

ABSTRAK

Tuntutan kebutuhan konsumen akan mutu dan keragaman produk yang tinggi dan pelayanan yang baik menuntut para produsen dan pemasar berlomba memberikan nilai lebih pada produknya. Produknya tersebut dihasilkan untuk menciptakan kepuasan lebih kepada konsumen. Konsep kualitas pelayanan diciptakan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Perusahaan melakukan pelayanan dengan harapan dapat memberi kepuasan pada konsumennya. Persepsi konsumsi mengenai pelayanan suatu perusahaan baik atau tidak tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperoleh. Kajian mendalam tentang kualitas pelayanan akan memberikan gambaran yang lengkap dan komprehensif kepada pemasar tentang kepuasan konsumen. Gambaran yang komprehensif tentang kualitas pelayanan akan membantu pemasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Melalui penelitian ini, peneliti mencoba meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Putra Snack”** sebagai objek penelitian yang berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dan *purposive sampling*. Adapun hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Putra Snack sebesar 27,1% dan sisanya 72,9% yang diuji menggunakan analisis regresi sederhana. Pengujian dilakukan dengan SPSS versi 17.0. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, disitulah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

*The consumers demands about quality and diversity of high product and good service requires the producers and marketers to deliver more values in their products. Their products has been generated to create more satisfaction to consumers. The concept of the quality of service was created to give the best services and fundamental assessment in order to get an appropriate valuation with the quality of the services they received. The company performing the service in the hope of giving satisfaction to the customers. Consumer perceptions of company's service whether is good or not depends on the suitability and willingness services obtained. Depth review of the quality of service will provide a complete and comprehensive description of the marketers of consumer satisfaction. Comprehensive description of the quality of service will help marketers to improve customer satisfaction. Through this study, researches researching on “**The Effect of Service Quality on Putra Snack's Customer Satisfaction**” as the research object of the 100 respondents. The sampling technique used in this study is a non-probability sampling and purposive sampling. The results showed the influence of service quality on customer satisfaction in store Putra Snack of 27.1% and the remaining 72.9% were tested using simple regression analysis. Tests were performed with SPSS version 17.0. Consumer satisfaction is influenced by factors of service quality, good service quality is often said to be one important factor in business success. At the higher level of concordance between the expectations of the quality of services provided by the company, that's where value is created maximum satisfaction.*

Keywords: service quality, customer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Konsep Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	12
2.1.5.2 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	14
2.2 Kerangka Teoritis.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Pengembangan Hipotesis	24
2.6 Model Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi.....	26

3.2.2 Sampel.....	27
3.3 Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel.....	27
3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Uji Pendahuluan.....	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	32
3.6.3 Uji Normalitas.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	34
3.7.2 Koefisien Korelasi	34
3.7.3 Koefisien Determinasi.....	35
3.8 Kriteria Pengujian Hipotesis	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	37
4.1.1 Jenis Kelamin.....	37
4.1.2 Usia	38
4.1.3 Frekuensi Berbelanja di Toko Putra Snack.....	39
4.2 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	40
4.2.1 Kualitas Pelayanan.....	40
4.2.1.1 Toko terjaga kebersihannya	40
4.2.1.2 Penjaga toko berpenampilan rapih.....	40
4.2.1.3 Sarana fisik toko modern	41

4.2.1.4	Penjaga toko memperhatikan pelanggan dengan baik	42
4.2.1.5	Barang-barang di toko mudah untuk diambil oleh pelanggan	42
4.2.1.6	Penjaga toko memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh.....	43
4.2.1.7	Penjaga toko memberikan pelayanan yang cepat	44
4.2.1.8	Penjaga toko bersedia membantu kesulitan pelanggan dengan cepat	44
4.2.1.9	Penjaga toko bersedia menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	45
4.2.1.10	Toko memberikan pelayanan dengan baik dari awal hingga selesai	46
4.2.1.11	Keakuratan proses pelayanan.....	46
4.2.1.12	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan.....	47
4.2.1.13	Toko Putra Snack merupakan toko yang terpercaya...	48
4.2.1.14	Penjaga toko memiliki kemampuan yang baik	48
4.2.1.15	Keramahan penjaga toko dalam memberikan pelayanan	49
4.2.2	Kepuasan Konsumen.....	49
4.2.2.1	Pelanggan merasa senang berbelanja di toko Putra Snack.....	49
4.2.2.2	Toko Putra Snack telah memenuhi harapan pelanggan .	50

