

## ***ABSTRACT***

*The development of an increasingly competitive era in the competitive environment of business as a result of advances in technology, have changed the way people think in selecting and providing an assessment of a product, especially in the field of services. Services offered by the company must produce a quality and good service to customers so as to produce satisfaction for the customer. Therefore in this study, the authors take the title "The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction. " The purpose of this study was to test the positive influence of service quality to customer satisfaction and to test the positive influence of service quality to customer satisfaction. Samples taken using the method of sampling nonprobability with purposive sampling. Results showed that service quality significantly influence customer satisfaction. From the research, the author gives advice to entrepreneurs Paskal Food Market to remain concerned about the quality customer service ahar still feel satisfied.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.*

## ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin kompetitif di lingkungan persaingan bisnis sebagai akibat kemajuan teknologi, telah mengubah cara berfikir masyarakat dalam memilih dan memberikan penilaian terhadap suatu produk, khususnya di bidang pelayanan jasa. Jasa yang ditawarkan perusahaan harus menghasilkan suatu kualitas dan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga dapat menghasilkan kepuasan bagi pelanggan. Maka dari itu di dalam penelitian ini, penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan untuk menguji besarnya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sampel diambil dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian, penulis memberikan saran kepada pengusaha Paskal Food Market untuk tetap memperhatikan kualitas layanan agar konsumen tetap merasa puas.

Kata kunci: Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan.

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	8
2.1 Pengertian Umum Mengenai Pemasaran .....	8
2.2 Jasa .....	11
2.2.1 Pengertian Jasa .....	11
2.2.2 Kategori Jasa .....	13
2.2.3 Karakteristik Jasa .....	15

2.2.4 Marketing Mix pada Jasa .....	17
2.3 Definisi Kualitas.....	22
2.4 Definsi Services Quality .....	24
2.4.1 Dimensi Services Quality.....	30
2.4.2 Kesenjangan Dalam Penyampaian Jasa (Gap) .....	33
2.5 Konsep Kepuasan Konsumen .....	36
2.6 Importance Perfomance Analysis .....	40
2.7 Pengembangan Hipotesis .....	42
2.8 Model Penelitian .....	44
<b>BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Populasi dan Sampel .....	45
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.3 Pengumpulan Data .....	47
3.4 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	49
3.5 Realibilitas dan Validitas .....	50
3.6 Analisis Data .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	55
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....	55
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.3 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	58
4.1.4 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan .....	59
4.2 Data Tabulasi .....	60
4.2.1 Frekuensi Pertanyaan Nomor 1 .....	60
4.2.2 Frekuensi Pertanyaan Nomor 2 .....	61
4.2.3 Frekuensi Pertanyaan Nomor 3 .....	62
4.2.4 Frekuensi Pertanyaan Nomor 4 .....	63
4.2.5 Frekuensi Pertanyaan Nomor 5 .....	64
4.2.6 Frekuensi Pertanyaan Nomor 6 .....	65
4.2.7 Frekuensi Pertanyaan Nomor 7 .....	66
4.2.8 Frekuensi Pertanyaan Nomor 8 .....	67
4.2.9 Frekuensi Pertanyaan Nomor 9 .....	68
4.2.10 Frekuensi Pertanyaan Nomor 10 .....	69
4.2.11 Frekuensi Pertanyaan Nomor 11 .....	70
4.2.12 Frekuensi Pertanyaan Nomor 12 .....	71
4.2.13 Frekuensi Pertanyaan Nomor 13 .....	72
4.2.14 Frekuensi Pertanyaan Nomor 14 .....	73
4.2.15 Frekuensi Pertanyaan Nomor 15 .....	74
4.2.16 Frekuensi Pertanyaan Nomor 16 .....	75
4.2.17 Frekuensi Pertanyaan Nomor 17 .....	76
4.2.18 Frekuensi Pertanyaan Nomor 18 .....	77

