

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan jaman dan perubahan gaya hidup masyarakat yang menuntut berbagai hal yang bersifat cepat dan praktis, maka para pengusaha berusaha untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan dari para konsumennya. Hal ini terjadi pula bisnis usaha jasa pelayanan makanan karena selain makanan merupakan kebutuhan manusia makananpun telah menjadi komoditas perdagangan.

Untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan dari konsumen, sangatlah penting bagi para pemasar untuk mengetahui apa yang menjadi faktor-faktor kualitas pelayanan yang dapat menimbulkan kepuasan pada para konsumen, sebab dengan diketahuinya dimensi-dimensi kepuasan konsumen maka dapat pula dibentuk suatu program pelayanan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Hal ini yang melatarbelakangi untuk melakukan penelitian untuk mengetahui adanya pengaruh antara kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh Soho Music Bandung dengan kepuasan konsumen di Soho Music Bandung tersebut. Dalam penelitian ini penulis mengelompokkan kedalam 5 dimensi kepuasan konsumen, antara lain:

1. Berwujud/Tangible
2. Keandalan/Reliability
3. Tanggung jawab/Responsiveness
4. Keyakinan/assurance
5. Empati/Emphaty

Setelah memperoleh data mengenai dimensi-dimensi kepuasan konsumen, maka penulis melakukan analisis data secara kualitatif dan kuantitatif untuk mengukur dan menguji adanya pengaruh antara faktor-faktor minat beli dengan minat konsumen pada pembelian. Untuk itu dilakukan analisis **Korelasi Rank Spearman**. Dari perhitungan statistik dengan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai r_s sebesar 0,97, dan dari analisa tersebut dapat diketahui hasil t_{hitung} sebesar 37,51 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 0,97 ($1/2 \alpha$) sehingga H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan korelasi yang cukup kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 93,5 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang penelitiannya dilakukan di Soho Music Bandung. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Adapun judul skripsi ini adalah “ANALISIS HUBUNGAN DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA SOHO MUSIC BANDUNG ”

Penulis menyadari keterbatasan dan kekurangan dalam membuat skripsi ini sehingga membutuhkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak agar mendapatkan hasil yang penulis harapkan. Untuk itu penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ika Gunawan, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan sumbangan waktu, pemikiran dan dorongan selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Tatik Budiningsih, Dra, MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
3. Bapak Tedy Wahyu Saputra, SE., MM., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
4. Ibu Marcellia Susan, Dr, SE, MT., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

5. Ibu. A. Rinny Maharsi, SE., MM., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
6. Ibu Maya Malinda, SE.,MT. selaku dosen wali yang selalu memberikan dukungan dan saran-saran selama penulis duduk di bangku kuliah.
7. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar Universitas Kristen Maranatha, yang telah membagikan ilmu pengetahuannya kepada penulis selama ini.
8. Seluruh staf tata usaha, staf administrasi, staf perpustakaan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang telah banyak membantu penulis selama penulis menjadi mahasiswi di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
9. Ibu Dita Ambarsari yang telah memberikan banyak kemudahan dan masukan selama melakukan penelitian di Soho Music, Bandung.
10. Seluruh karyawan Soho Music atas kerja sama, bantuan dan informasi untuk kelancaran skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan kasih yang besar kepada :

1. Satu yang terutama dan pertama, Allah Bapa di Sorga melalui Anak-Nya Tuhan Yesus Kristus membuat semua ini ada dan indah pada waktunya. *Thank you Lord, for this day and blessing you're giving to me...*
2. Orang Tuaku Tercinta Bapak S. Hutapea dan mamah (Almh) N. Simanjuntak terima kasih untuk doa, kasih sayang, perhatian, nasihat, materi, dukungan dan

- kesabaran yang tak putus-putusnya untuk keberhasilan anak-anaknya. *I proud have a parent's like you and hopefully I earn to become pride for family...I love you both..* Mah maafin ya nggak sempat lihat aku lulus...Pak makasih untuk kesabarannya...
3. Adik-adikku Arthur, Richartd dan Maria terima kasih untuk doa, dukungan, serta dorongan semangat yang nggak pernah ada habisnya..... *you're the best...I love you all..*
 4. Untuk Hasianku Siti Yunita Kusumaningrum, non makasih untuk keputusan kamu nggak ninggalin aku untuk nyelesain cita-citaku...
I love you the very most...
 5. Untuk keluarga besarku tercinta, Keluarga besar Hutapea, Ompung doli Hutapea dan Ompung boru. bapakuda Anton Hutapea dan inanguda, amangboru Athur Togatorop dan namboru, amangboru Zega dan namboru, amangboru Tambuna dan namboru, bapakuda Hotman Hutapea dan inanguda, serta semua sepupu-sepupuku Parlin, Neta, Tetty, Grace, Ian, July, Andy, Sonya, Elsa, Louis, Dedy, Ales dan Varda.
 6. Bpk Yusuf Osman Raihin Drs, MM selaku Pembantu Rektor III Universitas Maranatha, atas dorongan serta bimbingan yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skirpsi ini dengan baik. Semoga sukses selalu buat “akang dan keluarga” kasih Tuhan senantiasa beserta kita.
 7. Buat My Brothers yang seperjuangan, angkatan 97, yang telah membantu penulis selama kuliah, Rinaldi dan Anti serta ponaanku Reneisya, Army, Jacky, Ari, Edwin, Rully, Husein, Ernest COKELAT, Irwanda. *Thanks Bro...*

