

ABSTRAKSI

Dengan semakin ketatnya persaingan antara perusahaan jasa dewasa ini, setiap perusahaan jasa dituntut harus dapat mengembangkan suatu strategi pemasaran yang baik, yaitu memberikan kualitas pelayanan jasa yang baik sehingga dapat memuaskan para pelanggannya.

PT Duta Warna selaku perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang percetakan juga tidak terlepas dari persaingan yang semakin ketat ini. Untuk dapat memenangkan persaingan maka PT Duta Warna harus dapat meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanannya sebaik mungkin agar dapat melebihi harapan dari para pelanggannya, sehingga mereka terpuaskan dan memutuskan untuk memakai jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia.

Menurut Philip Kotler : Konsumen bisnis akan mengalami langkah-langkah sebelum konsumen tersebut menyatakan untuk membeli produk tersebut, diantaranya Pengenalan Masalah (*Problem recognition*), Perumusan Kebutuhan Umum (*General need description*), Spesifikasi Produk (*Product Specification*), Pencarian Pemasok (*Supplier Research*), Permintaan Pengajuan proposal (*Proposal Solicitation*), Pemilihan Pemasok (*Supplier Selection*), Spesifikasi Rutinitas Pesanan (*Order Routen Specification*), dan Penilaian Kinerja (*Performance Review*). Kotler juga mengemukakan bahwa, kepuasan pelanggan terletak dalam hubungan antara harapan (*Expectations*) dengan Kinerja (*Perceived Performance*). Kinerja dalam hal ini adalah kualitas pelayanan jasa dari suatu perusahaan.

Menurut Lovelock dalam Service Marketing ada 5 (lima) prinsip dasar yang digunakan oleh konsumen dalam menilai suatu kualitas pelayanan, yaitu, Bukti Langsung (*Tangible*), Keandalan (*Reability*), Jaminan (*Assurance*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), dan Empati (*Empaty*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana pelaksanaan kualitas jasa dari PT Duta Warna, tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa tadi dan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pembelian konsumen bisnis.

Penelitian ini merupakan penelitian untuk studi kasus yang bersifat pengujian teori, yaitu peningkatan kualitas pelayanan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan penyebaran kuesioner kepada 50 orang pelanggan dari PT Duta Warna ini. Adapun variabel yang digunakan mempunyai skala ordinal, sehingga digunakan analisa statistic non parametric dengan menggunakan korelasi rank Spearman, Koefisien Determinasi, dan uji hipotesa t *student*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa korelasi Rank Spearman, diperoleh hasil yaitu $r_s = 0,270$ yang berarti terdapat korelasi yang lemah antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian pelanggan. Sementara dari koefisien deterrminasi diperoleh 7,29% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan 92,71% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan hipotesa awal yang diangkat yaitu ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan keputusan pembelian dapat diterima. Setelah dianalisa oleh uji t *student* hasilnya t hitung (1,943) > t tabel (1,676).

Kesimpulannya adalah ternyata keputusan pembelian pelanggan di suatu perusahaan jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan jasa yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu maka PT Duta Warna harus mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada, dan melengkapi kualitas lain yang dirasakan masih kurang.

DAFTAR ISI

Abstraksi	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Kerangka Pemikiran	7
1.7 Hipotesa Penelitian	14
1.8 Sistematika Pembahasan	14
Bab II Tinjauan Pustaka	15
2.1 Pemasaran	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa	16
2.1.3 Elemen-elemen Bauran Pemasaran	16
2.2 Jasa	20
2.2.1 Pengertian Jasa	20
2.2.2 Karakteristik Jasa	21
2.2.3 Penawaran Jasa	23
2.2.4 Klasifikasi Jasa	24
2.2.5 Unsur-Unsur Jasa	25

2.3	Pemasaran Jasa	27
2.3.1	Pengertian Pemasaran Jasa	27
2.3.2	Strategi Pemasaran Jasa	28
2.3.3	Perbedaan Pemasaran Jasa dengan Pemasaran Produk	30
2.3.4	Melakukan Diferensiasi Kompetitif	31
2.4	Kualitas	32
2.4.1	Pengertian Kualitas	32
2.4.2	Kualitas Pelayanan	34
2.4.3	Indikator Pelayanan	38
2.4.4	Mengelola Produktifitas Jasa	39
2.5	Konsep Kepuasan Pelanggan	40
2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	40
2.5.2	Model atau Konsep Kepuasan Pelanggan	43
2.5.3	Konsep kepuasan dan Keinginan Membeli Konsumen	45
2.5.4	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	48
2.5.5	Strategi Kepuasan Pelanggan	50
2.5.6	Ketidakpuasan Pelanggan dan Cara Menanganinya	51
2.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
2.6.1	Kualitas Pelayanan dari perspektif TQM (Total Quality Management)	55

