

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN INTI DAN KUALITAS
PELAYANAN PERIFERAL TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN CATERING IDA, SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Reguler Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

ABI PRABOWO WIRATAMA

C2A009085

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2016

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Abi Prabowo Wiratama
Nomor Induk Mahasiswa : C2A009085
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN INTI DAN KUALITAS PELAYANAN PERIFERAL TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI KEPUASAN PELANGGAN CATERING IDA, SEMARANG**
Dosen Pembimbing : **Drs. Suryono Budi Santoso, MM**

Semarang, 10 April 2016

Dosen Pembimbing,

Drs. Suryono Budi Santoso, MM

NIP. 19590609 1987013 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Abi Prabowo Wiratama
Nomor Induk Mahasiswa : C2A009085
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN INTI DAN KUALITAS
PELAYANAN PERIFERAL TERHADAP WORD
OF MOUTH MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
CATERING IDA, SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 23 Juni 2016

Tim Penguji

1. Drs. Suryono Budi Santoso, MM (.....)
2. I Made Sukresna. SE., M.Si, P.Hd (.....)
3. Drs. H. Sutopo, MS (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya, Abi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN INTI DAN KUALITAS PELAYANAN PERIFERAL TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI KEPUASAN PELANGGAN CATERING IDA, SEMARANG** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 10 April 2016

Yang membuat pernyataan,

Abi Prabowo Wiratama

NIM : C2A009085

ABSTRACT

Problems that occur in Catering Ida was there a decrease in the number of sales and an increase in the number of complaints during the year 2013, which indicates an increase in customer dissatisfaction which cause customers not interested in re-purchase. Prasurvey based on the results that have been done, it can take several variables thought to influence the customer satisfaction is the quality of core services, and service quality peripherals. So that the formulation of the problem in this research is how to increase customer satisfaction and word of mouth customers Catering Ida. This study aimed to analyze the influence of the core service quality and service quality peripherals to satisfaction and word of mouth customers Catering Ida.

The population used in this study are customers Catering Ida. The sampling technique used was purposive sampling. Criteria samples taken Catering Ida is the customer who has made a transaction more than one time, amounting to a minimum of 97 customers. Methods of data collection in this study using a questionnaire. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis.

Based on this research, the quality of core services and service quality peripherals positive effect on satisfaction and word of mouth customers Catering Ida, while satisfaction has positive influence on word of mouth customers Catering Ida. Customer satisfaction is able to mediate the effect of core service quality and service quality peripherals to word of mouth.

Keywords: core service quality, peripherals service quality, satisfaction, word of mouth

ABSTRAK

Permasalahan yang terjadi pada Catering Ida adalah terdapat penurunan jumlah penjualan dan peningkatan jumlah complain selama tahun 2013 yang mengindikasikan adanya peningkatan ketidakpuasan pelanggan yang menyebabkan pelanggan tidak berminat melakukan pembelian ulang. Berdasarkan hasil prasurvei yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa variabel yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan inti, dan kualitas pelayanan perifer. Sehingga perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan dan *word of mouth* pelanggan Catering Ida. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan perifer terhadap kepuasan dan *word of mouth* pelanggan Catering Ida.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Catering Ida. Teknik pengambilan sampel menggunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria sampel yang diambil adalah pelanggan Catering Ida yang telah melakukan transaksi lebih dari satu kali yang berjumlah minimal 97 orang pelanggan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan perifer berpengaruh positif terhadap kepuasan dan *word of mouth* pelanggan Catering Ida, sedangkan kepuasan berpengaruh positif terhadap *word of mouth* pelanggan Catering Ida. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan perifer terhadap *word of mouth*.

Kata kunci: kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan perifer, kepuasan, *word of mouth*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya kepada kita bersama dan khususnya bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini diberi judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN INTI DAN KUALITAS PELAYANAN PERIFERAL TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI KEPUASAN PELANGGAN CATERING IDA, SEMARANG”**

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai derajat sarjana pada Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini khususnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Karunia, Rahmat, Taufik, Hidayah serta Inayah-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. Yos Johan Utama, S.H., M.H. Selaku Rektor Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Dr. Suharnomo, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Bapak Drs. Suryono Budi Santoso, MM. Selaku Dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai selesai.
5. Bapak Idris, SE., MSi. selaku Dosen wali atas bimbingan dan nasehat dan ilmu - ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak dan Ibu tercinta atas doa, kasih sayang, pengorbanan, motivasi, bimbingan, nasehat, bekal ilmu hidup, dan segalanya sehingga penulis

dapat melewati segala sesuatu dalam menjalankan hidup. I always love you mom and dad.

