

ABSTRAK

Persaingan di dunia usaha semakin ketat, hal ini mengharuskan setiap perusahaan harus lebih peka peluang yang ada agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Pada dasarnya jasa atau service mengandung unsur-unsur penting dari suatu produk yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan peralihan kepemilikan barang.

Sebuah perusahaan haruslah dapat memenuhi keinginan dan keinginan konsumen. Untuk itu maka perusahaan harus mampu menerapkan sistem pemasaran yang baik, salah satunya dalam hal kualitas pelayanan yaitu dengan cara mengoptimalkan Sumber Daya Manusia yang dimiliki, maka diharapkan kepuasan konsumen atau pelanggan dapat tercapai.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pelayanan-pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan dan bagaimana tanggapan konsumen atau pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramuniaga yang diberikan oleh perusahaan tersebut, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan pramuniaga terhadap kepuasan pelanggan Ching-Ching Fashion.

Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Pramuniaga terhadap kepuasan pelanggan Ching-Ching Fashion maka dilakukan pengumpulan data dengan melakukan penelitian lapangan, wawancara, dan penyebaran kuesioner.

Dari hasil penelitian dan pengolahan data dengan menggunakan perhitungan Korelasi Rank Spearman, diketahui bahwa terdapat Korelasi yang cukup kuat antara kualitas pelayanan pramuniaga dengan kepuasan pelanggan. Hal ini ditujukan dengan nilai r_s sebesar 0,60 serta uji signifikansi dengan tingkat $\alpha = 5\%$ menghasilkan $t_{hitung} (5,1961) > t_{tabel} (1,6772)$. Yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga

dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan atau korelasi yang cukup kuat antara kualitas pelayanan pramuniaga dengan kepuasan pelanggan Ching-Ching Fashion.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi yang digunakan, diperoleh angka sebesar 36 %, hal ini berarti ada hubungan antara kualitas pelayanan pramuniaga dengan kepuasaan pelanggan dan sisanya 64 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 : 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 Hipotesa.....	9
1.7 Sistematika Pembahasan.....	10
1.8 Lokasi Penelitian.....	11
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	
1.1. Pengertian Pemasaran.....	12
1.2. Pengertian Pemasaran Jasa.....	13
1.3. Pengertian Jasa.....	15
2.3.1 Bauran Jasa.....	16
2.3.2 Klasifikasi Jasa.....	18

2.3.2 Karakteristik Jasa.....	19
2.4 Pengertian Produk.....	20
2.4.1 Karakteristik Produk.....	20
2.5 Pengertian Pramuniaga.....	21
2.6 Pengertian Kualitas	26
2.7 Pengertian Perilaku Konsumen.....	27
2.8 Kepuasan Pelanggan.....	27
2.9 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	32

BAB 3 OBJEK dan METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Operasional Variabel.....	36
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	40
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	41
3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	42
3.9 Teknik Pembuatan Skala.....	44

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Perusahaan.....	46
4.2 Struktur Organisasi.....	47
4.3 Visi Dan Misi Ching-Ching Fashion.....	49
4.4 Pelayanan yang Dilakukan Ching-Ching Fashion.....	50

4.5 Karakteristik Pelanggan.....	53
4.6 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Yang diharapkan.....	57
4.7 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan dirasakan.....	67
4.8 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ching-Ching Fashion.....	75
4.8.1 Perhitungan Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	75
4.8.2 Uji Signifikansi Student t.....	81
4.8.3 Analisa Koefisien Determinasi.....	83

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Tabel 4.5.1 Data Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.5.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4.5.3 Data Responden Berdasarkan Besarnya Pendapatan

Tabel 4.5.4 Data Responden Berdasarkan Info keberadaan Toko

Tabel 4.6.1 Skor Pertanyaan Responden Mengenai Pelayanan Pramuniaga

Tabel 4.6.2 Tanggapan Responden Terhadap Sambutan Pramuniaga

Tabel 4.6.3 Tanggapan Responden Terhadap Keramahan Pramuniaga

Tabel 4.6.4 Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Pelayanan Pramuniaga

Tabel 4.6.5 Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Pelayanan Pramuniaga

Tabel 4.6.6 Tanggapan Responden Mengenai Ketelitian Pada Saat Penyerahan Barang

Tabel 4.6.7 Tanggapan Responden Mengenai Kesabaran Pramuniaga Dalam Melayani

Tabel 4.6.8 Tanggapan Mengenai Ketanggapan Pramuniaga Terhadap Permintaan

Responden

Tabel 4.6.9 Tanggapan Mengenai Sikap Pramuniaga Terhadap Keluhan Responden

Tabel 4.6.10 Tanggapan Mengenai Komunikasi Pelanggan Dengan Pramuniga

Tabel 4.6.10 Tanggapan Mengenai Pengetahuan Pramuniga Mengenai Produk

Tabel 4.7.1 Skor Pernyataan Responden Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.7.2 Tanggapan Responden Untuk kembali Berbelanja Di Ching-Ching Fashion

Tabel 4.7.3 Tanggapan Responden Untuk Menjadi Pelanggan Ching-Ching Fashion

Tabel 4.7.4 Tanggapan Responden Untuk Kurang Memperhatikan Produk Pesaing

Tabel 4.7.5 Tanggapan Responden Untuk Memberikan Saran atau Kritik Yang Sifatnya
Membangun Bagi Ching-Ching Fashion

Tabel 4.7.6 Tanggapan Responden Untuk Menceritakan Pengalamannya Setelah
Menggunakan Jasa Pelayanan Toko

Tabel 4.7.7 Tanggapan Responden Mengenai Keinginan untuk Mengajak keluarga atau
teman ataupun kerabatnya Untuk mengunjungi dan berbelanja di
Ching-Ching Fashion

Tabel 4.7.8 Tanggapan Responden untuk mempengaruhi Orang lain supaya menjadi
pelanggan di Ching-Ching Fashion

Tabel 4.8.2 Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan

Tabel 4.8.3 Angka Kembar Varibel X

Tabel 4.8.4 Angka Kembar Varibel Y

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ching-Ching Fashion

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Pengisian Kuesioner

Lampiran 2 : Karakteristik Pelanggan

Lampiran 3 : Pertanyaan Kuesioner Variabel X

Lampiran 4 : Pertanyaan Kuesioner Variabel Y

Lampiran 5 : Jawaban Kuesioner Variabel X

Lampiran 6 : Jawaban Kuesioner Variabel Y

Lampiran 7 : Surat Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi

Lampiran 8 : Tabel t

Lampiran 9 : Surat Pernyataan

Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup