsi konsumen terhadap hasil pengalaman yang dirasakan terhadap produk yang bersangkutan. Hal ini berupa perasaan pelanggan setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja aktual perusahaan. Apabila kinerja perusahaan jauh lebih rendah ketimbang harapan, konsumen merasa tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen merasa amat puas. Kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya (Kotler,2012:36).

Dari penjelasan di atas, penelitian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan dan produk, harga, terhadap kepuasan pelanggan pada *Restaurant Eight Degrees South di Conrad Bali Resort*.

## Landasan Teori

### I. Nilai Perusahaan

Seperti yang telah disampaikan pada bab sebelumnya bahwa permasalahan penelitian adalah Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restaurant Eight Degrees South Di Conrad Bali Resort. Pada bab ini akan dijelaskan teori – teori dasar yang dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian tersebut. Disamping itu akan dijelaskan kerangka berpikir yang mendasari atas pengajuan hipotesis penelitian dan bagaimana model penelitian ini dibangun

## B. Landasan Teori

### 1. Kualitas Layanan



## a. Definisi Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2012 : 164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya.

Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen seperti pernyataan tentang kualitas oleh Goetsh dan Davis dalam Tjiptono & Chandra (2012 : 164), “Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut beberapa definisi di atas dalam kata lain, kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen.

Menurut Vargo & Lusch dalam Tjiptono (2012 : 3), “*Service is an interactive process of doing something for someone*”. Diartikan bahwa layanan/ jasa merupakan proses interaksi dalam melakukan sesuatu kepada seseorang.

Menurut Gummesson dalam Tjiptono & Chandra (2012 : 17) mengungkapkan bahwa layanan/ jasa adalah “*Something which can be bought and sold but which you cannot drop on your feet*”. Sehingga dikatakan bahwa layanan merupakan hal yang dapat dipertukarkan melalui beli dan jual namun tidak dapat dirasakan secara fisik.

Layanan/ jasa dikatakan *intangible* sama halnya dengan pendapat menurut Kotler dalam Tjiptono & Chandra (2012 : 17), “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Sama halnya yang diungkapkan oleh Gronroos dalam Tjiptono & Chandra (2012 : 17), “Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan/atau sumber daya fisik atau barang dan/atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan”.

Menurut Tjiptono (2012 : 3), “Sebagai layanan, istilah *service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu kepada pihak lain”.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa layanan/ jasa adalah sebuah aktifitas atau tindakan interaksi antara pihak pemberi dan pihak penerima layanan/ jasa yang ditawarkan oleh pihak pemberi secara tidak berwujud sehingga tidak dapat dirasakan oleh fisik.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2012 : 180), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Sama seperti yang telah diungkapkan oleh Tjiptono (2012 : 157), kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2012 : 157), terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Dari beberapa pendapat, dapat di ambil garis besar bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung.

### b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2012:174-175) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*)  
Penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil.
2. Empati (*Empathy*)  
Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
3. Keandalan (*Reliability*)  
Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
4. Keresponsifan (*Responsiveness*)  
Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.
5. Keyakinan (*Assurance*)  
Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

## 2. Kualitas Produk

### a. Definisi Kualitas Produk

Phillip Kotler (2012:283), Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Dari sudut pandang konsumen, kualitas sering diasosiasikan dengan *value* (nilai), utilitas (kegunaan), dan harga. Sedang dari sudut pandang produsen, kualitas diasosiasikan dengan rancangan dan pembuatan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Schroeder,2013), oleh karenanya Schroeder mengemukakan definisi kualitas adalah kesesuaian atau bahkan melampaui terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan dan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual ke pasar. Para petinggi/manajemen puncak perusahaan juga umumnya semakin menyadari dan mempercayai adanya keterhubungan langsung antara kualitas produk terhadap customer satisfaction (kepuasan pelanggan) yang pada akhirnya akan meningkatkan raihan pangsa pasar (market share) di pasar sasaran. Keberadaan kepuasan pelanggan pada



perusahaan merupakan sebuah variabel yang sangat penting dan menentukan keberhasilan satu perusahaan. Salah satu tolak ukurnya adalah kualitas, atau lebih spesifiknya adalah kualitas produk. Namun yang menjadi pertanyaan besar adalah kualitas produk seperti apa yang sesungguhnya diinginkan oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253) “Product quality is the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs” yang bila diartikan dalam Bahasa Indonesia: “kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) dalam Kresnamurti (2012:3) “kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.