8. Adikku Ayu Dwijayanti Gunarti yang terus memberi doa dan semangat.
9. Terimakasih Ajil, Amir, Chrisnandita, Andi, Ferdi, Tyo, Kiky, Azka, Bandang, Hendi, Richy, Candra untuk waktu, dukungan, dan semangatnya.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat di sebutkan satu-persatu, semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua kebaikan dengan yang lebih baik.

Demikian penyusunan skripsi ini tidak lepas adanya kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan guna perbaikan selanjutnya serta semoga bermanfaat.

Semarang, 2016

Abi Prabowo Wiratama

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Ya Allah, Tidak ada kemudahan kecuali apa yang Engkau jadikan mudah. Sedang yang susah bisa Engkau jadikan mudah, apabila Engkau menghendakinya.”

(HR. Ibnu Hibban)

“Ikuti polanya, karena setiap manusia pun mempunyai cara tersendiri untuk bersikap baik.”

Persembahan

- Bapak Wiwis Agung
- Ibu Ratna Sugiastuti
- Adik Ayu Dwijayanti
- Teman dan sahabat terbaikku Febri Ferial Rombe
- Sahabat terbaikku Sherly Agatya

2.2.3 Hubungan Kualitas pelayanan inti dengan <i>Word of mouth</i>	20
2.2.4 Hubungan Kualitas pelayanan periferal dengan <i>Word of mouth</i>	21
2.2.5 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Word of mouth</i> ...	22
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	25
3.1.1 Klasifikasi Variabel Penelitian	25
3.1.2 Definisi Konseptual Variabel	25
3.1.3 Definisi Operasional Variabel Dan Indikator Pengukuran.....	27
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5 Skala Pengukuran Data	30
3.6 Metode Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Karakteristik Responden	38
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	38
4.1.2 Lama Menjadi Pelanggan	38
4.2 Analisis Deskripsi Variabel	39
4.2.1 Kualitas pelayanan inti	40
4.2.2 Kualitas pelayanan periferal	41
4.2.3 Kepuasan pelanggan	42
4.2.4 <i>Word of mouth</i>	42
4.3 Analisis Kuantitatif	43
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.3.3 <i>Path Analysis</i>	53
4.3.4 Pengujian Hipotesis	55
4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	57
4.3.6 Sobel Test	59

4.4 Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Minat Pelanggan Mereferensikan Catering Ida	3
Tabel 1.2 Prasurvey.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	27
Tabel 4.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	38
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Indikator Kualitas pelayanan inti.....	40
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Indikator Kualitas pelayanan periferal.....	41
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Indikator Kepuasan pelanggan.....	42
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Indikator <i>Word of mouth</i>	42
Tabel 4.7 Uji Validitas	44
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel.....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas Path 1	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas Path 2	47
Tabel 4.11 Uji Glejser Path 1	49
Tabel 4.12 Uji Glejser Path 2.....	50
Tabel 4.13 Uji Kolmogorov-Smirnov	53
Tabel 4.14 Persamaan <i>Path</i> 1	53
Tabel 4.15 Persamaan Path 2	54
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Path 1	58
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Path 2	59
Tabel 4.18 Sobel Test Kualitas pelayanan inti Terhadap <i>Word of mouth</i>	59
Tabel 4.19 Sobel Test Kualitas pelayanan periferal Terhadap <i>Word of mouth</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	24
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas Path 1	48
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas Path 2	49
Gambar 4.3 Uji Normalitas Path 1	51
Gambar 4.4 Uji Normalitas Path 2.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	L-1
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	L-2
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	L-3
Lampiran 4 Tabel r.....	L-4

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perusahaan jasa berada pada lingkungan bisnis yang semakin sengit dengan adanya globalisasi. Perusahaan yang mempunyai kualitas yang baik akan merubah perilaku konsumen sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen karena perusahaan yang memberikan jasa berkualitas dan bermutu, serta dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul dari pesaingnya. Hal ini dikarenakan sifat jasa yang tidak dapat dikenali secara langsung oleh konsumen (*Intangible*) sehingga konsumen dapat menilai kualitas maupun fasilitas suatu jasa setelah mengkonsumsinya sehingga diperlukan suatu fungsi komunikasi untuk mengkomunikasikan segala macam informasi, membujuk, atau mengingatkan konsumen tentang produk, citra, ide, keterlibatan masyarakat maupun dampak sosial yang dihasilkan (Kotler dan Armstrong, 2004).