8. Teman-temanku Anak anak **68** : Mas Hendy dan Mba Citra (serta Kedai 68), Abie (thanks bantuan skripsinya), Raymond, Ardani dan Vika, Hari dan Kati, Djoni, Andri, Agung dan Femy, Nino, Tito, R. Andra, Ipank, Husein dan Neng, Iqbal dan Mbot, Wiwin Sunaryono, Army Pospos, Norman, Ulil dan Amy, H. Obar, Aldi, Ina, Kiki, Ayu, Patty, Jan Junior, Lisbon.
9. Anak-anak Batam, anak-anak Cigadung.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis sangat mengharapkan masukan saran dan kritik dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, Desember 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Kerangka penelitian.....	6
1.6 Hipotesis	10
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran dan Bauran Pemasaran Jasa	13
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran jasa.....	14
2.3 Konsep jasa.....	16
2.3.1 Pengertian jasa.....	16

2.3.2	Kategori-kategori Bauran Tawaran Jasa.....	17
2.3.3	Karakteristik Jasa.....	18
2.3.4	Dimensi Kualitas Jasa.....	20
2.3.5	Segitiga Pemasaran Jasa.....	21
2.4	Service Excelent.....	22
2.5	Strategi Pemasaran Jasa.....	22
2.5.1	Melakukan Diferensiasi Kompetitif.....	23
2.5.2	Mengelola Mutu Jasa.....	23
2.5.3	Mengelola Produktivitas.....	25
2.6	Pengertian Kuaitas dan Kualitas Jasa.....	26
2.7	Kepuasan Konsumen.....	27
2.7.1	Konsep Kepuasan Konsumen.....	28
2.7.2	Mengukur Kepuasan Konsumen.....	29
2.8	Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	31

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	32
3.1.1	Sejarah Singkat Soho Music.....	32
3.1.2	Struktur Organisasi.....	33
3.1.3	Uraian Tugas.....	34
3.1.4	Jenis Produk Yang Di Jual.....	37
3.2	Metodologi Penelitian.....	40
3.2.1	Operasional Variabel	41

3.2.2 Metode Pengambilan Sampel.....	45
3.2.3 Prosedur Pengambilan Data.....	46
3.2.4 Metode Analisis.....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	51
4.1.1 Jenis Kelamin.....	51
4.1.2 Usia.....	52
4.1.3 Pekerjaan.....	53
4.1.4 Status Perkawinan.....	53
4.1.5 Frekuensi Kedatangan.....	54
4.1.6 Penghasilan.....	55
4.2 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan yang diharapkan di Soho Music.....	55
4.3 Analisis Tanggapan Respdnen Terhadap Kepuasan yang Dirasakan Atas Kualitas Pelayanan yang Diberikan Soho Music.....	58
4.4 Analis Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Soho Music.....	60
4.4.1 Perhitungan Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	61
4.4.2 Uji Signifikasi t.....	67
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	70
---------------------	----

5.2 Saran.....73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2003-2005 (Persentase).....2
Tabel 3.1	Struktur Organisasi.....33
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....42
Tabel 4.1	Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin51
Tabel 4.2	Data Responden berdasarkan Usia52
Tabel 4.3	Data Responden berdasarkan pekerjaan53
Tabel 4.4	Data Responden berdasarkan Status perkawinan53
Tabel 4.5	Data Responden berdasarkan frekuensi kedatangan.....54
Tabel 4.6	Data Responden berdasarkan penghasilan.....55
Tabel 4.7	Variabel Indepenen (Kualitas Pelayanan).....56
Tabel 4.8	Variabel Dependen (Kepuasan Konsumen).....58
Tabel 4.9	Penilaian Variabel independent (kualitas pelayanan) dan Variabel Dependen (Kepuasan Konsumen).....61
Tabel 4.10	Perhitungan Faktor Korelasi Variabel X.....64
Tabel 4.11	Perhitungan Faktor Korelasi Variabel Y.....65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 2.1 Segitiga Pemasaran Jasa.....	21
Gambar 2.2 Model Mutu jasa.....	24
Gambar 2.3 Kosep Kepuasan Konsumen.....	29