2.7	Pembelian Bisnis	57
2.7.1	Pengertian Pembelian Bisnis	57
2.7.2	Ciri-ciri Pasar Bisnis	57
2.7.3	Pusat Pembelian	60
2.7.4	Pengaruh utama dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Bisnis	61
2.7.5	Tahap-tahap dalam Proses Pembelian Konsumen Bisnis	65
Bab III Metode Penelitian		
3.1	Definisi Variabel	68
3.2	Operasional Variabel	69
3.3	Jenis dan Sumber Data	73
3.4	Teknik Pengumpulan Data	73
3.5	Metode Pengambilan Sampel	75
3.6	Teknik Pengolahan Data	76
3.7	Metode Analisis Data	76
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan		78
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	78
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	78
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	79
4.1.3	Kegiatan Usaha di PT Duta Warna	80
4.2	Deskripsi Pembahasan	82

4.2.1 Analisis Profil Responden	83
4.2.2 Analisis Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa cetak di PT Duta Warna Di Bandung	85
4.2.3 Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis terhadap Kualitas Jasa cetak di PT Duta Warna Di Bandung	97
4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Cetak terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis pada PT Duta Warna di Bandung	111
 BAB V. Kesimpulan dan Saran	 117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	128
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

Daftar Gambar

Gambar 1.1	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
Gambar 1.2	Bagan Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2.1	Gambar Bauran Pemasaran	20
Gambar 2.2	3 Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa	29
Gambar 2.3	Model Kualitas Jas (Gap Model)	37
Gambar 2.4	Konsep Kepuasan Pelanggan	45
Gambar 2.5	Gambar Kognisi yang mendahului dan Kosekuensi Dari Kepuasan	47
Gambar 2.6	Proses Penanganan Keluhan Yang Efektif	54
Gambar 2.7	Kepuasan Pelanggan dari Perspektif TQM	56
Gambar 2.5	Tahap-Tahap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis	67
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Duta Warna	80

Daftar Tabel

Tabel 3.1	Operasional Variabel	70
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	84
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Pengalaman Responden Dalam Menggunakan Jasa Cetak di PT Duta Warna	85
Tabel 4.5	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Fisik (<i>tangible</i>)	86
Tabel 4.5.1	Tanggapan Responden mengenai Teknologi yang dimiliki Perusahaan	86
Tabel 4.5.2	Tanggapan Responden mengenai Kelengkapan Fasilitas Pelayanan PT. Duta Warna	87
Tabel 4.5.3	Tanggapan Responden mengenai Hasil Komponen Warna Hasil Cetak	87
Tabel 4.5.4	Tanggapan Responden mengenai Keaslian Warna Hasil Cetak	88
Tabel 4.6	Tanggapan Responden mengenai Keandalan (<i>reliability</i>)	88
Tabel 4.6.1	Tanggapan Responden mengenai Kemudahan Prosedur dalam Melakukan Pesanan	88
Tabel 4.6.2	Tanggapan Responden mengenai Kemudahan Pengajuan Klaim	89
Tabel 4.6.3	Tanggapan Responden mengenai Kemudahan Proses Pembayaran	89
Tabel 4.6.4	Tanggapan Responden mengenai Ketepatan Waktu Penyelesaian Pesanan	90

Tabel 4.7	Tanggapan Responden mengenai Daya Tanggap	90
Tabel 4.7.1	Tanggapan Responden mengenai Ketepatan waktu Pengiriman Pesanan	90
Tabel 4.7.2	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Proses Penyelesaian Klaim	91
Tabel 4.7.2	Tanggapan Responden mengenai Baik Tidaknya Respon Karyawan PT Duta Warna terhadap Pelanggan	91
Tabel 4.7.4	Tanggapan Responden Mengenai Baik Tidaknya Respon Karyawan PT Duta Warna dalam menghadapi masalah	92
Tabel 4.8	Tanggapan Responden mengenai Jaminan (<i>assurance</i>)	92
Tabel 4.8.1	Tanggapan Responden mengenai Ketelitian PT Duta Warna dalam Menerima Pesanan	92
Tabel 4.8.2	Tanggapan Responden mengenai Kejelasan Informasi Yang diberikan karyawan PT Duta Warna	93
Tabel 4.8.3	Tanggapan Responden mengenai Trampil atau tidaknya Karyawan PT Duta Warna dalam Melayani Pelanggan	94
Tabel 4.8.4	Tanggapan Responden mengenai Jaminan Potongan Ongkos Terhadap Produk Cacat yang dilakukan PT.Duta Warna	94
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Empati (<i>empaty</i>)	95
Tabel 4.9.1	Tanggapan Responden Mengenai Jaminan Keamanan Dan Hak Cipta yang diberikan Oleh PT Duta Warna	95
Tabel 4.9.2	Tanggapan Responden Mengenai Kesabaran dan Sikap Ramah Karyawan PT Duta Warna dalam melayani Pelanggan	96