Salah satu usaha untuk menarik konsumen produk jasa yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan setelah menggunakan jasa. Konsumen yang merasa mendapatkan pelayanan yang baik dan puas akan pelayanan tersebut biasanya akan memberikan referensi kepada orang lain yang memerlukan jasa tersebut. Hal ini dapat disebut dengan komunikasi *word of mouth*.

Word of mouth atau biasa disebut dengan promosi dari mulut ke mulut merupakan salah satu strategi pemasaran yang selalu menjadi fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Menurut Kotler dan Keller (2007), *word of mouth* adalah suatu komunikasi interpersonal tentang produk diantara pembeli dan orang-orang di sekitarnya. *Word of mouth* bahkan memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan dengan informasi tertulis sebagaimana diungkap oleh Baskoro (2007). Menurut pendapat Baskoro (2007), *negative word of mouth* adalah suatu fenomena yang paling ditakutkan oleh perusahaan atau pengusaha. Karena konsumen yang tingkat kepuasan, terutama emosionalnya negatif, akan berbicara, bukan hanya kepada orang-orang terdekatnya saja. Peranan *word of mouth* juga sangat penting bagi penyedia jasa agar konsumen tertarik mengkonsumsi jasa yang ditawarkannya. Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa konsumen lebih tergantung pada *word of mouth* dari pada iklan dalam pemilihan jasa. Lupiyoadi dan Hamdani (2006) menyatakan bahwa peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Konsumen yang berbicara kepada pelanggan lain akan lebih mempercayai masukan dari pelanggan yang telah menggunakan jasa tersebut dan *word of mouth* ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya.

Catering Ida merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa catering. Sebagai perusahaan jasa boga, Catering Ida memproduksi makanan dan minuman sendiri untuk keperluan jasa-jasa yang berkaitan dengan upacara adat, upacara resmi seperti pernikahan dan pertemuan, serta penyelenggaraan hiburan. Sebagai perusahaan catering profesional yang tertua di Semarang dan yang ingin

terus berkembang di era globalisasi ini, Catering Ida menyadari pentingnya pelanggan dalam mencapai tujuan dari perusahaan. Dalam menghadapi persaingan di industri jasa boga, Catering Ida harus mampu beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang berubah-ubah dan keharusan bersaing dengan pasar yang begitu luas. Dengan demikian Catering Ida harus dapat meningkatkan performa perusahaan, agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya serta bersaing menempati posisi puncak dalam bisnis penyediaan di bidang jasa catering. Namun walaupun telah berusaha memenuhi seluruh keinginan pelanggan, terdapat permasalahan pada Catering Ida yaitu rendahnya minat pelanggan untuk mereferensikan Catering Ida kepada pelanggan lain (*word of mouth*) seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Minat Pelanggan Mereferensikan Catering Ida

Bulan	Pelanggan	Referensi ke Pelanggan Lain	%Referensi	Komplain	% Komplain
Desember 2014	98	8	8,16%	19	19,39%
Januari 2015	71	8	11,27%	21	29,58%
Februari 2015	82	11	13,41%	23	28,05%
Maret 2015	74	7	9,46%	22	29,73%
April 2015	66	6	9,09%	28	42,42%
Mei 2015	54	6	11,11%	30	55,56%

Sumber : Catering Ida, 2015

Berdasarkan data di atas, minat pelanggan untuk mereferensikan Catering Ida kepada pelanggan lain masih rendah, terbukti dari Desember 2014 hingga Mei 2015, jumlah pelanggan baru yang direferensikan oleh pelanggan lama memiliki komposisi yang kurang dari 15%. Hal ini kontras dengan jumlah complain pelanggan yang justru mengalami peningkatan setiap bulannya. Sebagai perusahaan jasa yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggannya, hal ini merupakan suatu masalah, karena pelanggan yang tidak puas bukan hanya

tidak mereferensikan Catering Ida kepada pelanggan lain, namun juga akan menyampaikan keluhan-keluhannya kepada calon pelanggan potensial Catering Ida (*negative word of mouth*).

