



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI KECENDERUNGAN KONSUMEN UNTUK
MEREFERENSIKAN PRODUK PADA ORANG LAIN**

(STUDI KASUS PADA BAKMI JOHN)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication**

Disusun Oleh:

**RACHMASARI NURDIN
44309110047**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISA FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN
KONSUMEN MEMPENGARUHI
KECENDERUNGAN KONSUMEN UNTUK
MEREFERENSIKAN PRODUK PADA ORANG
LAIN
(Studi kasus pada Bakmi John)

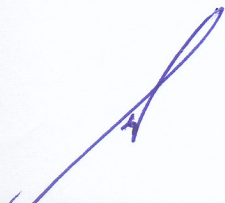
Nama : Rachmasari Nurdin

Nim : 44309110047

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, Februari 2012

Mengetahui,
Pembimbing



(Drs. Hardyanto, M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ANALISA FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN
KONSUMEN MEMPENGARUHI
KECENDERUNGAN KONSUMEN UNTUK
MEREFERENSIKAN PRODUK PADA ORANG
LAIN
(Studi kasus pada Bakmi John)

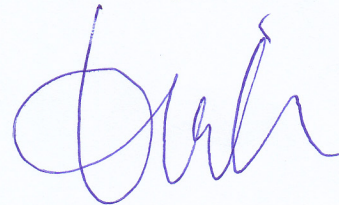
Nama : Rachmasari Nurdin

Nim : 44309110047

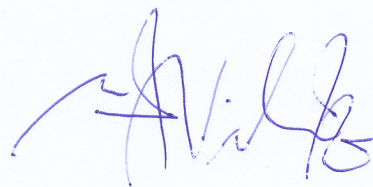
Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, Februari 2012

Ketua Sidang
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



Penguji Ahli
(S.M Niken Restaty, S.Sos. M.Si)



Pembimbing
(Drs. Hardyanto, M.Si.)



LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : ANALISA FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN
KONSUMEN MEMPENGARUHI
KECENDERUNGAN KONSUMEN UNTUK
MEREFERENSIKAN PRODUK PADA ORANG
LAIN
(Studi kasus pada Bakmi John)

Nama : Rachmasari Nurdin

Nim : 44309110047

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, Februari 2012

Disetujui dan diterima oleh:

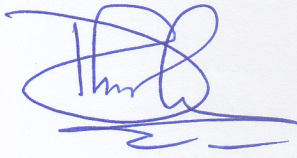
Pembimbing



(Drs. Hardyanto, M.Si.)

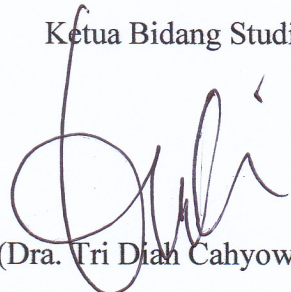
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah subhanallahu wa ta'ala, karena karunia dan anugerah-Nya yang senantiasa diberikan kepada seluruh makhluk-Nya di alam semesta raya ini. Shalawat esrta salam semoga tetap tercurah pada junjungan besar kita, Nabi Muhammad shalaulohu alaihi wassalam, keluarga dan para sahabatnya.

Alhamdulillah, peneliti dapat menyelesaikan makalah skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu komunikasi Bidang Studi Marketing Communication. Makalah ini berjudul 'Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, sehingga konsumen cenderung untuk mereferensikannya kepada orang lain'.

Peneliti sadar makalah ini masih jauh dari sempurna dan banyak terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, segala saran dan kritik yang bersifat membangun senantiasa peneliti harapkan untuk dapat meningkatkan kualitas makalah ini selanjutnya.