Tabel 4.9.3	Tanggapan Responden Mengenai Kesiapan Karyawan PT Duta Warna dalam Memberikan Informasi yang Dibutuhkan Oleh Pelanggan	96
Tabel 4.9.4	Tanggapan Responden Mengenai Perhatian Karyawan PT Duta Warna Terhadap kebutuhan Pelanggan	97
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Pengenalan Masalah	98
Tabel 4.10.1	Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan yang Selalu Memberikan Informasi lewat Iklan Tentang Fasilitas yang Ditawarkan	98
Tabel 4.10.2	Tanggapan Responden Mengenai Perbandingan Harga Yang Diberikan PT Duta Warna dengan Perusahaan lain	99
Tabel 4.10.3	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas dan Mutu yang Diberikan PT Duta Warna	100
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Perumusan Kebutuhan Umum (<i>General need description</i>)	100
Tabel 4.11.1	Tanggapan Responden Mengenai Keandalan Hasil Cetak	100
Tabel 4.11.2	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Hasil Cetak	100
Tabel 4.11.3	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian antara Harga yang Dibebankan dengan Kualitas yang Diberikan	101
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Spesifikasi Produk	101
Tabel 4.12.1	Tanggapan Responden Mengenai Karakteristik Hasil Cetak	101
Tabel 4.12.2	Tanggapan Responden Mengenai Harga Produksi atau Ongkos Cetak Yang diberikan PT Duta Warna	102

Tabel 4.12.3	Tanggapan Responden Mengenai Ketahanan Hasil	
	Cetak	102
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Pemasok	103
Tabel 4.13.1	Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Iklan	
	Yang Dilakukan PT Duta Warna sebagai Sumber Informasi	
	Yang Dibutuhkan	103
Tabel 4.13.2	Tanggapan Responden Mengenai Program Promosi	
	Yang Dilakukan PT Duta Warna	104
Tabel 4.13.3	Tanggapan Responden Mengenai Reputasi PT Duta	
	Warna dimata Pelanggan dan Perusahaan Sejenis	104
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Permintaan	
	Pengajuan Proposal (<i>proposal solicitation</i>)	105
Tabel 4.14.1	Tanggapan Responden Mengenai Permintaan	
	Pengajuan Proposal	105
Tabel 4.14.2	Tanggapan Responden Mengenai Standar Produk Yang	
	Dihasilkan PT Duta Warna sesuai dengan Standar	
	Kualitas Tinggi	105
Tabel 4.14.3	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan PT Duta	
	Warna Berinovasi	106
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Pemasok	106
Tabel 4.15.1	Tanggapan Responden Mengenai Harga yang	
	Dibebankan sesuai Dengan Kualitas Yang diberikan	106
Tabel 4.15.2	Tanggapan Responden Mengenai Hasil	
	Cetak Yang Andal	107

Tabel 4.15.3	Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Yang Diberikan oleh PT Duta Warna	107
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Spesifikasi Rutinitas Pesanan	108
Tabel 4.16.1	Tanggapan Responden Mengenai Ketepatan Waktu Penyelesaian Pesanan	108
Tabel 4.16.2	Tanggapan Responden Mengenai Jaminan Pengembalian Jika Produk Gagal	108
Tabel 4.16.3	Tanggapan Responden Mengenai Jaminan Garansi Terhadap Produk Pesanan	109
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Penilaian Kinerja	109
Tabel 4.17.1	Tanggapan Responden Mengenai Evaluasi Hasil Produk Yang Dilakukan PT Duta Warna	109
Tabel 4.17.2	Tanggapan Responden Mengenai Penyesuaian Harga Dengan Kualitas yang Dihasilkan PT Duta Warna	110
Tabel 4.17.3	Tanggapan Responden Mengenai Pemantauan Yang Dilakukan PT Duta Warna pada Pelanggannya	111
Tabel 4.18	Data Kuesioner dan Rank antara Kualitas Pelayanan Jasa dengan Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis	113
Tabel 4.19	Tabel Faktor Koreksi Variabel X	114
Tabel 4.20	Tabel Faktor Koreksi Variabel Y	114
Tabel 4.21	Hasil Perhitungan dengan Program SPSS	116