

ABSTRACT

Septy Satria Hutama, The Influence of The Service Quality Toward the Customer Satisfactions of Laras' Beauty Salon in Sidoarjo. Under the guidance of Fathor As., SE., MM and Nirma Kurriwati, SP., M.Si.

The purpose of the study are to know and to analysis the service quality such as : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy influential collective signification toward the consumer satisfaction of Laras' Beauty Salon, and to know and to analysis the service quality such as : Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance and Empathy according to partial by the influential signification toward the consumer satisfaction of Laras' Beauty Salon in Sidoarjo.

This research uses quantitative approach. The method taking of sample that will be use is purposive sampling with that total of samples are 97 respondents. The instrument test of data uses validity, and reliability. The classic assumption test uses normality, multikolonearitas, and heterokedastisitas test. Analysis technique of data uses linier regression multiple. The hypothesis uses koefisien determination, F, and T test.

The result of this research showed that the quality of service variable such as : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy influential significant and simultaneous toward consumer satisfaction of Laras' Beauty Salon. The Responsiveness variable is the most influential toward consumer satisfaction of Laras's Beauty Salon in Sidoarjo.

Keywords : Service Quality : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Septy Satria Utama, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Laras di Sidoarjo. Dibawah bimbingan Fathor AS, SE., MM dan Nirma Kurriwati, SP., Msi

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan yang meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Laras di Sidoarjo. Mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan yang meliputi *Tangible*, *Responsiveness*, *Realibility*, *Assurance* dan *Empathy* secara parsial yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Laras di Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebesar 97 responden. Uji Instrumen data menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikoloneritas, dan uji heterodektisitas. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Uji hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi, Uji F dan Uji T.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *Tangible* (X_1), *Realibility* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan Salon Laras di Sidoarjo. Variabel *Responsiveness* berpengaruh lebih besar terhadap kepuasan pelanggan Salon Laras di Sidoarjo.

Kata kunci : Kualitas pelayanan : *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan kepuasan pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN

Halaman Judul.....	i
Lembar Pernyataan Bebas Plagiasi.....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iv
Abstrack.....	v
Abstrak.....	vi
Riwayat Hidup.....	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Motto.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.1.1 Konsep Pemasaran.....	11

2.1.2 Pemasaran Jasa.....	13
2.1.2.1 Karakteristik Jasa.....	16
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.4.1 Pengukuran Kepuasan.....	24
2.1.4.2 Faktor-faktor Kepuasan atau Ketidakpuasan... ..	25
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.1.5.1 Hubungan Tangible dengan kepuasan pelanggan.....	28
2.1.5.2 Hubungan Reliability dengan kepuasan pelanggan.....	29
2.1.5.3 Hubungan Responsiveness dengan kepuasan pelanggan...	30
2.1.5.4 Hubungan Assurance dengan kepuasan pelanggan.....	32
2.1.5.5 Hubungan Empathy dengan kepuasan pelanggan.....	33
2.2 Penelitian terdahulu.....	34
2.3 Kerangka berfikir.....	41
2.4 Hipotesis.....	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan penelitian.....	43
3.2 Lokasi penelitian.....	43
3.3 Populasi dan sampel.....	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	44
3.3.2.1 Ukuran sampel.....	44
3.3.2.2 Teknik pengambilan sampel.....	45
3.4 Variabel penelitian.....	46
3.5 Definisi operasional variabel.....	46
3.6 Jenis dan sumber data.....	50
3.6.1 Jenis data.....	50
3.6.2 Sumber data.....	50
3.7 Teknik pengumpulan data.....	51
3.8 Skala pengukuran data.....	52
3.9 Teknik analisis data.....	52
3.9.1 Teknik analisis deskriptif.....	52
3.9.2 Uji instrument data.....	53
3.9.2.1 Uji validitas.....	53
3.9.2.2 Uji reliabilitas.....	53
3.9.3 Uji asumsi klasik.....	54
3.9.3.1 Uji Normalitas.....	54
3.9.3.2 Uji Multikolonieritas.....	54

3.9.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.9.4 Analisis regresi.....	56
3.9.5 Uji hepotesis.....	56
3.9.5.1 Uji koefesien determinasi.....	57
3.9.5.2 Uji signifikasi siultan (uji statistik F)	57
3.9.5.3 Uji signifikasi parameter individual (uji statistik t)	58

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum perusahaan.....	60
4.1.1 Sejarah singkat.....	60
4.1.2 Visi dan Misi.....	61
4.2 Karakteristik responden.....	62
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	62
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	63
4.2.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan....	63
4.3 Deskripsi variabel penelitian.....	64
4.3.1 Deskripsi jawaban responden terhadap tangible.	64
4.3.2 Deskripsi jawaban responden terhadap realibility	66
4.3.3 Deskripsi jawaban responden terhadap responsiveness	67
4.3.4 Deskripsi jawaban responden terhadap assurance.....	69
4.3.5 Deskripsi jawaban responden terhadap empathy	70
4.3.6 Deskripsi jawaban responden terhadap kepuasan.....	72
4.4 Hasil uji instrument data..	73
4.4.1 Hasil uji validitas.....	73
4.4.2 Hasil uji reabilitas..	74
4.5 Hasil uji asumsi klasik.....	75
4.5.1 Hasil uji normalitas	75

4.5.2 Hasil uji multikoloneritas.....	76
4.5.3 Hasil uji heterokedestisitas.....	77
4.6 Hasil analisis regresi linier berganda.....	78
4.7 Hasil uji hipotesis.	81
4.7.1 Hasil uji koefesien determinasi.....	81
4.7.2 Hasil uji signifikansi simultan (uji statistik f)	81
4.7.3 Hasil uji signifikansi parameter individual (uji t)... ..	82
4.8 Pembahasan.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90