

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT KUSUMA JAYA ANGKASA
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi



DISUSUN OLEH :

MARCELLINA LISTYANINGRUM

NIM : 201311012

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**

2017

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PADA PT KUSUMA JAYA ANGKASA DI SURABAYA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Marcellina Listyaningrum
NIM : 201311012

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 5 Juli 2017 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang

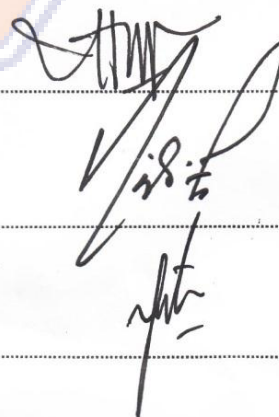
Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIK. 198510110004

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN. 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIK. 198510110004
3. Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., MM
NIDN. 0724018601



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Marcellina Listyaningrum
NIM : 201311012
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakutas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN PADA PT KUSUMA JAYA
ANGKASA DI SURABAYA**


Malang, 5 Juli 2017

Marcellina Listyanungrum

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN. 0701056401


Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIK. 198510110004

MENGETAHUI


Dekan Fakultas Ekonomi
Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIK. 198510110004


Ketua Jurusan Manajemen
Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN. 0701056401

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertandatangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT KUSUMA JAYA ANGKASA DI SURABAYA” merupakan karya asli dari :

Nama : Marcellina Listyaningrum
NIM : 201311012
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.


Malang, 5 Juli 2017

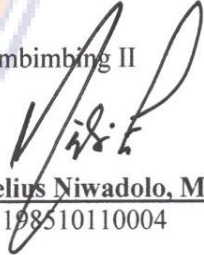
Marcellina Listyaningrum

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN. 0701056401


Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIK. 198510110004

MENGETAHUI


Dekan Fakultas Ekonomi
Dra. Cornelius Niwadolo, MM
NIK. 198510110004


Ketua Jurusan Manajemen
Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN. 0701056401

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan kasihNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT KUSUMA JAYA ANGKASA DI SURABAYA”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang wajib ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana yang penyusunannya kurang lebih 5 bulan.

Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Cornelius Niwadolo, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Pembimbing II.
2. Dra. Anni Yudiastuti, M.P selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Pembimbing I.
3. Kedua Orang Tua, Mbak Tata, dan Mas Jojo.
4. Sahabat-sahabat yang selalu memberi dukungan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Malang, 5 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

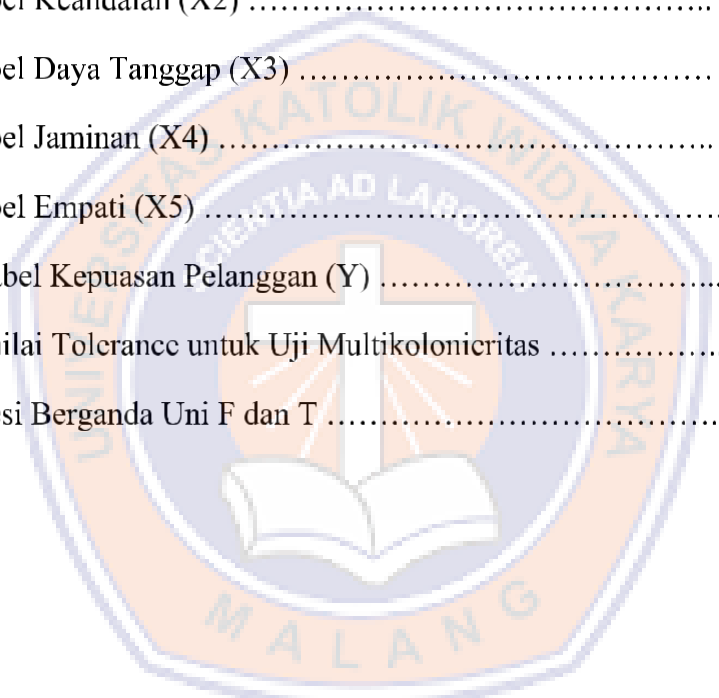
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II : LANDASAN TEORI	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Konsep Pemasaran	7
2.2.2 Konsep Kualitas Pelayanan	9
2.2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan	13
2.2.4 Hubungan Antar Variabel	15
2.3 Kerangka Pikir	21
2.4 Hipotesis	23
BAB III : METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	24

