

ABSTRAKSI

Era globalisasi membawa perkembangan dunia kepada berbagai macam perubahan yang menuntut pada persaingan di dunia bisnis yang semakin lama semakin ketat. Aktivitas masyarakat sehari - hari dirasakan semakin lama semakin padat dan menimbulkan tingkat stress yang cukup tinggi dan terkadang persaingan bisnis yang ketat menimbulkan keterbatasan waktu dalam pemenuhan kebutuhan pangan. Oleh karena itu masyarakat memerlukan tempat sebagai media pelepas stress dan sekaligus sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan pangannya. Maka dari itu pihak “KANTIN ELISA” berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi kebutuhan konsumen, baik produk maupun jasanya agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Untuk menganalisa data hasil penelitian ini digunakan perhitungan korelasi rank Spearman dan diperoleh hasil adanya hubungan yang kuat menuju sempurna $r_s = 0,857$, serta pengujian signifikan dengan tingkat $\alpha = 5\%$ menghasilkan t hitung $(11,55236) > t$ table $(1,66)$. Hal ini berarti adanya hubungan korelasi yang kuat antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di “KANTIN ELISA”. Kontribusi dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui koefisien determinasi (K_d) sebesar 73.4% dan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata-kata kunci : Kualitas Pelayanan , Pelayanan Jasa .

Era of globalization brings the world to a variety of developments that require changes in the competitive business world an increasingly public ketat. Aktivitas day - the day felt more and more dense and cause high levels of stress and sometimes lead to tight business competition in the fulfillment of the limited time pangan. Oleh community needs therefore require a place as a media release stress and also as a place to meet the needs pangannya. Maka than that of the "canteen ELISA" trying to meet all the criteria that a consumer needs, whether products or services in order to provide satisfaction to consumers .

For this study data manganalisa used Spearman rank correlation calculations and obtained the result of a strong relationship towards a perfect $r_s = 0.857$, and significant test with the level of $\alpha = 5\%$ resulted $t_{count} (11.55236) > t_{table} (1.66)$. This means there is a strong correlation between the dimensions of service quality with customer satisfaction at the "canteen ELISA". The contribution of service quality dimensions on customer satisfaction through deteminasi coefficient (Kd) of 73.4% and the remaining 26.6% is influenced by other factors not examined.

Key words: Quality of Service, Service.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.3 Bauran Pemasaran	8
2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran	8
2.3.2 Unsur-unsur / Variabel Bauran Pemasaran	9
2.4 Jasa.....	13
2.4.1 Pengertian Jasa	13
2.4.2 Bauran pemasaran Jasa	14
2.4.3 Klasifikasi Jasa	15
2.4.4 Karakteristik Jasa.....	16
2.4.5 Tingkatan jasa.....	17
2.4.6 Dimensi Jasa	18
2.4.7 Model Konseptual Jasa	19
2.4.8 Strategi Pemasaran Jasa	20
2.4.9 Pemasaran Jasa	22

2.5 Pengertian Kualitas (Mutu)	23
2.5.1 Manfaat Kualitas	23
2.5.2 Perspektif Kualitas	24
2.6 Pelayanan	26
2.6.1 Kualitas Pelayanan	26
2.6.2 Pendekatan Pelayanan Berkualitas	27
2.7 Kualitas Jasa	29
2.7.1 Kesenjangan Dalam Kualitas Jasa	29
2.7.2 Prinsip-prinsip Kualitas Jasa	32
2.7.3 Faktor-faktor Penyebab Kualitas Jasa Buruk	34
2.7.4 Pengukuran Kualitas Jasa	37
2.8 Perilaku Konsumen	39
2.8.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen	40
2.8.2 Tahap-tahap Perilaku Pembelian Konsumen	41
2.9 Kepuasan Pelanggan	44
2.9.1 Pengertian Pelanggan	44
2.9.2 Pengertian Kepuasan	44
2.9.3 Definisi Kepuasan Pelanggan	45
2.9.4 Kepuasan yang diharapkan	46
2.9.5 Metode pengukuran kepuasan pelanggan.....	47
2.9.6 Strategi kepuasan pelanggan.....	50
2.9.7 Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan...	54
2.9.8 Harapan Konsumen	55
2.9.9 Pengukuran kepuasan konsumen.....	57
2.9.10 Objek pengukuran kepuasan konsumen	57
2.9.11 Menarik dan Mempertahankan Pelanggan	59
2.9.12 Kerangka pemikiran dan hipotesis	60

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	66
3.2 Sejarah Perusahaan	66
3.3 Aktivitas Perusahaan	67
3.4 Manajemen Pemasaran	67
3.4.1 Produk Perusahaan	67
3.4.2 Strategi Penetapan Harga Perusahaan	68
3.4.3 Distribusi Produk Perusahaan	69
3.4.4 Promosi Perusahaan	69
3.5 Metodologi Perusahaan	69
3.5.1 Definisi Variabel.....	69
3.5.3 Populasi/ objek penelitian.....	75
3.5.4 Sampel.....	75
3.5.5 Metode Pengumpulan data.....	76
3.5.6 Metode pengolahan data.....	77

