

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN
SISTIM SURABAYA *SINGLE WINDOW* (SSW) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA BAGIAN PERIJINAN IMB DI DINAS CIPTA
KARYA DAN TATA RUANG KOTA SURABAYA)**

TESIS



Disusun Oleh:

Yosi Lastiyoariutomo CP.ST

NIM : 130261100009

**MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA**

2015

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN
SISTIM SURABAYA *SINGLE WINDOW* (SSW) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA BAGIAN PERIJINAN IMB DI DINAS CIPTA
KARYA DAN TATA RUANG KOTA SURABAYA)**

TESIS

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Magister Manajemen*

Disusun Oleh:

Yosi Lastiyoariutomo CP.ST
NIM : 130261100009

**MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA**

2015

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi-dimensi pada kualitas pelayanan yang meliputi keterwujudan, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan. Data diambil dari 169 pelanggan atau pemohon pada tahun 2014. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Adapun hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) keterwujudan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (4) jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (5) empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Seluruh variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini, yang meliputi keterwujudan, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mampu menjelaskan variabel dependennya, yakni kepuasan pelanggan sebesar 45% dan sisanya 55% didukung oleh variabel di luar penelitian ini

Kata Kunci keterwujudan, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This study and research aimed to determine the influence of customer satisfaction dimensions that is tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy. Data taken from the customer or applicant 169 in 2014. The analytical method used is the linear regression. The results of this study are as follows: (1) tangible positive significant influence to customer satisfaction (2) responsiveness positive significant influence to customer satisfaction, (3) responsiveness positive significant influence to customer satisfaction, (4) assurance positive significant influence to customer satisfaction, (5) empathy positive significant influence to customer. All independent variables used in this research model, the variable tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy is able to explain the dependent variable, namely customer satisfaction 45% and the remainder 55% supported by variables outside the research.

Keywords: tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction