

ABSTRACT

A common problem faced by most service organizations are customer dissatisfaction on the services quality. In order to retain customers and expand market share, analysis of the effect of service quality on customer satisfaction is important for the company. This study will focus on testing the effect of customer satisfaction on service quality. In this study, the dimensions of quality that will be tested its effect on satisfaction is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Testing the dimensions in this study will focused in the setting of banking. This study used a questionnaire to obtain data, which totaled 150 respondents using a Likert scale. Methods of statistical analysis using multiple linear regression method.

The results showed that the t test on the dimensions of tangible, reliability, assurance, have a significant effect, so the three dimensions individually affect the variables of customer satisfaction, while the dimensions of responsiveness and empathy do not have a significant effect so the two dimensions are not individually effect on customer satisfaction variables. Magnitude of the coefficient of determination (R^2) is the fifth dimension to customer satisfaction is equal to 0.213. This indicates that 21.3% customer satisfaction of Bank is influenced by the tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy, while the remaining 78.7% customer satisfaction is influenced by other factors not examined in this study

Key words : customer satisfaction, service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy

ABSTRAK

Masalah umum yang dihadapi sebagian besar perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam rangka mempertahankan pelanggan dan memperluas pangsa pasar, analisis mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Penelitian ini akan memfokuskan pada pengujian pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini, dimensi-dimensi kualitas yang akan diuji pengaruhnya terhadap kepuasan adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pengujian dimensi-dimensi dalam penelitian ini akan difokuskan pada *setting* perbankan. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data, yang berjumlah 150 responden dengan menggunakan skala likert. Metode analisisnya menggunakan statistik metode regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t pada dimensi bukti fisik, kehandalan, jaminan, memiliki pengaruh yang signifikan sehingga ketiga dimensi tersebut secara individu berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, sedangkan dimensi daya tanggap dan empati tidak memiliki pengaruh yang signifikan sehingga kedua dimensi tersebut secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Besarnya koefisien determinasi (R^2) kelima dimensi tersebut terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,213. Hal ini menunjukkan bahwa 21,3% kepuasan pelanggan Bank dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, sedangkan sisanya yaitu 78,7% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan pelanggan*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 kegunaan Penelitian	5
 BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Karakteristik Jasa	6
2.2 Bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) pada perusahaan jasa	7
2.2.1 Strategi pemasaran untuk perusahaan jasa	9
2.3 Kualitas dan kualitas layanan	11
2.4 Kepuasan konsumen	16
2.4.1 Strategi kepuasan konsumen	18
2.4.2 Mengukur tingkat kepuasan konsumen	19
2.4.3 Tanda-tanda konsumen yang puas	20
2.5 Pengembangan hipotesis	20
2.5.1 Hubungan <i>tangible</i> terhadap kepuasan pelanggan	20
2.5.2 Hubungan <i>reliability</i> terhadap kepuasan pelanggan	22
2.5.3 Hubungan <i>responsiveness</i> terhadap kepuasan pelanggan	24
2.5.4 Hubungan <i>assurance</i> terhadap kepuasan pelanggan	26
2.5.5 Hubungan <i>empathy</i> terhadap kepuasan pelanggan	28
2.6 Model Penelitian	30
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis penelitian	31
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik pengambilan sampel	
3.2.1 Populasi penelitian	31
3.2.2 Sampel penelitian	31
3.2.3 Metode pengambilan sampel	32
3.2.4 Teknik pengambilan sampel	32

3.3	Operasional variable	33
3.4	Teknik pengumpulan data	34
3.5	Metode analisis data	35
3.5.1	Uji asumsi klasik	35
	Normalitas	35
	Multikolinearitas	35
3.5.2	Uji instrumen	35
	Validitas	35
	Reliabilitas	35
	Analisis regresi berganda	36
	Uji F	36
	Uji t	36
3.5.3	Analisis koefisien determinasi	37
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Data dan deskriptif responden.....	38
4.1.1	Karakteristik responden	38
4.1.2	Analisis jawaban responden terhadap variabel penelitian	41
4.2	Uji asumsi klasik.....	48
4.2.1	Uji normalitas	48
4.2.2	Uji multikolinearitas	49
4.3	Uji instrumen	50
4.3.1	Uji Validitas	50
4.3.2	Uji reliabilitas	53
4.3.3	Analisis regresi berganda	54
4.4	Uji hipotesis	56
4.4.1	Uji F	56
4.4.2	Uji t	57
4.5	Koefisien determinasi	59
4.6	Hasil dan pembahasan	60
4.6.1	Hipotesis 1	61
4.6.2	Hipotesis 2	61
4.6.3	Hipotesis 3	62
4.6.4	Hipotesis 4	63
4.6.5	Hipotesis 5	64
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Implikasi manajerial.....	66
5.2	Keterbatasan penelitian dan saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Service-Profit Chain</i>	10
Gambar 2.2	Lima Gap model Parasurahman	14
Gambar 2.3	Faktor yang mempengaruhi ekspektasi pelanggan.....	18
Gambar 2.4	Rerangka model dasar	30
Gambar 4.1	Uji normalitas data	49
Gambar 4.2	Uji F.....	56
Gambar 4.3	Uji t.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Identitas responden menurut jenis kelamin	38
Tabel 4.2	Identitas responden menurut umur	39
Tabel 4.3	Identitas responden menurut pendidikan terakhir	40
Tabel 4.4	Identitas responden menurut pekerjaan	40
Tabel 4.5	Tanggapan responden terhadap dimensi bukti fisik	42
Tabel 4.6	Tanggapan responden terhadap dimensi empati	43
Tabel 4.7	Tanggapan responden terhadap dimensi daya tanggap	44
Tabel 4.8	Tanggapan responden terhadap dimensi kehandalan	45
Tabel 4.9	Tanggapan responden terhadap dimensi jaminan	46
Tabel 4.10	Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan	47
Tabel 4.11	Uji normalitas	48
Tabel 4.12	Uji multikolinearitas	50
Tabel 4.13	Uji validitas sebelum penyesuaian	51
Tabel 4.14	Uji validitas setelah penyesuaian	52
Tabel 4.15	Uji reliabilitas	53
Tabel 4.16	Hasil analisis regresi berganda	54
Tabel 4.17	Uji F	56
Tabel 4.18	Uji t	57
Tabel 4.19	Koefisien determinasi	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian
2. Karakteristik Responden
3. Pengujian Instrumen Penelitian