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Profil Responden	81
4.1.1 Usia.....	81
4.1.2 Jenis Kelamin	82
4.1.3 Pendidikan Terakhir	82
4.1.4 Pekerjaan.....	83
4.1.5 Penghasilan	84
4.2 Harapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	84
4.2.1 Harapan Terhadap Tangible.....	85
4.2.2 Harapan Terhadap Realibility	87
4.2.3 Harapan Terhadap Responsiveness.....	89
4.2.4 Harapan Terhadap Assurance	90
4.2.5 Harapan Terhadap Empaty	91

4.3 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	95
4.3.1 Tanggapan Terhadap Tangible.....	95
4.3.2 Tanggapan Terhadap Realibility	98
4.3.3 Tanggapan Terhadap Responsiveness.....	99
4.3.4 Tanggapan Terhadap Assurance	101
4.3.5 Tanggapan Terhadap Empaty	102
4.4 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	105
4.4.1 Uji Validitas	105
4.4.2 Uji Reabilitas	106
4.5 Analisis pengaruh kualitas pelayanan	107
4.5.1 Perhitungan koefisien korelasi Rank Spearman	107
4.5.2 Uji Hipotesa	109
4.5.3 Analisis koefisien determinasi.....	111
 BAB V Hasil Penelitian dan Pembahasan	
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	116
RIWAYAT HIDUP.....	142

DAFTAR TABEL

Tabel I Operasional Variabel	70
Tabel II Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel III Responden Jenis Kelamin	82
Tabel IV Responden Pendidikan	82
Tabel V Responden Pekerjaan	83
Tabel VI Responden Penghasilan.....	84
Tabel VII Alternatif Jawaban dan nilai	84
Tabel VIII Kenyamanan dan kebersihan ruangan.....	85
Tabel IX Lokasi strategis.....	85
Tabel X Jumlah tempat duduk yang memadai.....	86
Tabel XI Ketersediaan sarana non operasional.....	86
Tabel XII Karyawan yang ramah	86
Tabel XIII Karyawan yang rapi.....	87
Tabel XIV Kemampuan dan keterampilan karyawan.....	87
Tabel XV Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi.....	88
Tabel XVI Kecepatan dalam menyajikan.....	88
Tabel XVII Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan.....	88
Tabel XVIII Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan.....	89
Tabel XIX Tindakan yang diambil dalam memecahkan masalah.....	89
Tabel XX Kemudahan “KANTIN ELISA” untuk dihubungi.....	90
Tabel XXI Cita rasa produk.....	90
Tabel XXI Kebersihan produk.....	91
Tabel XXIII Perasaan aman pada saat mengkonsumsi produk.....	91
Tabel XXIV Keramahan dan kesopanan karyawan.....	92
Tabel XV Kemampuan dalam memberikan perhatian konsumen..	92
Tabel XVI Kemampuan menjalin hubungan dengan konsumen.....	92
Tabel XVII Kepedulian karyawan dalam menyiapkan tempat.....	93
Tabel XXVIII Rekapitulasi Harapan Terhadap “KANTIN ELISA”.....	94
Tabel XXIX Alternatif Jawaban dan nilai	95
Tabel XXX Kenyamanan dan kebersihan ruangan.....	96

Tabel XXXI Lokasi strategis.....	96
Tabel XXXII Jumlah tempat duduk yang memadai.....	96
Tabel XXXIII Ketersediaan sarana non operasional.....	97
Tabel XXXIV Karyawan yang ramah	97
Tabel XXXV Karyawan yang rapi.....	97
Tabel XXXVI Kemampuan dan keterampilan karyawan.....	98
Tabel XXXV Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi.....	98
Tabel XXXVI Kecepatan dalam menyajikan.....	99
Tabel XXXVII Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan.....	99
Tabel XXXVIII Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan.....	100
Tabel XXXXIX Tindakan yang diambil dalam memecahkan masalah.....	100
Tabel IL Kemudahan “KANTIN ELISA” untuk dihubungi.....	100
Tabel ILI Cita rasa produk.....	101
Tabel ILII Kebersihan produk.....	101
Tabel ILIII Perasaan aman pada saat mengkonsumsi produk.....	102
Tabel ILIV Keramahan dan kesopanan karyawan.....	102
Tabel ILV Kemampuan dalam memberikan perhatian konsumen.. ..	103
Tabel ILVI Kemampuan menjalin hubungan dengan konsumen.....	103
Tabel ILVII Kepedulian karyawan dalam menyiapkan tempat.....	103
Tabel ILVIII Rekapitulasi Harapan Terhadap “KANTIN ELISA”.....	104
Tabel ILIX Uji Validitas.....	105
Tabel L Uji Reliabilitas.....	106
Tabel LI Korelasi Kualitas pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	108
Tabel LII Interpretasi Koefisien korelasi.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Gambar Bauran Pemasaran.....	12
Gambar 2 Tingkatan total produk.....	18
Gambar 3 Model konseptual jasa.....	19
Gambar 4 Tiga jenis pemasaran jasa.....	22
Gambar 5 Model mutu jasa.....	32
Gambar 6 Perincian Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku...	41
Gambar 7 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	42
Gambar 8 Kerangka Pemikiran.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	116
Lampiran 2 Uji Validitas.....	122
Lampiran 3 Uji Reabilitas.....	132