Jadi, Kualitas Produk adalah totalitas fitur dan karakteristik yang membuat produk mampu untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersembunyi

## b. Dimensi Kualitas Produk

Sedangkan penilaian tentang baik atau buruknya kualitas suatu produk dapat ditentukan dalam 8 (delapan) dimensi kualitas yang diperkenalkan oleh seorang Ahli Pengendalian Kualitas yang bernama David A. Garvin. Delapan Dimensi Kualitas yang dikemukakan oleh David A. Garvin (2012:55) ini kemudian dikenal dengan 8 Dimensi Kualitas Garvin. Kedelapan Dimensi Kualitas tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

### 1. *Performance* (Kinerja)

Performance atau Kinerja merupakan Dimensi Kualitas yang berkaitan dengan karakteristik utama suatu produk. Contohnya sebuah Televisi, Kinerja Utama yang kita kehendaki adalah kualitas gambar yang dapat kita tonton dan kualitas suara yang dapat didengar dengan jelas dan baik.

### 2. *Features* (Fitur)

Features atau Fitur merupakan karakteristik pendukung atau pelengkap dari Karakteristik Utama suatu produk. Misalnya pada produk Kendaraan beroda empat (mobil), Fitur-fitur pendukung yang diharapkan oleh konsumen adalah seperti DVD/CD Player, Sensor atau Kamera Mundur serta Remote Control Mobil.

### 3. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability atau Kehandalan adalah Dimensi Kualitas yang berhubungan dengan kemungkinan sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan pada waktu dan kondisi tertentu.

### 4. *Conformance* (Kesesuaian)

Conformance adalah kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang diinginkan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan.

### 5. *Durability* (Ketahanan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Durability ini berkaitan dengan ketahanan suatu produk hingga harus diganti. Durability ini biasanya diukur dengan umur atau waktu daya tahan suatu produk.

#### 6. *Serviceability*

Serviceability adalah kemudahan layanan atau perbaikan jika dibutuhkan. Hal ini sering dikaitkan dengan layanan purna jual yang disediakan oleh produsen seperti ketersediaan suku cadang dan kemudahan perbaikan jika terjadi kerusakan serta adanya pusat pelayanan perbaikan (Service Center) yang mudah dicapai oleh konsumen.

#### 7. *Aesthetics (Estetika/keindahan)*

Aesthetics adalah Dimensi kualitas yang berkaitan dengan tampilan, bunyi, rasa maupun bau suatu produk. Contohnya bentuk tampilan sebuah Ponsel yang ingin dibeli serta suara merdu musik yang dihasilkan oleh Ponsel tersebut.

#### 8. *Perceived Quality (Kesan Kualitas)*

Perceived Quality adalah Kesan Kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi Kualitas ini berkaitan dengan persepsi Konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek. Seperti Ponsel iPhone, Mobil Toyota, Kamera Canon, Printer Epson dan Jam Tangan Rolex yang menurut Kebanyakan konsumen merupakan produk yang berkualitas.

### 3. Harga

#### a. Definisi Harga

Menurut Samsul Ramli (2013: 51) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indicator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:67), harga adalah suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Menurut Tjiptono (2012:155) menyebutkan bahwa harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi.

