

## ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini sangat kompetitif, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Salah satu cara perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Banyak perusahaan yang menggunakan strategi pelayanan untuk memenangkan persaingan, terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa/pelayanan, seperti perusahaan eceran (*store retailing*). Perusahaan eceran merupakan perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Oleh sebab itu maka perusahaan harus dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah diperolehnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar kualitas pelayanan yang diberikan PT. X, mengukur tingkat kepuasan konsumen pada PT. X, dan mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. X.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dan dengan teknik pengumpulan data. Untuk teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung ke perusahaan, wawancara, penyebaran kuesioner serta studi kepustakaan. Sifat dari penelitian ini adalah verifikatif, yang bertujuan untuk menguji suatu hipotesa, di mana kualitas pelayanan sebagai variabel *independen* dan kepuasan konsumen sebagai variabel *dependen*. Hasil penelitian dianalisa dan dipertimbangkan dengan teori yang ada.

Dengan menggunakan penelitian deskriptif analisis dan teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*, maka penulis menetapkan sebanyak 140 orang yang adalah konsumen PT.X sebagai responden.

Analisa dilakukan dengan menghitung hasil dari kuesioner responden dengan menggunakan *software* SPSS. Perhitungan yang dilakukan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji signifikan, dan uji regresi linear.

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian ini yaitu penolakan  $H_0$ , yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Lembar Pengesahan</b>	
<b>Abstrak</b> .....	<b>i</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>ii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>v</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>viii</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Hipotesis.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran dan Bauran Pemasaran Jasa...	11
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa.....	12
2.3 Konsep Jasa.....	14
2.3.1 Pengertian Jasa.....	14
2.3.2 Kategori-kategori Bauran Tawaran Jasa.....	15
2.3.3 Karakteristik Jasa.....	16
2.3.4 Dimensi Kualitas Jasa.....	17
2.3.5 Segitiga Pemasaran Jasa.....	18
2.4 Strategi Pemasaran Jasa.....	20
2.4.1 Melakukan Diferensiasi Kompetitif.....	20
2.4.2 Mengelola Mutu Jasa.....	21

2.4.3 Mengelola Produktivitas.....	23
2.5 Pengertian Kualitas dan Kualitas Pelayanan.....	24
2.6 Kepuasan Konsumen.....	24
2.6.1 Konsep Kepuasan Konsumen.....	25
2.6.2 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	26
2.7 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	27

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	29
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	29
3.1.1.1 Era Generasi Pertama (I).....	29
3.1.1.2 Era Generasi Kedua (II).....	30
3.1.1.3 Era Generasi Ketiga (III).....	30
3.1.2 Struktur Organisasi.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.2.1 Desain Penelitian.....	40
3.2.2 Operasional Variabel.....	41
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.2.3.1 Data Primer.....	46
3.2.3.2 Data Sekunder.....	46
3.2.4 Metode Penarikan Sampel.....	46
3.2.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	47
3.2.6 Metode Analisis Data.....	48
3.2.7 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	49

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Responden.....	50
4.1.1 Jenis Kelamin.....	50
4.1.2 Usia.....	51
4.1.3 Pekerjaan.....	51

4.1.4 Sumber Informasi PT. X.....	52
4.2 Pembahasan.....	53
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
4.2.1.1 Hasil Pengujian Validitas.....	53
4.2.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	54
4.2.2 Analisis Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen.....	55
4.2.3 Uji Signifikan.....	57
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

### **TABEL OPERASIONAL**

Tabel 3.1 Variabel X.....	42
Tabel 3.2 Variabel Y.....	44

### **TABEL PROFIL RESPONDEN**

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.2 Usia Responden.....	51
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4.4 Sumber Informasi Responden Terhadap PT. X.....	52

### **TABEL PEMBAHASAN**

Tabel 4.5 Hasil Analisis Faktor.....	53
Tabel 4.6 Hasil Analisis Reliabilitas.....	54
Tabel 4.7 Model Summary(b).....	55
Tabel 4.8 Anova.....	56

### **DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1 Kualitas Pelayanan yang Dirasakan.....	8
Gambar 2.1 Segitiga Pemasaran Jasa.....	19
Gambar 2.2 Model Mutu Jasa.....	21
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	32