4.2.2.3 Pelanggan percaya bahwa belanja di Putra Snack memberikan pengalaman yang memuaskan	51
4.2.2.4 Secara keseluruhan, pelanggan percaya, Putra Snack menyenangkan hati pelanggan ketika berbelanja.....	52
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas	53
4.4 Uji Normalitas.....	54
4.5 Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	55
4.5.1 Uji Regresi Linier Sederhana.....	55
4.5.2 Pengujian Hipotesis	56
4.5.3 Analisis	57
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	57
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	59
 DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62
RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)	72

DAFTAR TABEL

Tabel I.	Sebaran Jumlah Sentra UMKM Jawa Barat Tahun 2013	2
Tabel II.	Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel III.	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	35
Tabel IV.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel V.	Data Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel VI.	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Toko Putra Snack	39
Tabel VII.	Pernyataan Responden tentang toko terjaga kebersihannya	40
Tabel VIII.	Pernyataan Responden tentang penjaga toko berpenampilan rapih	40
Tabel IX.	Pernyataan Responden tentang sarana fisik toko modern.....	41
Tabel X.	Pernyataan Responden tentang penjaga toko memperhatikan pelanggan dengan baik.....	42
Tabel XI.	Pernyataan Responden tentang barang-barang di toko mudah untuk diambil oleh pelanggan	42
Tabel XII.	Pernyataan Responden tentang penjaga toko memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh	43
Tabel XIII.	Pernyataan Responden tentang penjaga toko memberikan pelayanan yang cepat	44
Tabel XIV.	Pernyataan Responden tentang penjaga toko bersedia membantu kesulitan pelanggan dengan cepat.....	44

Tabel XV.	Pernyataan Responden tentang penjaga toko bersedia menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat Penjaga toko bersedia menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	45
Tabel XVI.	Pernyataan Responden tentang toko memberikan pelayanan dengan baik dari awal hingga selesai	46
Tabel XVII.	Pernyataan Responden tentang keakuratan proses pelayanan	46
Tabel XVIII.	Pernyataan Responden tentang pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan	47
Tabel XIX.	Pernyataan Responden tentang Toko Putra Snack merupakan toko yang terpercaya	48
Tabel XX.	Pernyataan Responden tentang penjaga toko memiliki kemampuan yang baik	48
Tabel XXI.	Pernyataan Responden tentang keramahan penjaga toko dalam memberikan pelayanan	49
Tabel XXII.	Pernyataan Responden tentang pelanggan merasa senang berbelanja di toko Putra Snack.....	50
Tabel XXIII.	Pernyataan Responden tentang Toko Putra Snack telah memenuhi harapan pelanggan.....	50
Tabel XXIV.	Pernyataan Responden tentang pelanggan percaya bahwa belanja di Putra Snack memberikan pengalaman yang memuaskan	51
Tabel XXV.	Pernyataan Responden tentang secara keseluruhan, pelanggan percaya, Putra Snack menyenangkan hati pelanggan ketika berbelanja	52

Tabel XXVI. Hasil Penghitungan Validitas.....	53
Tabel XXVII. Hasil Penghitungan Reliabilitas.....	53
Tabel XXVIII. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	55
Tabel XXIX. <i>Model Summary</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Omset Putra Snack Periode Januari - Juni 2014.....	4
Gambar 2. Konsep Kepuasan Konsumen	14
Gambar 3. Kerangka Teoritis.....	19
Gambar 4. Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 5. Model Penelitian	25
Gambar 6. Uji Normalitas Data	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner.....	62
Lampiran B	Pengisian Kuesioner	66
Lampiran C	Output SPSS.....	70