

## ABSTRAKSI

Semakin ketatnya persaingan antara perusahaan jasa dewasa ini menuntut setiap perusahaan jasa harus dapat mengembangkan strategi pemasaran yang baik, seperti menentukan kebijakan penciptaan mutu pelayanan karena mutu pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Adapun tujuan setiap perusahaan adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan yang memungkinkan perusahaan untuk dapat terus beroperasi dan dapat menjamin mutu pelayanan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memberikan mutu pelayanan yang baik kepada para pelanggannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana pelaksanaan kualitas jasa, tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa makloon, dan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen. Pada kesempatan kali ini penulis mencoba untuk melihat hubungan antara kualitas pelayanan jasa makloon terhadap kepuasan konsumen, khususnya pada perusahaan VICTORY MITRA LESTARI yang berlokasi di Ruko Kopo Plaza Blok F-9A, Bandung.

Untuk menghitung besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan jasa makloon dengan kepuasan konsumen digunakan alat bantu berupa kuesioner, yang perhitungan selanjutnya menggunakan rumus dari koefisien korelasi Rank Spearman. Setelah perhitungan diperoleh hasil korelasi  $r = 0,303$ , yang berarti terdapat korelasi yang cukup lemah antara kualitas pelayanan makloon dengan kepuasan konsumen.

Setelah mengetahui hasil korelasi antara kualitas pelayanan makloon dengan kepuasan konsumen, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesa, dengan menggunakan uji tabel t. Untuk menentukan hipotesa, maka terlebih dahulu menghitung t hitung dengan menggunakan rumus statistik, lalu dibandingkan dengan t tabel. Hasil yang didapat adalah  $t \text{ hitung} = 1,71$  dan  $t \text{ tabel} = 1,311$ . Maka  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya ada pengaruh antara variabel x (kualitas pelayanan jasa makloon) dengan variabel y (kepuasan konsumen). Kontribusi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dapat dihitung juga dengan menggunakan rumus koefisien determinasi, didapat  $K_d = 9,1809\%$ .

Kesimpulannya adalah ternyata kepuasan pelanggan di suatu perusahaan jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan jasa yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu maka perusahaan VICTORY MITRA LESTARI harus dapat mempertahankan dan bahkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada dan melengkapi kualitas lainnya yang masih dianggap kurang memuaskan pelanggan.

## DAFTAR ISI

ABSTRAKSI .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.5 Rerangka Pemikiran .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2.2 Bauran Pemasaran .....	15
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran .....	15
2.2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran .....	16
2.3 Jasa .....	21
2.3.1 Pengertian Jasa .....	21
2.3.2 Karakteristik Jasa .....	23
2.3.3 Penawaran Jasa .....	24
2.3.4 Klasifikasi Jasa .....	25
2.3.5 Dimensi Kualitas Jasa .....	26
2.3.6 Strategi Pemasaran Jasa .....	27

2.4	Kualitas .....	29
2.4.1	Pengertian Kualitas .....	29
2.4.2	Pengertian Kualitas Pelayanan .....	30
2.4.3	Kualitas yang dikehendaki Konsumen .....	31
2.4.2	Kualitas yang diberikan perusahaan kepada konsumen .....	32
2.4.5	Kualitas yang Terjadi Pada Bisnis .....	32
2.5	Kepuasan Pelanggan .....	33
2.5.1	Pengertian Kepuasan .....	33
2.5.2	Pengertian Kepuasan Konsumen .....	34
2.5.3	Ruang Lingkup Kepuasan Konsumen .....	35
2.5.4	Strategi Kepuasan Konsumen .....	37
2.6	Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	39
<b>BAB III</b>	<b>OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1	Objek Penelitian .....	40
3.2	Sejarah Perusahaan .....	40
3.3	Struktur Organisasi Perusahaan .....	41
3.5	Metode Penelitian .....	45
3.5.1	Jenis dan Sumber Data .....	46
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.5.3	Operasional Variabel .....	47
3.5.4	Teknik Pengambilan Sampel .....	48
3.5.5	Teknik Analisis Data .....	48
3.6	Lokasi Perusahaan .....	51
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1	Kebijakan Mutu Pelayan Pada Perusahaan VICTORY MITRA LESTARI .....	52
4.2	Tujuan Pelaksanaan Mutu Pelayanan Pada Perusahaan VICTORY MITRA LESTARI .....	53
4.3	Profil Responden .....	54
4.4	Analisis Tanggapan Responden (pelanggan) Terhadap Kualitas Pelayanan Makloon Jahit .....	57
4.5	Analisis Kepuasan responden (pelanggan) Terhadap Kualitas Pelayanan Makloon Jahit .....	67

4.6	Analisis Pengaruh Mutu Pelayanan Makloon Jahit Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan VICTORY MITRA LESTARI .....	70
4.6.1	Korelasi Rank Spearman .....	71
4.6.2	Koefisien Determinasi .....	73
4.7	Pengujian Hipotesis .....	74
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	76
5.1	Kesimpulan .....	76
5.2	Saran .....	77
	DAFTAR PUSTAKA .....	78