

ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan harapan konsumen tentang layanan dan persepsi yang mereka terima yang berhubungan dengan layanan tersebut. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa konsumen yang muncul setelah membandingkan kinerja yang mereka terima dengan harapan mereka. Layanan dirasa memuaskan apabila sesuai dengan harapan konsumen. Sebaliknya apabila layanan yang mereka terima dibawah harapannya, maka konsumen tidak puas atau kecewa. Layanan yang baik dan berkualitas harus diberikan oleh perusahaan guna menarik konsumen baru maupun mempertahankan konsumen lama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Ali Wafa Desa Kombangan Kecamatan Geger. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Variabel dalam penelitian ini yaitu terdiri dari reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles sebagai variabel bebasnya sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa secara simultan kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 62,432 dengan sig 0,000 terhadap kepuasan konsumen. Adapun dilihat dari pengaruh secara parsial hasilnya adalah bukti fisik berpengaruh dominan sebesar 3.714 dengan sig. 0,000.

Kata kunci : Kualitas Layanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The service quality is the consumer expectation about the service and perception which they receive and relate to service. Consumer satisfaction can be found happy or disappointed after comparing the performance that they receive with their expectation. Service is felt satisfaction if service relates with consumer satisfaction conversely, if they feel under expectation, then consumer are not satisfied or disappointed. Good and quality service must be provided by company in order to attract new consumer and old consumer.

This study aims to determine the effect of service quality to consumer satisfaction in Ali Wafa's store at Kombangan village. The samples in this study were 60 respondent. The technique of analyzing data used multiple linear regression analysis. The variable in this observation comprise reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles as independent variable, while the dependent variable is consumer satisfaction.

Based on this research, it is known that simultaneously the service quality influences positive effect and significant by 62, 432 to 0,000 sig. to consumer satisfaction. It can be seen from the partial effect which is the result of tangible dominant effect for 3,714 to 0,000 sig.

Key word : Service quality, consumer satisfaction.