

## ABSTRACT

By having tight competition among existing companies, thus every company have to be able to choose the right strategy to be applied in their company to seize the competition and to keep existing in the unstable situations nowadays. One of the strategy which can be applied to give good service to customer in order to give satisfaction to the customer and can bring good influence after buying from the company.

Shop X is a company who is selling sofa and car materials, shop X tries to increase satisfaction for the customers so that after buying can give good impression or satisfaction hope by increasing the quality of service to customer can give better relation to customer attitude after purchasing by the result of observation and data processing which use analyst calculation of customer behavior, interest and rank spearman correlation to find out the relation between customer service with the attitude of customer after purchasing.

It can be concluded that the attitude of customer towards product showed a good attitude to the product which is offered from this company but the influence from Shop X customer service towards attitude of customer after purchasing does not have good influence because it is not supported by another variables which are not included in the calculation so that it can be seen the influence of customer service towards customer attitude after purchasing is low.

## ABSTRAK

Dengan semakin tinggi tingkat persaingan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan yang berdiri maka setiap perusahaan harus mampu memilih strategi yang tepat untuk diterapkan di dalam perusahaannya agar dapat memenangkan persaingan dan dapat tetap bertahan dalam situasi yang tidak menentu seperti sekarang ini. Salah satu strategi yang dapat di terapkan adalah dengan memberikan *customer service* yang baik agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan dapat membawa dampak baik setelah pembelian dari perusahaan tersebut.

Toko X adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan bahan sofa dan mobil. Toko X berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya agar setelah pembelian dapat memberikan kesan yang baik atau memuaskan. Dengan cara meningkatkan mutu *customer service* diharapkan dapat memberikan hubungan yang lebih baik terhadap sikap konsumen setelah pembelian dari hasil penelitian dan pengolahan data dengan menggunakan perhitungan analisis sikap dan perilaku konsumen dan korelasi rank spearman untuk mengetahui hubungan antara *customer service* dengan sikap konsumen setelah pembelian.

Maka dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen terhadap produk telah menunjukkan sikap yang cukup baik atas produk yang di tawarkan dari perusahaan ini tetapi pengaruh dari *customer service* toko X terhadap sikap konsumen setelah pembelian kurang memiliki pengaruh yang terlalu besar karena kurang di dukung oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam hitungan sehingga terlihat pengaruh *customer service* terhadap sikap konsumen setelah pembelian kecil.

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
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 Hipotesis Penelitian .....	8
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Usaha Eceran ( <i>Retailing</i> ) .....	9
2.1.1. Toko Khusus ( <i>Speciality Store</i> ) sebagai salah satu jenis usaha eceran .....	9
2.1.2. Bauran Penjualan Eceran ( <i>Retail Mix</i> ) .....	10
2.2. Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	14
2.3. Mengelola Jasa Pendukung Produk .....	17
2.4. Pengertian Mutu Dan Mutu Pelayanan .....	19
2.5. Konsep perilaku konsumen jasa .....	22
2.6. Pelayanan terhadap konsumen .....	23
2.7. Kepuasan Konsumen .....	26
2.8. Konsep Kepuasan Pelanggan Dan Sikap Konsumen Setelah Pembelian .....	29

2.9. Peranan Pelayanan Konsumen Terhadap Sikap Setelah Pembelian.....	30
---	----

**BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1. Objek Penelitian .....	32
3.1.1. Gambaran umum perusahaan .....	32
3.1.2. Sistem dan Proses penjualan .....	32
3.1.3. Struktur organisasi .....	33
3.1.4. Produk Perusahaan .....	35
3.2. Metode penelitian .....	37
3.2.1. Teknik pengumpulan data .....	37
3.2.2. Penentuan jumlah sample dan teknik penarikan sample .....	38
3.2.3. Variabel dan pengukuran .....	39
3.2.4. Operasional Variabel.....	40
3.2.5. Jenis dan sifat penelitian .....	41
3.2.6. Sumber Data .....	41
3.2.7. Uji Validitas dan Reabilitas.....	42
3.2.8. Teknik Pengolahan dan Metoda Analisa Data .....	45

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN MASALAH**

4.1. Hasil Penelitian .....	49
4.1.1. Sejarah Singkat Toko X dalam kaitannya dengan pelayanan konsumen .....	49
4.2. Pembahasan .....	51
4.2.1. Kegiatan Pelayanan Konsumen yang dilakukan toko X. ....	51
4.2.1.1.Pengaruh pelayanan konsumen terhadap sikap konsumen setelah pembelian pada toko X. ....	52
4.2.1.2.Profil pelanggan. ....	52

4.2.2. Analisis tentang sikap konsumen setelah pembelian. ....	54
4.2.3. Analisis Pengaruh Customer Service terhadap Sikap Konsumen setelah pembelian .....	58

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran .....	65

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uji Validitas Item-Total Statistics .....	42
Tabel 3.2 Uji Validitas Item-Total Statistics .....	43
Tabel 4.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin .....	52
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan usia .....	53
Tabel 4.3 Data responden berdasarkan tingkat pendidikan .....	53
Tabel 4.4 Data responden berdasarkan pengalaman menggunakan produk kain sofa .....	54
Tabel 4.5 Analisis nilai sikap .....	55
Tabel 4.6 Skor maksimum untuk sikap .....	55
Tabel 4.7 Analisis nilai norma subyektif .....	56
Table 4.8 Perhitungan customer <i>service</i> terhadap sikap konsumen setelah pembelian .....	58
Tabel 4.9 Variabel x .....	59
Tabel 4.10 Variable y .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran .....	8
Gambar 3.1 Proses penjualan .....	33
Gambar3.2 StrukturOrganisasi .....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**