

ABSTRACT

Farhad Riza Primadi (2016), "The Effect of Service Quality to the Customers' Satisfaction (Study on the Simple Cafe Sumenep). Under the guidance of Fathor As, SE., M.M and Yudhi Prasetya Mada S.E., MM.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality which consists of tangible, realibility, responsiveness, empathy and assurance of consumers' satisfaction Simple Cafe Sumenep.

The study used quantitative and descriptive methods, with this type of survey research through interviews and distributing questionnaires to 97 respondents. The sampling techniques use a non-probability sampling with accidental sampling method, using multiple linear regression analysis.

The results of this study (1) by t test (partial) indicates that the variable of tangible, realibility, responsiveness, assurance, empathy significantly affect to the customers' satisfaction Simple Cafe Sumenep. (2) by F test (simultaneous) quality of service which consists of tangible, realibility, responsiveness, assurance, empathy simultaneously affect to the customers' satisfaction Simple Cafe Sumenep. Tangible variable is the variable that has the most dominant effect on the customers' satisfaction Simple Cafe Sumenep.

Keywords: service quality, tangible, realibility, responsiveness, assurance, empathy and customers' satisfaction.

ABSTRAK

Farhad Riza Primadi (2016), " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Simple Cafe Sumenep). Dibawah bimbingan Fathor As, SE., M.M dan Yudhi Prasetya Mada S.E., MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *emphaty* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen Simple Cafe Sumenep.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dan deskriptif, dengan jenis penelitian survei melalui wawancara dan penyebaran kuisioner kepada 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu dengan cara *accidental sampling*, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini (1) secara uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Simple Cafe Sumenep. (2) secara uji F (simultan) kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Simple Cafe Sumenep. Variabel *tangible* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Simple Cafe Sumenep.

Kata kunci : kualitas pelayanan, *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan kepuasan konsumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTACT	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.1 Konsep Pemasaran	12
2.1.2 Pengertian Jasa	14
2.1.2.1 Karakteristik Jasa	16
2.1.2.2 Klasifikasi Jasa.....	19
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Jasa	25
2.1.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan	28
2.1.4.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	31

2.1.4.2 Sebab-sebab Timbulnya Ketidakpuasan.....	33
2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	35
2.1.4.4 Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	36
2.1.4.5 Ciri-ciri Konsumen yang Puas.....	37
2.1.5 Hubungan Antar Variabel	37
2.1.5.1 Hubungan Tangible dengan Kepuasan Konsumen.....	37
2.1.5.2 Hubungan Reliability dengan Kepuasan Konsumen	39
2.1.5.3 Hubungan Responsiveness dengan Kepuasan Konsumen	40
2.1.5.4 Hubungan Assurance dengan Kepuasan Konsumen.....	41
2.1.5.5 Hubungan Emphaty dengan Kepuasan Konsumen	42
2.2 Penelitian Terdahulu	44
2.3 Kerangka Konseptual.....	49
2.4 Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	51
3.2 Lokasi Penelitian.....	51
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel.....	52
3.3.2.1 Ukuran Sampel.....	52
3.3.2.2 Tehnik Pengambilan Sampel	53
3.4 Variabel Penelitian	54
3.5 Devinisi Operasional Variabel (DOV)	54
3.6 Jenis dan Sumber Data	58
3.6.1 Jenis Data	58

3.6.2 Sumber Data	58
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.8 Skala Pengukuran Data	59
3.9 Teknik Analisis Data	60
3.9.1 Statistik Deskriptif	60
3.9.2 Uji Instrumen Data.....	60
3.9.2.1 Uji Validitas.....	61
3.9.2.2 Uji Reliabilitas	61
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.9.3.1 Uji Normalitas	62
3.9.3.2 Uji Multikolonieritas.....	62
3.9.3.3 Uji Heteroskadasitas	63
3.9.4 Uji Hipotesis	63
3.9.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)	64
3.9.6 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	65
3.10 Koefisien Determinasi	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum	68
4.1.1 Lokasi Penelitian	68
4.2 Gambaran Umum Responden	69
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Agama	70
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	71
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.3 Dskripsi Variabel.....	72
4.3.1 Deskripsi Variabel Tangible	72

4.3.2 Deskripsi Variabel Realibility	75
4.1.3 Deskripsi Variabel Responsifenes	77
4.1.4 Deskripsi Variabel Assurance	78
4.1.5 Deskripsi Variabel Emphaty	80
4.1.6 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen Y	81
4.4 Hasil Uji Instrumen Data	83
4.4.1 Uji Validitas	83
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	85
4.5 Uji Asumsi Klasik	86
4.5.1 Uji Normalitas.....	86
4.5.2 Pengujian Multikolonieritas	88
4.5.3 Pengujian Hateroskadisitas	88
4.6 Hasil Analisis Data	90
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)	93
4.6.3 Pengujian Hipotesis.....	94
4.6.3.1 Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)	94
4.6.3.2 Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)	95
4.7 Pembahasan.....	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan Smples Cafe	4
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	48
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	70
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tangible (X1)	73
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Realibiliti (X2)	76
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Responsifenes (X3)	77
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Assurance (X4)	79
4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Emphaty (X5)	80
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	82
4.11 Hasil Uji Validitas	84
4.12 Hasil Uji Reliabilitas	86
4.13 Hasil Uji Multikolonieritas	88
4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	90
4.15 Koefisien Determinasi (R^2)	93
4.16 Hasil Uji F	94
4.17 Hasil Uji T	95

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual.....	49
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	87
4.2 Hasil Uji Heteroskadisitas	89

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: KUESIONER PENELITIAN
LAMPIRAN II	: TABULASI DATA KUESIONER
LAMPIRAN III	: DATA OLAHAN HASIL SPSS
LAMPIRAN IV	: FOTO TENTANG OBJEK YANG DITELITI
LAMPIRAN V	: DAFTAR MENU SIMPLE CAFE