

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh toserba X dalam mempengaruhi kepuasan dari para konsumen. Dari tahun ke tahun pertumbuhan penduduk mengalami peningkatan yang semakin pesat. Pertumbuhan penduduk yang pesat ini juga diikuti dengan kemajuan IPTEK. Kedua hal ini mengakibatkan terjadinya perubahan yang mencolok dalam gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Sekarang ini masyarakat yang ada lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya di pasar modern dengan segala fasilitas yang lengkap dan bukan lagi di pasar tradisional yang becek.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survey yang berguna untuk memperoleh informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis yang memaparkan secara terstruktur dan akurat mengenai fakta, sifat, serta korelasi antara variabel yang diselidiki. Sedangkan sifat penelitiannya adalah verikatif, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran dari hipotesis.

Hipotesis yang diambil dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toserba "X". Hipotesis tersebut diuji dengan mengolah data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sejumlah konsumen yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 50 orang yang dianggap dapat mewakili populasi yang datang ke Toserba "X". Dalam penelitian ini juga digunakan analisis kuantitatif yang dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik koefisien rank Spearman untuk menguji hipotesis.

Dari hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat menuju sempurna antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan kepuasan yang dirasakan konsumen di Toserba "X" yang ditunjukkan dengan nilai r_s sebesar 0,76 serta perhitungan uji signifikan dengan alfa sebesar 5% , menghasilkan $t_{hitung} (8,101) > t_{tabel} (1,678)$, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan antara pelayanan yang diberikan oleh Toserba "X" terhadap kepuasan konsumen sebesar 57,76% sedangkan sisanya sebesar 42,24% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara umum pelayanan yang diberikan Toserba "X" cukup memuaskan, walaupun masih terdapat atribut pelayanan yang dinilai masih kurang baik. Sehingga perusahaan harus berusaha memperbaikinya agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan konsumen dan perusahaan juga harus dapat mempertahankan pelayanan yang telah dianggap memuaskan, sehingga perusahaan dapat menanamkan citra baiknya dalam benak konsumen, sehingga diharapkan konsumen mau melakukan pembelian ulang.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	8
1.6.1 Metode yang Digunakan.....	8
1.6.2 Jenis dan Sumber Data.....	8
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....	9
1.6.4 Metode Pengumpulan Data.....	10
1.6.5 Teknik Pengolahan dan Analisa Data.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran.....	19
2.2 Bauran Pemasaran.....	20
2.3 Pengertian Jasa	22
2.3.1 Karakteristik Jasa.....	22
2.3.2 Pengertian Kualitas Jasa.....	24
2.3.3 Dimensi Kualitas Jasa	25
2.4 Pengertian Kualitas dan Kualitas Pelayanan.....	28

2.4.1 Pengertian Kualitas.....	28
2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	29
2.5 Konsep Kepuasan Konsumen.....	30
2.6 Pentingnya Kepuasan Konsumen.....	33
2.6.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	36
2.6.2 Strategi Kepuasan Konsumen.....	37
2.7 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen....	39
 BAB III OBJEK PENELITIAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	42
3.2 Struktur Organisasi.....	45
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	53
4.2 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Toserba X.....	56
4.3 Analisis Harapan Konsumen Terhadap Pelayanan yang Diberikan.....	64
4.4 Hubungan Kualitas Pelayanan yang Diberikan dengan Kepuasan Konsumen.....	69
 Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Operasional Variabel.....	15
Tabel 4.1.1	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	53
Tabel 4.1.2	Responden berdasarkan usia.....	54
Tabel 4.1.3	Responden berdasarkan status pekerjaan.....	55
Tabel 4.1.4	Responden berdasarkan pendapatan perbulan.....	55
Tabel 4.2	Bobot penilaian terhadap Kualitas Layanan.....	56
Tabel 4.2.1	Tanggapan Responden terhadap dimensi Reliability.....	57
Tabel 4.2.2	Tanggapan Responden terhadap dimensi Responsiveness.....	58
Tabel 4.2.3	Tanggapan Responden terhadap dimensi Assurance.....	60
Tabel 4.2.4	Tanggapan Responden terhadap dimensi Emphaty.....	61
Tabel 4.2.5	Tanggapan Responden terhadap dimensi Tangible.....	63
Tabel 4.3	Bobot penilaian terhadap Kepuasan konsumen.....	64
Tabel 4.3.1	Kepuasan Konsumen terhadap dimensi Reliability.....	65
Tabel 4.3.2	Kepuasan Konsumen terhadap dimensi Responsiveness.....	66
Tabel 4.3.3	Kepuasan Konsumen terhadap dimensi Assurance.....	67
Tabel 4.3.4	Kepuasan Konsumen terhadap dimensi Emphaty.....	68
Tabel 4.3.5	Kepuasan Konsumen terhadap dimensi Tangible.....	69
Tabel 4.4.1	Perbandingan Korelasi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
Tabel 4.4.2	Angka Kembar X.....	72
Tabel 4.4.3	Angka Kembar Y.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	41
Gambar 3.2	Struktur Organisasi.....	45
Gambar 4.1	Distribusi normal.....	75