3.3 Lokasi Penelitian	24
3.4 Populasi dan Sampel	24
3.5 Jenis dan Sumber Data	25
3.6 Definisi Operasional	26
3.7 Metode Pengumpulan Data	30
3.8 Metode Analisi Data	31
BAB IV : ANALISI DAN INTERPRETASI DATA	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	37
4.1.2 Penerapan Nilai-Nilai	38
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	39
4.2 Penyajian Data	42
4.2.1 Deskripsi Responden	42
4.2.2 Deskripsi Variabel	46
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.3 Analisis Data dan Interpretasi	59
4.3.1 Analisis Data	59
4.3.2 Interpretasi Hasil Pengujian	65
4.3.3 Implikasi Hasil Penelitian	69
BAB V : PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Usia	44
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	45
4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.5 Deskripsi Variabel Bukti Fisik (X1)	48
4.6 Deskripsi Variabel Kecandalan (X2)	49
4.7 Deskripsi Variabel Daya Tanggap (X3)	51
4.8 Deskripsi Variabel Jaminan (X4)	52
4.9 Deskripsi Variabel Empati (X5)	53
4.10 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	55
4.11 Nilai VIF dan nilai Tolerance untuk Uji Multikolinearitas	57
4.12 Hasil Uji Regresi Berganda Uji F dan T	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Asumsi Klasik : Normalitas	59
4.2 Asumsi Klasik : Heteroskedastisitas	61



ABSSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT KUSUMA JAYA ANGKASA di Kota Surabaya

Oleh: MARCELLINA LISTYANINGRUM/201311012

Kualitas pelayanan merupakan totalitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar harapan konsumen dapat terpenuhi secara maksimal sehingga kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan. Salah satu contributor yang sering digunakan dalam mengembangkan kualitas sebuah perusahaan adalah kepuasan pelanggan, yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Tujuan penelitian untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui di antara-antara variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Jenis penelitian ini adalah *explanatory* dan data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada 60 responden, yang selanjutnya diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Hipotesis I dapat diterima karena $F_{hitung} = 20,283$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,283$ pada probabilitas 0,000. Artinya, variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis regresi berganda, variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 6,693 + 0,095X_1 + 0,073X_2 + 0,207X_3 + 0,935X_4 + 0,071X_5$ disimpulkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial dengan kepuasan pelanggan karena masing-masing variabel memiliki t_{hitung} ($tx_1 = 0,621$; $tx_2 = 0,515$; $tx_3 = 1,702$; $tx_4 = 9,644$; $tx_5 = 0,396$ lebih kecil dari $t_{tabel} 2,005$. Jaminan merupakan variabel penting dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan variabel lainnya, sehingga Hipotesis II tidak diterima. Terkait dengan hasil penelitian ini, maka pengelola PT Kusuma Jaya Angkasa hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati karena telah terbukti memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Hal ini berdampak pada persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Setiap usaha yang berorientasi bisnis selalu mengutamakan menciptakan rasa puas pada pelanggan, karena pelanggan adalah komponen utama bagi keberlangsungan hidup usaha.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk mempertahankan dan menarik konsumen baru di masa sekarang ini. Kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.

Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi

rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang dipakai, yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar. Dalam menentukan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen, yang diimplementasikan ke dalam harapan dan keinginannya. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunakan.

Kualitas pelayanan yang maksimal, merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan tersebut. Tidak sedikit pelanggan beralih ke produk yang sesuai dengan yang diharapkannya. Apabila hal ini terjadi tentunya sangat merugikan perusahaan, dalam kegiatan operasionalnya. Mengingat untuk mendapatkan pelanggan baru lebih besar biayanya, dibandingkan dengan pengorbanan dalam mempertahankan pelanggan lama. Merupakan prioritas utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan, adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen.

Karena itu pihak pemasar di dalam menetapkan suatu kebijakan pelayanan, harus mengerti dan memahami setiap dimensi sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan setiap konsumen, sehingga antara kebijakan pelayanan suatu perusahaan dengan keinginan dan harapan yang dianggap penting oleh konsumen untuk dilaksanakan perusahaan, tidak menimbulkan suatu kesenjangan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Kotler (2001 : 46) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. PT Kusuma Jaya Angkasa merupakan salah satu perusahaan yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan perjalanan wisata dan pendidikan penerbangan di kota Surabaya. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT Kusuma Jaya Angkasa.

Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa kurang / tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas / pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PT. Kusuma Jaya Angkasa pada masyarakat harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik di masa mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh PT Kusuma Jaya Angkasa.

Kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Kusuma Jaya Angkasa di Surabaya”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan yang meliputi : bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kusuma Jaya Angkasa Surabaya ?

2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kusuma Jaya Angkasa Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang meliputi : bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kusuma Jaya Angkasa Surabaya
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kusuma Jaya Angkasa Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengetahui pengembangan wawasan dibidang pemasaran dan membandingkan antara teori yang dipelajari dengan

kenyataan permasalahan yang terjadi pada dunia nyata.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

4. Bagi Universitas Katolik Widya Karya Malang

Hasil penelitian ini menjadi sumbangan becaan ilmiah yang ada di perpustakaan Unika Widya Karya Malang, yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang mengadakan penelitian dengan permasalahan yang sama.