#### A. Pengantar

Pada bab III ini akan dijelaskan mengenai obyek penelitian, desain penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

#### B. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah konsumen dari Restoran Eight Degrees South di Conrad Bali Resort. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen Restoran Eight Degrees South di Conrad Bali Resort. Peneliti mengambil sampel 120 orang responden yang dilakukan pada bulan April 2017 – Juni 2017.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### C. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2012 : 156) desain riset adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan riset. Rencana ini mencakup garis besar dari apa yang akan dilakukan seorang investigator mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya hingga analisis akhir data.

Menurut Cooper dan Schindler (2012 : 142), metode penelitian dikelompokkan dengan menggunakan delapan perspektif. Berikut adalah desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini :

#### 1. Tingkat Perumusan Masalah

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan dan mencakup beberapa prosedur yang cermat dan rincian-rincian mengenai sumber data. Hipotesis adalah sesuatu yang dianggap benar untuk alasan atau pengutaraan pendapat (teori, proposisi, dan sebagainya) meskipun kebenarannya masih harus dibuktikan.

#### 2. Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penelitian ini, peneliti melakukan komunikasi langsung dengan responden dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah alat riset atau survey yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau melalui pos; daftar pertanyaan. Metode pengumpulan data dengan cara ini dilakukan untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh seorang peneliti langsung dari obyeknya), yaitu data yang bersumber langsung dari responden Restoran Eight Degrees South di Conrad Bali Resort.

#### 3. Pengendalian Variabel-variabel oleh Peneliti

Pengendalian variabel memandang aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel. Pengendalian dibagi menjadi dua, yaitu *experiment* dan *ex post facto study*. Penelitian ini menggunakan *ex post study* dimana peneliti tidak memiliki control variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya dapat melaporkan peristiwa sesuai dengan kenyataan yang dilihat.

#### 4. Tujuan penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan studi, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting social atau dimaksudkan untuk explorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena. Penelitian deskriptif berkaitan dengan pencarian informasi yang berkaitan dengan apa, siapa, dimana, atau untuk menggambarkan tentang penilaian konsumen mengenai Restoran Eight Degrees South di Conrad Bali Resort. Sedangkan studi kausal berusaha menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





apakah ada pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restaurant Eight Degrees south di Conrad Bali resort.

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dimensi waktu *cross-sectional*. *Cross sectional* adalah jenis penelitian yang mempelajari hubungan antar factor risiko dengan dampak atau efeknya. *Cross-sectional* hanya dilakukan dan memberikan gambaran dari suatu keadaan pada suatu waktu tertentu.

6. Ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasaan bukan kedalaman. Studi statistik berusaha untuk mengetahui ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan secara inferensi berdasarkan ciri-ciri sampel. Hipotesis diuji dengan cara kuantitatif. Kesimpulan mengenai hasil-hasil temuan disajikan berdasarkan tingkatan representatif dan tingkat validitas sampel.

7. Lingkungan penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, studi kali ini dilakukan di daerah kota Jakarta. Studi lapangan dilakukan untuk memperoleh data serta melakukan pengolahan terhadap data-data yang diperoleh.

8. Persepsi subyek

Persepsi subjek atau responden berpengaruh terhadap proses penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak menyimpang dari situasi sehari-hari

**D. Variabel Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah dalam Bab I, maka variabel – variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas layanan, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan.

1. Kualitas Layanan

Kualitas Layanan merupakan kesesuaian antara ekspektasi konsumen dengan kinerja produk. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2012:174-175) dibagi menjadi 5 dimensi antara lain sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Butir Pertanyaan Kualitas Layanan**