4.2.19 Frekuensi Pertanyaan Nomor 19 .....	78
4.2.20 Frekuensi Pertanyaan Nomor 20 .....	79
4.2.21 Frekuensi Pertanyaan Nomor 21 .....	80
4.3 Uji Data .....	81
4.3.1 Uji Validitas .....	81
4.3.2 Uji Realibilitas .....	88
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	91
4.4.1 Model Summary .....	91
4.4.2 Anova .....	92
4.4.3 Coeficients .....	93
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Implikasi Manajerial .....	96
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	97
5.4 Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>	<b>178</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Konseptual Harapan Pelanggan Terhadap jasa .....	29
Gambar 2.2 Kualitas Pelayanan, terdapat lima titik yang berpotensi memunculkan adanya kesenjangan (Gap) .....	35
Gambar 2.3 Importance Performance Analysis .....	41
Gambar 2.4 Rerangka Model yang Dihipotesiskan .....	44

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Data Konsumen.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Angkatan.....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	59
Tabel 4.5 Frekuensi Pertanyaan Nomor 1 .....	60
Tabel 4.6 Frekuensi Pertanyaan Nomor 2 .....	61
Tabel 4.7 Frekuensi Pertanyaan Nomor 3 .....	62
Tabel 4.8 Frekuensi Pertanyaan Nomor 4 .....	63
Tabel 4.9 Frekuensi Pertanyaan Nomor 5 .....	64
Tabel 4.10 Frekuensi Pertanyaan Nomor 6 .....	65
Tabel 4.11 Frekuensi Pertanyaan Nomor 7 .....	66
Tabel 4.12 Frekuensi Pertanyaan Nomor 8 .....	67
Tabel 4.13 Frekuensi Pertanyaan Nomor 9 .....	68
Tabel 4.14 Frekuensi Pertanyaan Nomor 10 .....	69
Tabel 4.15 Frekuensi Pertanyaan Nomor 11 .....	70
Tabel 4.16 Frekuensi Pertanyaan Nomor 12 .....	71
Tabel 4.17 Frekuensi Pertanyaan Nomor 13 .....	72
Tabel 4.18 Frekuensi Pertanyaan Nomor 14 .....	73
Tabel 4.19 Frekuensi Pertanyaan Nomor 15 .....	74
Tabel 4.20 Frekuensi Pertanyaan Nomor 16 .....	75
Tabel 4.21 Frekuensi Pertanyaan Nomor 17 .....	76
Tabel 4.22 Frekuensi Pertanyaan Nomor 18 .....	77
Tabel 4.23 Frekuensi Pertanyaan Nomor 19 .....	78
Tabel 4.24 Frekuensi Pertanyaan Nomor 20 .....	79
Tabel 4.25 Frekuensi Pertanyaan Nomor 21 .....	80
Tabel 4.26 KMO and Bartlets Test Validitas Awal .....	82
Tabel 4.27 Uji Validitas Awal .....	83
Tabel 4.28 Anti-Image Matrices Validitas Awal .....	84
Tabel 4.29 KMO and Bartlets Test Validitas Akhir .....	85

Tabel 4.30 Anti-Image Matrices Validitas akhir .....	86
Tabel 4.31 Uji Validitas Akhir .....	87
Tabel 4.32 Uji Realibility untuk Kualitas .....	89
Tabel 4.33 Cronbanch Alpha .....	89
Tabel 4.34 Uji Realibility untuk Kepuasan .....	90
Tabel 4.35 Cronbanch Alpha .....	90
Tabel 4.36 Model Summary .....	91
Tabel 4.37 Anova .....	92
Tabel 4.38 Coefficients .....	93



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A Kuesioner Penelitian .....	101
LAMPIRAN B Uji Validitas .....	103
LAMPIRAN C Uji Realibilitas .....	162
LAMPIRAN D Uji Regresi .....	166
LAMPIRAN E Hasil Kuesioner .....	168