

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Kepuasan pada diri pelanggan dapat tercapai jika konsumen merasa semua kebutuhannya dapat terpenuhi termasuk diantaranya mendapatkan harga yang terjangkau dengan pelayanan yang baik sesuai dengan apa yang diinginkan. Penelitian ini akan membahas pengaruh harga serta pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja, dengan Bikru Zam-zam Swalayan sebagai obyek penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga sebagai X_1 dan pelayanan sebagai X_2 sedangkan sebagai variabel dependen (Y) merupakan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan persamaan regresi logistik: $Ln = -29.954 + 1.901 X_1 + 6.528 X_2$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa X_1 berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai pengaruh sebesar 1.901, akan tetapi yang berpengaruh paling signifikan adalah X_2 dengan nilai pengaruh sebesar 6.528 terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Regresi Logistik.

ABSTRACT

Satisfaction of customer is one of purpose that want to reach by each of company. Customer's satisfaction can be reached if they feel all of their needed is complete. Include among that get a lower price and good service that their want. This research will explain effect of price and service to customer's satisfaction in shop, with Bikru Zam-zam Market to be an reaserch object. The independent variable of this reaserch is price (X_1) and service (X_2) whereas dependent variable is customer's satisfaction base on rwsult of the reaserch got similarity of logistic regression: $Ln = -29.954 + 1.901 X_1 + 6.528 X_2$. From this similarity can explained that X_1 influential significant to customer's satisfaction, with score effect for about 1.901, but the most significant influential is X_2 with score effect for about 6.528 to customer's satisfaction.

Key Word : Price, Service, Customer's Satisfaction, Logistic Regression.

DAFTAR ISI

Judul	i
Lembar Pernyataan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Motto	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 5
2.1 <i>Retail</i>	5
2.2 Pemasaran	8
2.2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2.2 Konsep Pemasaran	10
2.3 Konsumen	11
2.3.1 Perilaku Konsumen	12
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2.4 Kepuasan Konsumen	15
2.5 Harga	16
2.6 Pelayanan	18
2.7 Analisis Regresi Logistik	18

2.8 <i>State Of The Art</i>	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2 Metode Pengumpulan Data	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.4 Teknik <i>Sampling</i>	22
3.5 Jenis Penelitian	23
3.6 Variabel Penelitian	23
3.7 Metode Penyelesaian	24
3.8 Validitas	24
3.9 Reliabilitas	24
3.10 Tahapan Penelitian	25
3.11 <i>Flowchart</i> Penelitian	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Deskripsi Responden	28
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4.1.2 Berdasarkan Usia	29
4.1.3 Berdasarkan Alamat	30
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan	31
4.1.5 Berdasarkan Lama Berlangganan	32
4.2 Regresi Logistik	33
4.2.1 Uji Kesesuaian Model	33
4.2.1.1 <i>-2 Log Likelihood Test</i>	33
4.2.1.2 <i>Hosmer and Lemeshow Test</i>	34
4.2.1.3 <i>Nagelkerke R-Square Test</i>	34
4.2.2 Pengujian Parameter	35
4.2.2.1 Variabel Harga	36
4.2.2.2 Variabel Pelayanan	36

4.2.3 Kekuatan Prediksi	37
4.3 Implikasi Manajerial	37
4.3.1 Pengaruh Harga	37
4.3.2 Pengaruh Pelayanan	38
BAB V KESIMPULAN	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>State of The Art</i>	20
Tabel 3.2 Deskripsi Variabel	24
Tabel 4.3 <i>-2 Log Likelihood</i>	33
Tabel 4.4 <i>Hosmer and Lemeshow Test</i>	34
Tabel 4.5 <i>Nagelkerke R-Square</i>	35
Tabel 4.6 Estimasi Parameter	35
Tabel 4.7 Kekuatan Prediksi	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengunjung Swalayan	3
Gambar 3.2 <i>Flowchart</i> Penelitian	27
Gambar 4.3 Diagram Jenis Kelamin Konsumen	28
Gambar 4.4 Diagram Usia Konsumen	29
Gambar 4.5 Diagram Alamat Konsumen	30
Gambar 4.6 Diagram Jenis Profesi Konsumen	31
Gambar 4.7 Diagram Lama Berlangganan Konsumen	32