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Kualitas Layanan (Diadaptasi dari)	Tangible	Keadaan Fisik (Restoran Eight Degrees South) dalam keadaan baik/ layak	Interval
		Peralatan Makan yang ada di Restoran sudah lengkap	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<b>Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2012:174-175))</b>  <i>Reliability</i>  <i>Responsiveness</i>  <i>Assurance</i>	<b>X2</b>  Kemampuan Pelayanan Bartender dapat dipercaya	Inte rval
		<b>X3</b>  Konsisten dalam pelayanan jasa : ketepatan dalam memberikan hidangan
	<b>X4</b>  Cepat dan tanggap dalam mengatasi masalah yang ada	inte rval
		<b>X5</b>  Pelayan dapat bekerja sama dengan konsumen
	<b>X6</b>  Makanan yang disajikan semuanya bersih	inte rval
		<b>X7</b>  Pelayan memiliki keahlian teknis yang baik
	<b>X8</b>	inte rval

n (2012:25), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang membuat produk mampu untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersembunyi. Kualitas Produk dibagi menjadi delapan dimensi dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2

**Tabel 3.2**  
**Butir pertanyaan Kualitas Produk**

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
	<i>Performance</i>	Restoran Eight Degrees South memiliki pegawai yang handal dan	Inte rval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<b>Kualitas Produk (Diadaptasi dari David A Garvin (2012:25))</b>		memuaskan untuk melayani konsumennya <b>X9</b>	
	<i>Features</i>	Restoran Eight Degrees South memiliki tempat yang menarik <b>X10</b>	Interval
	<i>Reliability</i>	Restoran Eight Degrees South memiliki banyak hidangan <b>X11</b>	Interval
	<i>Conformance</i>	Makanan di restoran eight degrees south sesuai dengan selera saya <b>X12</b>	Interval
	<i>Durability</i>	Restoran Eight Degrees south memiliki rasa makanan yang sama dari pertama kali berdiri <b>X13</b>	Interval
	<i>Serviceability</i>	Pelayanan yang diberikan baik <b>X14</b>	Interval
	<i>Aesthetics</i>	Saya merasa restoran eight degrees south memberikan reputasi yang baik <b>X15</b>	Interval



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	<i>Perceived Quality</i>	Dengan memakan di Restoran Eight Degrees south memberikan gengsi yang baik  <b>X16</b>	Interval
--	--------------------------	--	----------

3. Harga

Kotler dan Keller (2012:63) mendefinisikan harga dalam konteks ekonomi sebagai perbandingan antara sejumlah uang yang diterima penjual dengan sejumlah produk atau jasa yang diterima oleh konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012:63) terdapat 5 dimensi yang disajikan pada tabel 3.3

**Tabel 3.3**  
**Butir pertanyaan Harga**

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
<b>Harga (Diadaptasi dari Kotler dan Keller (2012:63))</b>	<i>Price List</i>	Harga yang ditawarkan cukup terjangkau  <b>X17</b>	Interval
	<i>Discount</i>	Sering untuk mengadakan potongan harga  <b>X18</b>	Interval
	<i>Allowance</i>	Terdapat potongan khusus untuk member restoran eight degrees south  <b>X19</b>	Interval
	<i>Payment Period</i>	Terdapat kelonggaran waktu pembayaran untuk konsumen ketika membuat event di restoran eight degrees south  <b>X20</b>	Interval



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	<i>Cre dit Term</i>	Terdapat cicilan untuk mengadakan party di restoran eight degrees south  <b>X21</b>	Int erval
--	-------------------------	---	--------------

4. kepuasan Pelanggan

adalah dimana ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen sesuai dengan yang didapat dari produk yang dibeli oleh konsumen tersebut. Menurut Richard L. Oliver (2013:124) Kepuasan konsumen dibagi menjadi tiga dimensi dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.4

**Tabel 3.4**  
**Butir pertanyaan Kepuasan Pelanggan**

Variabe l	Dim ensi	Pernyataan	kala
<b>Kepuas an pelanggan (Diadaptasi dari Richard L. Oliver 2013:124)</b>	<i>Exp ectation</i>	Restoran eight degrees south memiliki kemampuan untuk memenuhi harapan pelanggannya  <b>Y1</b>	nterval
	<i>Perf ormance</i>	Restoran eight degrees south memliki pegawai yang handal dan memuaskan untuk melayani konsumennya  <b>Y2</b>	nterval
	<i>Disconfir mation</i>	Restoran eight degrees south memiliki suasana dan fasilitas yang memuaskan  <b>Y3</b>	nterval

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menjabarkan gambaran umum dari restoran Eight Degrees South di Conrad Bali Resort, analisis deskriptif, hasil penelitian dan pembahasandari apa yang diteliti. Dari data yang diperoleh, kemudian diolah dengan bantuan *software* LISREL 8.80 dan SPSS 22. Temuan-temuan yang ada kemudian akan dijabarkan pada bab ini mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan.

