

ABSTRACT

At This moment competition for this kind of business is more tight and tight. So this company must have a good strategy so they can win the competition. Which one they strategy is service quality, because good service quality is the first key to enter the competition and growth the business.

The writer use data analys method and regretion method for this research. And the writer used quetioner to get the data. Furthermore Data will be procces with validity test and realibilty test. and based on the result showed that the influence of service quality on customer statisfication is 7,9% and the rest of 92,1 % is influence by other factor

Key Word: Service quality Demension (tangible, reliabiliy, responsiviness, Empaty, assurance) , customer satisfaction.

ABSTRAK

Sekarang ini persaingan usaha semakin tinggi oleh karena itu perusahaan harus melakukan banyak strategi agar perusahaan dapat bersaing dengan pesaing usaha sejenis. Salah satunya dengan meningkat kualitas pelayan perusahaannya di pasaran.

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah dengan metode analisis data dan metode regresi berganda. Sedangkan pengumpulan data yang dilakukan oleh konsumen adalah dengan kuisisioner. Data yang diperoleh penulis diolah dengan pengambilan data, uji validitas dan uji reliabilitas. dan hasil penelitian hasil menunjukan bahwa besar pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction adalah 7,9% dan sisanya 92,1% dipengaruhi oleh factor lain

Kata kunci: kualitas pelayanan dimensinya(tangible, reliability, responsiveness, Empathy, assurance), kepuasan konsumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	5
1.3. Tujuan Riset.....	6
1.4. Manfaat Riset.....	6
1.5. Sistematika.....	7
BAB II : LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1. Pengertian Umum Mengenai Pemasaran.....	8
2.2. Bauran Pemasaran	
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2.2.2 Elemen Bauran Pemasaran.....	10
2.3. Jasa	
2.3.1 Definisi Jasa.....	11
2.4. Karakteristik Jasa.....	12
2.5. Klasifikasi Jasa.....	13
2.6. Bauran Pemasaran Dalam Jasa.....	14

2.7. Kualitas Pelayanan	
2.7.1. Pengertian Kualitas.....	18
2.7.2. Pengertian Pelayanan.....	18
2.7.3. Pengertian Kualitas Layanan.....	19
2.7.4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.7.5. Kesenjangan-kesenjangan pada Kualitas Pelayanan.....	23
2.8. Kepuasan Pelanggan	
2.8.1. Pengertian Kepuasan.....	26
2.8.2. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	26
2.8.3. Model Kepuasan Pelanggan.....	30
2.8.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	31
2.8.5. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	32
2.9. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Kosumen...	34
2.10. Pengembangan Hipotesis.....	37
2.11. Model Penelitian.....	38

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Disain Penelitian.....	39
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	39
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4. Definisi Operasional dan Pengujian Instrumen.....	41
3.5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	
3.5.1. Validitas.....	42
3.5.2. Reliabilitas.....	51
3.6. Metode Analisis Data.....	55

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Statistik Deskriptif Data Responden	
4.1.1. Data Demografi Responden.....	58

4.2. Analisis Data Penelitian	
4.2.1. Analisis Deskriptif Kualitas Layanan.....	61
4.2.2. Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	73
4.3. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	
4.3.1. Analisis Persamaan Regresi Berganda.....	77
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	83
5.2. Implikasi dan Saran.....	84
5.3. Keterbatasan dan Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	: Dimensi <i>ServQual</i>	23
Gambar 2.2	: <i>Service Quality Model</i>	25
Gambar 2.3	: Konsep Kepuasan Pelanggan.....	28
Gambar 2.4	: Dua Tingkatan Harapan.....	29
Gambar 2.5	: kerangka Regresi Sederhana yang Dihipotesiskan.	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 :Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 : KMO and Bartlett's Test Data Awal.....	43
Tabel 3.3 : Anti – Image Tahap Awal	44
Tabel 3.4 : Rotated Component Matrix(a).....	46
Tabel 3.5 : KMO and Bartlett's Test.....	47
Tabel 3.6 : Anti – Image correlation Matrices akhir.....	48
Tabel 3.7 : Rotated Component Matrix(a) Data akhir.....	49
Tabel 3.8 : Data Lolos Uji Validitas.....	51
Tabel 3.9 : Uji Reliabilitas Instrumen.....	53
Tabel 3.10 : Data Lolos Uji Validitas Dan reliabilitas.....	54
Tabel 4.1 : Jenis Kelemin Responden.....	47
Tabel 4.2 : Usia Responden.....	48
Tabel 4.3 : Frekuensi Menggunakan Jasa Layanan loudry centro.....	48
Tabel 4.4 : Jenis Layanan.....	49
Tabel 4.5 : Laundry Memiliki Peralatan Berpenampilan Modern.....	51
Tabel 4.6 : Fasilitas Fisik laundry Menarik Secara Visual.....	51
Tabel 4.7 : Karyawan laundry Berpenampilan Rapi.....	52
Tabel 4.8 : Lokasi Laundry Centro yang strategis	52
Tabel 4.9 : Laundry Centro memberikan harga yang relatif murah	53
Tabel 4.10 : Saat Anda memiliki masalah, Laundry Centro sungguh-sungguh berusaha membantu memecahkannya.....	53
Tabel 4.11 : Laundry ini memberikan layanannya secara tepat sejak awal....	54
Tabel 4.12 : Laundry Centro menyediakan layanannya sesuai dengan waktu yang dijanjikan.....	54

Tabel 4.13	:Loundry Centro memberikan Kemudahan untuk dihubungi	55
Tabel 4.14	:Loundry Centro memberikan layanannya secara cepat dan bersahabat	55
Tabel 4.15	: Loundry Centro memberikan memberikan layanannya secara maksimal.....	56
Tabel 4.16	: Karyawan Loundry Centro melayani Anda dengan cepat	56
Tabel 4.17	: Karyawan Loundry Centro bersedia membantu anda	57
Tabel 4.18	: Karyawan Loundry Centro tidak pernah terlalu sibuk merespon permintaan pelanggan	57
Tabel 4.19	: Anda merasa aman dalam bertransaksi dengan Loundry Centro.	58
Tabel 4.20	: Para karyawan Loundry Centro secara konsisten bersikap sopan terhadap anda.....	59
Tabel 4.21	: Karyawan Loundry memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan Anda.....	59
Tabel 4.22	: Loundry ini memberikan jaminan bila ada kesalahan Loundry..	60
Tabel 4.23	: Loundry Centro memberikan perhatian individual kepada anda.	60
Tabel 4.24	: Loundry Centro memiliki jam operasi yang nyaman bagi semua pelanggan.....	61
Tabel 4.25	: Loundry Centro mengutamakan kepentingan Anda	61
Tabel 4.26	: Saya puas dengan pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh Loundry Centro.....	63
Tabel 4.27	: Saya puas terhadap hasil akhir yang diberikan oleh Loundry Centro.....	63
Tabel 4.28	: Saya yakin bahwa menggunakan jasa Loundry Centro selalu memberikan pelayanan yang memuaskan.....	64
Tabel 4.29	: Adanya perhatian dari karyawan loundry ini kepada konsumen..	64
Tabel 4.30	: Saya puas terhadap kinerja karyawan Loundry Centro	65
Tabel 4.31	: Model Summary.....	77
Tabel 4.32	: ANOVA(b).....	78
Tabel 4.33	: Coefficients(a).....	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Identitas Responden
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Regresi