Untuk lebih mengetahui factor apa saja yang membuat pelanggan tidak puas dan membuat mereka tidak berminat untuk mereferensikan Catering Ida kepada calon pelanggan lain, maka peneliti melakukan prasurvey kepada pelanggan Catering Ida dengan rangkuman hasil sebagai berikut :

Tabel 1.2
Prasurvey

No	Keterangan	Jawaban	Total Responden	%
1	Tanggapan Catering Ida terhadap complain pelanggan lambat	15	20	75%
2	Perlengkapan dari Catering Ida kurang lengkap	12	20	60%
3	Desain Catering Ida kurang modern	13	20	65%
4	Pelayanan Catering Ida kurang cepat	18	20	90%
5	Penataan catering kurang rapid an kurang indah dipandang	18	20	90%

Sumber : Prasurvey, 2015.

Berdasarkan hasil prasurvey lanjutan yang telah dilakukan, terlihat bahwa factor yang mempengaruhi penurunan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya menurunkan minat pelanggan untuk memberikan *word of mouth* positif untuk Catering Ida adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam hal ini dapat dibagi menjadi dua yaitu kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan peripheral atau tambahan.

Kualitas pelayanan inti, terlihat dari alasan yang dikemukakan oleh pelanggan dimana banyak pelanggan mengeluhkan tentang tanggapan Catering Ida terhadap complain pelanggan lambat, perlengkapan catering yang kurang

lengkap dan pelayanan yang kurang cepat. Layanan inti merupakan layanan yang berhubungan langsung dengan jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas layanan inti menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih jasa yang akan digunakannya (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Faktor kualitas inti merupakan penilaian pelanggan terhadap layanan dari perusahaan jasa dengan pertimbangan dari cirri jasa yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Semakin baik kualitas layanan inti yang dirasakan oleh konsumen, maka konsumen akan semakin puas dan kepuasan ini akan membuat konsumen melakukan *word of mouth* positif.

Faktor lain yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan dan *word of mouth* ini adalah kualitas pelayanan peripheral yang terlihat dari desain yang dianggap kurang modern dan penataan yang kurang rapi dan kurang indah dipandang. Layanan peripheral merupakan layanan pendukung yang juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jasa yang akan digunakannya (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Kualitas layanan peripheral merupakan pendukung dari kualitas layanan inti. Walaupun bersifat sebagai pendukung, namun pelanggan juga akan memperhatikan detail tambahan tersebut, karena pelanggan menginginkan pelayanan yang prima. Jika kualitas layanan didukung oleh layanan tambahan yang baik, maka pelanggan akan semakin puas dan akan berminat untuk memberikan referensi yang baik kepada calon pelanggan potensial lainnya.

Berdasarkan hasil prasurvey dan latar belakang masalah, maka dalam hal ini perlu untuk dilakukan penelitian terhadap kondisi yang terjadi pada Catering Ida dalam penelitian yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS**

PELAYANAN INTI DAN KUALITAS PELAYANAN PERIFERAL TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI KEPUASAN PELANGGAN CATERING IDA, SEMARANG”.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada Catering Ida adalah terdapat penurunan jumlah penjualan dan peningkatan jumlah complain selama tahun 2013 yang mengindikasikan adanya peningkatan ketidakpuasan pelanggan yang menyebabkan pelanggan tidak berminat melakukan pembelian ulang. Berdasarkan hasil prasurvey yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa variabel yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan inti, dan kualitas pelayanan perifer. Sehingga perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan dan *word of mouth* pelanggan Catering Ida.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan inti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Catering Ida?
2. Bagaimana kualitas pelayanan perifer berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Catering Ida?
3. Bagaimana kualitas pelayanan inti berpengaruh terhadap *word of mouth* pelanggan Catering Ida?

4. Bagaimana kualitas pelayanan periferal berpengaruh terhadap *word of mouth* pelanggan Catering Ida?
5. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *word of mouth* pelanggan Catering Ida?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan inti terhadap kepuasan pelanggan Catering Ida.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan periferal terhadap kepuasan pelanggan Catering Ida.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan inti terhadap *word of mouth* pelanggan Catering Ida.
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan periferal terhadap *word of mouth* pelanggan Catering Ida.
5. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *word of mouth* pelanggan Catering Ida.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan penelitian secara teoritis yaitu sebagai tambahan referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan pada khususnya adalah bidang pemasaran untuk kepuasan pelanggan dan *word of mouth*.

2. Kegunaan penelitian secara praktis yaitu untuk mendapatkan masukan tentang keinginan konsumen, mengetahui preferensi pelanggan terhadap catering dan memahami apa yang berpengaruh dalam minat pelanggan untuk melakukan *word of mouth* positif.