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian



*Conrad Bali Resort* adalah salah satu hotel berbintang lima yang terletak di kawasan pariwisata Tanjung Benoa. Hotel ini memiliki 313 kamar serta 60 suite yang baru dibangun sejak tahun 2009. Terletak di pantai emas yang tenang yang menghadap Samudera Hindia, *Conrad Bali* terletak di pantai selatan.. Uluwatu di dekatnya menampilkan beberapa kuil terindah di '*Islands of the Gods*' sementara Restoran, Bar dan perbelanjaan bergaya Seminyak yang nyaman dan mewah. Kamar dan suite luas dan elegan, dilengkapi dengan fasilitas mewah. Selain fasilitas penginapan, *Conrad Bali Resort* juga memiliki fasilitas dan pelayanan makan dan minum dengan membangun beberapa Restoran dan Bar, salah satunya adalah *Eight Degrees South Restaurant*..

*Eight Degrees South* adalah Restoran yang terbaik di wilayahnya. Restoran ini terletak di *Conrad Bali* hotel, di pinggir pantai. Buka jam 11.00 – 17.00 wit. Dan jam makan malam: 18.00 – 23.00 wit. Suasana Restoran tampak begitu romantis dengan dihiasi nyala lilin-lilin kecil sehingga cocok buat pasangan bulan madu dinner di tempat ini. Menu ada Pizza, Makanan Laut, Eropa, Asia. Adapun kelebihan restoran ini adalah tempat duduk di Area terbuka, menyajikan alkohol, reservasi, tersedia tempat parkir yang luas, tersedia kursi tinggi, bar lengkap, Wi-Fi. Pada Restoran ini menyediakan kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan harga.

## B. Analisis dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 120 responden yang merupakan konsumen restaurant eight degrees. Data yang diperoleh kemudian diolah sehingga dapat disajikan sebagai berikut :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program Lisrel 8.80. Indikator pertanyaan dinyatakan valid apabila *t-value* lebih besar dari 1.96 (t-tabel) dan *factor loading* > 0.5. indikator yang valid mengindikasikan bahwa indikator betul – betul mengukur apa yang di ingin diukur dalam penelitian. Dari 120 responden yang telah dikumpulkan, hasilnya adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Kualitas Layanan**

No	Butir Pertanyaan	<i>t-value</i>
1	KL1	8.90
2	KL2	7.95
3	KL3	7.29
4	KL4	7.93
5	KL5	8.00
6	KL6	7.07
7	KL7	7.76
8	KL8	8.90

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa *t-value* untuk setiap butir pertanyaan variabel Kualitas Layanan > 1.96 (t-tabel). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan variabel Kualitas Layanan adalah valid.



## A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil pengolahan data Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu diuraikan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi Kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya Harga berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan.

## B. Saran

1. Bagi Restoran Eight Degrees
  - a. Eight Degrees diharapkan dapat mempertahankan kualitas Produk dan meningkatkannya sehingga kepercayaan atas merek yang sudah dimiliki oleh para konsumennya tetap terjaga. Dengan mempertahankan aspek *Trust*, diharapkan konsumen Eight Degrees enggan beralih kepada resto lain.
  - b. Diharapkan Eight Degrees membuat harga tetap flat untuk beberapa waktu kedepan karena dengan situasi sekarang, harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen sehingga merasa puas
  - c. Untuk kualitas lyanan mulai performa makan yang disajikan harus bersih Karena nilainya terendah yaitu 3,60 dari dimensi kualitas layanan
  - d. Kualitas kantor harus ditingkatkan Karena nilainya paling rendah dari kualitas produk
  - e. Restoran harus sering mengadakan potongna harga Karena nilai rata rata sangat rendah yaitu 3.23
2. Bagi Akademisi
  - a. Variabel dalam penelitian ini hanya terbatas yaitu hanya Kualitas layanan, kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih banyak mengambil variabel penelitiannya agar hasil penelitian yang diperoleh lebih bermanfaat untuk objek penelitian selanjutnya.