Pada kesempatan ini, ijinilah peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan makalah ini, sehingga dapat tersusun dengan baik, yaitu:

1. Bapak Drs. Hardiyanto, M.Si. selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih Pak, atas segala waktu dan bantuan serta kesabaran Bapak dalam membimbing saya sehingga skripsi ini dapat selesai.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku ketua sidang dan kepala jurusan Marketing Communication. Terima kasih atas segala bantuan dan ilmu yang telah ibu berikan pada saya

3. Seluruh dosen dan pegawai di Universitas Mercu Buana atas segala yang terbaik yang telah mereka berikan kepada saya.
4. Suami dan anak-anakku yang ku sayang. Terima kasih atas segala dukungan, kesabaran dan doa yang telah kalian berikan dalam menyusun skripsi ini. Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan berkahNya untuk kita semua, Amin.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan di jurusan Marcom angkatan 15, terima kasih untuk semua kenangan dan persahabatan yang ada selama ini.
6. Para responden yang terlibat dalam penelitian ini, karena telah bersedia mencurahkan waktu dan perhatiannya dalam mengerjakan kuesioner yang saya berikan
7. Staff dan karyawan Bakmi John Sampit, Langsung dan Bintaro yang telah membantu saya selama proses pengumpulan data maupun survey.

Dikarenakan keterbatasan ruang, saya memohon maaf kepada pihak-pihak yang turut membantu peneliti dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, namun tidak dapat saya sebutkan dalam kata pengantar ini.

Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi banyak pihak. Amin.

Wassalamu' Alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Februari 2012

Rachmasari Nurdin
Nim: 44309110047

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Daftar Isi	ii
Daftar Tabel	iv

BAB I PERMASALAHAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat teoritis / akademis	6
1.4.2 Manfaat praktis	6

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Customer Relationship Marketing	10
2.2 Kepuasan Konsumen	11
2.2.1 Tingkat Kepuasan Konsumen	14
2.2.2 Referensi Kepada Orang Lain	16
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.4 Model Analisis	20
2.5 Hipotesa	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	25
3.2.1 Data Primer	26
3.2.2 Data Sekunder	27
3.3. Populasi Sampel	
3.3.1 Populasi	27
3.3.2. Sampel	27

3.4	Definisi dan Operasional Konsep	
3.4.1	Definisi Konsep	28
3.4.2	Operasional Konsep	29
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	
3.5.1	Uji validitas	31
3.5.2	Uji Reliabilitas	32
3.6	Uji Koefisiensi Korelasi	33
3.7	Metode Pengumpulan data	34
3.8	Teknik Analisa Data	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran umum Bakmi John	37
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2.2	Analisis Data Variable X.....	42
4.2.3	Analisis Data Variable Y.....	57
4.2.4	Analisis Statistik	64
4.2.5	Pengujian hipotesis	71
4.2.6	Model Analisa	74
4.3	Pembahasan	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Definisi Operasional Konsep	30
Tabel 3.2	Pedoman Interpretasi Reliabilitas	33
Tabel 3.3	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2	Rasakan makanan di Bakmi John lezat	44
Tabel 4.3	Kuah Kaldu yang berbeda	45
Tabel 4.4	Mengenyangkan	46
Tabel 4.5	Rasa yang berbeda	46
Tabel 4.6	Membuat ingin datang kembali	47
Tabel 4.7	Membuat ketagihan	48
Tabel 4.8	Tidak menggunakan pengawet	48
Tabel 4.9	Harga terjangkau	49
Tabel 4.10	Berbagai jenis rasa	50
Tabel 4.11	Dilengkapi dengan berbagai asesoris makanan	51
Tabel 4.12	Jumlah porsi makan yang beragam	51
Tabel 4.13	Pelayanan yang cepat	53
Tabel 4.14	Pelayanan yang tepat order	53
Tabel 4.15	Lokasi dekat dengan rumah	54
Tabel 4.16	Lokasi dekat dengan kantor	55
Tabel 4.17	Tempat bersih	56
Tabel 4.18	Kaki lima tetap nyaman	57
Tabel 4.19	Bisa mengajak pasangan	57
Table 4.20	Diajak teman	59
Tabel 4.21	Diajak keluarga	60
Table 4.22	Rekomendasi dari teman	60
Tabel 4.23	Rekomendasi dari keluarga	61
Table 4.24	Lewat lokasi	62
Tabel 4.25	Rekomendasi dari teman	63
Table 4.26	Rekomendasi kepada keluarga	64
Tabel 4.27	Hasil pengujian validitas Variabel X	66
Table 4.28	Hasil pengujian validitas Variabe	69
Tabel 4.29	Hasil pengujian Reliabilitas	71
Table 4.30	Correlations	72
Tabel 4.31	Model summary	74
Table 4.32	Analisa model	75