

ABSTRACT

JESICA

1501020639

THE IMPACT OF SERVICE QUALITY TOWARD CUSTOMER SATISFACTION AT HOLYDUCK MEDAN

(xvi+66 pages; 4 figures; 29 tables; 9 appendices)

Customer satisfaction is the feeling of the customer after comparing what is received with expectations. If the service provided meets customer demand, the customer will feel satisfied and tend to buy back the product and reuse the services provided. Customers who feel dissatisfied with the quality of services provided will automatically tell others and move to other business actors or companies.

The research is conducted at Holyduck Medan and aims to determine and analyse the impact of Service Quality on Customer Satisfaction. Based on the experience, since Holyduck Medan is still considered as a new comer in the restaurant industry, the writer find that there is a problem in the service quality area

This research the writer use quantitative method and convenience sampling where all customers of Holyduck Medan as the population and 50 respondents. This study uses primary data sources from direct observations and questionnaires were distributes to the Holyduck customers.

The simple linear regression equation: $Y = 2.647 + 0.771X$. The result of coefficient of determination (R^2) is 0.687. It means that the 68.7% of Customer satisfaction is influenced by employee service quality and the remaining 31.3% is influenced by other variables outside this research. The result of hypothesis z-test indicate that Zcount value obtained is 5.803 that will be compared with Ztable in amount og 1.96. Zcount(5.803) is higher than the value of Ztable (1.96).

Therefore, hypothesis alternative (H_a) is accepted that employee service quality has significant influence customer satisfaction at Holyduck Medan. As the recommendation company have to pay more attention on their service standard in order to improve the service quality.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Holyduck Medan

Reference: 23

ABSTRAK

JESICA

1501020639

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI HOLYDUCK MEDAN

(xvi+66 pages; 4 figures; 29 tables; 9 appendices)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang diterima dengan harapan. Jika layanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, pelanggan akan merasa puas dan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali layanan yang disediakan. Pelanggan yang merasa tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan akan secara otomatis memberi tahu orang lain dan pindah ke pelaku bisnis lain atau perusahaan.

Penelitian ini dilakukan di Holyduck Medan dan bertujuan untuk menentukan dan menganalisis dampak Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan pengalaman, karena Holyduck Medan masih dianggap sebagai pendatang baru di industri restoran, penulis menemukan bahwa ada masalah di bidang kualitas layanan

Penulis menggunakan metode kuantitatif dan convenient sampling dimana seluruh pelanggan Holyduck Medan sebagai populasi dan 50 responden. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dari pengamatan langsung dan kuesioner dibagikan kepada pelanggan Holyduck.

Persamaan regresi linier sederhana: $Y = 2.647 + 0.771X$. Hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 0,687. Ini berarti bahwa 68,7% kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan karyawan dan sisanya 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil hipotesis uji-z menunjukkan bahwa nilai Zcount yang diperoleh adalah 5,803 yang akan dibandingkan dengan Ztable dalam jumlah og 1,96. Zcount (5.803) lebih tinggi dari nilai Ztable (1.96).

Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_a) diterima bahwa kualitas layanan karyawan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Holyduck Medan. Sebagai rekomendasi perusahaan harus lebih memperhatikan standar layanan mereka untuk meningkatkan kualitas layanan

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Holyduck Medan

Referensi: 23