## Daftar Pustaka

### DAFTAR PUSTAKA

- Best J Roger (2013), *Market Based Management: Strategies For Growing Customer Value And Profitability*
- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler 2012, *Business Research Method*, Edisi 10, New York : McGraw- Hill
- David A Garvin (2012) , *Managing Quality* , New York: Free Press,
- Ghozali, Imam dan Fuad (2012), *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi*



dengan Program Lisrel 8.54, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro\

Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi 14, Global Edition, USA: Pearson

Kotler, Philip and Keller (2013), *Principles of Marketing, 12 edition. New Jersey: Pearson Edition*

Kotler, Philip and Gary Armstrong (2014) *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1. Jakarta:*

Mowen, JC dan Minor. 2013. *Prilaku konsumen Jilid 2, Ed 5. Erlangga, Jakarta.*

Oliver, Richard L (2013), "*Satisfaction : a behavioral perspective on the consumer*" International Edition, United States: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Ramli Samsul (2013) *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang / Jasa Pemerintah, Jakarta :Visimedia*

Sarini Kodu (2013) *Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza, Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1251-1259*

Syarief Farisman, Budhi Satrio (2013), *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Federal Internasional Finance Pos Tandes Surabaya, Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 3*

Tuptiono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset*

Talitha Rahma, L., L. Verina Halim, S. V. Heru Heryanto (2013) *Hubungan antara Kualitas Layanan dan Harga dengan Kepuasan Konsumen online shopping pada Mahasiswi Universitas Surabaya, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.1 No.1*

Waluyo, Minto 2013, *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling: Untuk Aplikasi Model Dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial, dan Manajemen, Jakarta: Penerbit PT Indeks.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip, sebarkan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## Lampiran 1

Logo Eight degrees restaurant



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

## Lampiran 2

### KUESIONER PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meneliti pengaruh *Brand Prestige* terhadap *Behavioral Loyalty* melalui variabel mediator *Brand Trust* di Restoran Eight degrees restaurant.

Untuk itu peneliti mengharapkan bantuan dari responden untuk mengisi kuesioner ini dengan baik dan benar. Atas bantuan Anda, peneliti ucapkan terima kasih.

Petunjuk pengisian :

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu/Saudara/i

Pada pernyataan yang sifatnya terbuka, tuliskan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i

#### A. Screening Question

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sering berkunjung dan mengkonsumsi produk di restoran Eight degrees restaurant?

- a. Ya
- b. Tidak (stop sampai disini, terima kasih)

#### B. Profil Responden

1. Jenis kelamin

- a. Pria b. Wanita

2. Usia Bapak/Ibu/Saudara/i sekitar

- a.  $\leq$  18 tahun d. 40-49 tahun 74

c. 30-39 tahun

3. Pekerjaan Bapak/Ibu/Saudara/i saat ini

- a. Pelajar/Mahasiswa d. Ibu Rumah Tangga
- b. Karyawan e. Lainnya (sebutkan) \_\_\_\_\_
- c. Wiraswasta

4. Berapa kali dalam satu bulan Bapak/Ibu/Saudara/i mengunjungi restoran Eight degrees restaurant?

- a. 1 kali/bulan d. 5-6 kali/bulan
- b. 2-3 kali/bulan e.  $\geq$  6 kali/bulan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau membuat terjemahan, translasi, ringkasan, atau kutipan dari karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.