

## ABSTRAK

Perekonomian dewasa ini selalu dibayangi - bayangi oleh adanya resesi dan ke tidak pastian yang mana telah menyebabkan kondisi pasar terus berubah dengan perubahan yang luar biasa. Hampir di seluruh dunia terjadi perubahan fundamental bukan saja dibidang perekonomian tetapi dalam bidang politik dan bidang lainnya. Pada waktu yang sama perubahan sosial politik juga terjadi di Indonesia, dan hal ini membawa dampak bagi persaingan antar perusahaan di Indonesia. Untuk menghadapi persaingan dalam bisnis yang semakin ketat ini, perusahaan harus dapat meningkatkan pengelolaan sumber daya yang dimiliki serta dapat melihat berbagai kesempatan yang ada agar dapat mengatasi persaingan yang dihadapi. Perusahaan berusaha memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan dalam memasarkan produknya sesuai keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sebaik - baiknya kepada pelanggan di mana perusahaan akan memperoleh keuntungan melalui upaya menciptakan dan Mempertahankan kepuasan pelanggan tersebut. Adapun penelitian ini dilakukan di Perusahaan Roti "X" di mana perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi serta menjual berbagai macam roti di Tasikmalaya sejak tahun 1998, sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara mutu pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Roti "X" dengan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif verikatif dengan pendekatan survei ke lokasi penelitian yaitu pada Perusahaan Roti "X" Tasikmalaya. Pecarian data yakni dengan cara membagikan kuesioner, dengan sampel sebanyak 75 orang yang datang mengunjungi Toko Roti "X". Setelah mendapatkan data yang berupa angka dari kuesioner yang dibagikan, langkah berikutnya yakni dengan membuat uji hipotesisnya. Kemudian menentukan alat ujinya yakni dengan menggunakan perhitungan statistik yang di oleh dengan program SPSS versi 14.

Hasil perhitungan statistik mengenai koefisien korelasi dengan menggunakan Rank Spearman menunjukkan adanya korelasi yang lemah / tidak ada korelasi antara mutu pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0.197, sedangkan untuk nilai t hitung 1.7168 dan t tabel 1.9930, dimana hal ini dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan / tidak ada korelasi antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Roti "X" dengan kepuasan pelanggan.

# DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	Vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix

## BAB I : PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah	3
1.3	Maksud Dan Tujuan Penelitian	3
1.4	Kegunaan Penelitian	4
1.5	Kerangka Penelitian dan Hipotesis	5
1.5.1	Kerangka Pemikiran	5
1.5.2	Hipotesis	10
1.6	Metode Penelitian	10
1.6.1	Metode Penelitian Yang DiGunakan	10
1.6.2	Jenis Dan Sifat Penelitian	11
1.6.3	Teknik Pengumpulan Data	11
1.6.4	Sumber Data	12
1.6.5	Metode Pengambilan Sampel	12
1.6.6	Teknik Pengolahan Dan Analisa Data	12
1.6.7	Variabel Oprasional	18

1.7	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	21
1.7.1	Lokasi Penelitian	21
1.7.2	Waktu Penelitian	21
1.8	Sistematik Pembahasan	21

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Konsep Jasa	23
2.1.1	Pengertian Jasa	23
2.1.2	Kategori Bauran Jasa	23
2.1.3	Karakteristik Jasa	24
2.1.4	Klasifikasi Jasa	27
2.1.5	Strategi pemasaran jasa	34
2.2	Kualitas	37
2.2.1	Pengertian Kualitas	37
2.2.2	Kualitas Jasa	38
2.3	Kepuasan Konsumen / Pelanggan	47
2.3.1	Pengertian Kepuasan Konsumen / Pelangan	47
2.3.2	Konsep Kepuasan Konsumen / Pelangan	49
2.3.3	Pentingnya Kepuasan Konsumen / Pelanggan	51
2.3.4	Mengukur Kepuasan Konsumen / Pelanggan	52
2.3.5	Manfaat Mengukur Kepuasan Konsumen / Pelanggan	58
2.3.6	Stategi Kepuasan Konsumen / Pelanggan	59
2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	63

### BAB III : OBJEK PENELITIAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	65
3.2	Ruang Lingkup Usaha	66
3.3	Produk Yang Ditawarkan	66
3.4	Struktur Organisasi	68
3.5	Daerah Pemasaran	74

### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Responden	75
	Analisis Tanggapan Terhadap Kualitas Pelayanan dan	
4.2	Kepuasan	79
4.3	Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan	88

### BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	91

### DAFTAR PUSTAKA

### RIWAYAT HIDUP

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

TABEL		HALAMAN
1.1	Skala Penilaian Jawaban Angket	13
1.2	Batas - Batas Korelasi Menurut Champion	16
1.3	Operasional Variabel Kualitas Pelayanan	19
1.4	Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan	20
3.1	Daftar Produk Dan Harga	67
4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	76
4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
4.4	Profil Responden Berdasarkan Frekwensi Kedatangan	77
	Profil Responden Berdasarkan Wilayah Tempat	
4.5	Tinggal	77
4.6	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
4.7	Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan	78
4.8	Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi	79
4.9	Kualitas Pelayanan <i>Tangible</i> / berwujud	80
4.10	Kepuasan Konsumen	86
4.15	Output SPSS	88

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR		HALAMAN
1.1	Bagan Kerangka Pemikiran	5
2.1	Empat Karakteristik Jasa	27
2.2	Jasa Berdasarkan Sifat Tindakan Jasa	30
2.3	Jasa Berdasarkan Hubungan Dengan Pelanggan	31
	Jasa Berdasarkan Tingkat <i>Customization</i> dan	
2.4	<i>Judgment</i> Dalam Penyampaian jasa	32
2.5	Jasa Berdasarkan Sifat Permintaan Dan Penawaran	33
2.6	Jasa Berdasarkan Metode Penyampaian Jasa	34
2.7	Jasa Pemasaran Dalam Industri Jasa	35
2.8	Model Kualitas Jasa (GAP Model)	44
2.9	Siklus Kepuasan Pelanggan	48
2.10	Konsep Kepuasan Pelanggan	50
2.11	Proses Penanganan Keluhan Secara Efektif	62
3.2	Struktur Organisasi	69

# DAFTAR LAMPIRAN

## LAMPIRAN

- 1 Kuesioner
- 2 Data Yang Sudah Diolah
- 3 Tabel Kualitas Pelayanan
- 4 Tabel kepuasan Konsumen
- 5 Tabel t