

ANALISIS MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN PIZZA HUT CABANG JEMBER.

Imam Suroso
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Abstract: This study aimed at analyzing the effects of customer relation management, via service quality, on the customer satisfaction using the service of Pizza Hut Restaurant of Jember branch. The study analyzed the correlations among attributes of service quality which enabled the achievement of customer satisfaction based on structural model. The study was descriptive research by using a survey method. *Structural Equation Model* was used to analyze the level of customer satisfaction. The variables of the study were the dimensions of customer relation management, process/procedure, and technology. The variables of the service quality consisted of tangibles, responsiveness, assurance, reliability, and empathy. The customer satisfaction were measured based on price, convenience of acquisition, and the employee experiences. AMOS 6 software was used to analyze the data and the results showed that: customer relation management had direct effect on the customer satisfaction with the value of 32.6%, customer relation management had direct effect on the service quality with the value of 85.7%, service quality had direct effect on the customer satisfaction with the value of 48.4%, and the customer relation management had direct effect on the customer satisfaction via service quality with the value of 62.6%.

Keywords : *Customer Relation management; Service Quality; Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat terus melangsungkan hidupnya. Dalam menikmati makanan atau hidangan, setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih restoran yang indah dengan layanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar pada restoran yang bagus itu. Di samping itu, ada pula yang lebih cenderung memilih restoran yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih restoran biasa namun menghidangkan menu yang lezat sesuai dengan selera mereka. Di kota Jember, terdapat restoran lokasinya terletak sangat strategis, di pusat kota, restoran ini diberi nama Pizza Hut.

Restoran Pizza Hut memang bukanlah restoran yang besar dan mewah, namun restoran ini menawarkan menu dan rasa spesial pada masakan yang menjadi produk unggulannya. Misalnya saja menu “serba pizza” yang banyak menarik minat konsumen untuk mencoba dan mengulangi makan menu pizza tersebut.

Dalam era persaingan bisnis yang makin ketat di bidang jasa makanan, ternyata Restoran Pizza Hut masih dapat mempertahankan usaha beserta pelanggannya. Hal ini tentunya juga ditunjang dengan strategi dan usaha-usaha lain yang dijalankan oleh Restoran Pizza Hut dalam meningkatkan mutu produk (makanan) dan mutu layanan untuk dapat mempertahankan keberhasilan yang diperoleh hingga kini. Apabila konsumen diberikan layanan yang baik maka konsumen akan puas dan apabila puas mereka akan menjadi konsumen yang loyal. Kotler (2000); Parasuraman *et al.*, (1990) menyatakan bahwa kepuasan