

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PIA CAP MANGKOK MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



Disusun Oleh

KURNIAWAN SAMUEL HARYONO

NIM : 200911011

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA

MALANG

2013

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kurniawan Samuel Haryono
NIM : 200911011
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PIA CAP MANGKOK MALANG

Malang, 27 Mei 2013

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dra. Anni Yudiastuti,MP

Drs.Cornelius Niwadolo,M.M.

NIK : 190015

NIK : 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Jurusan Manajemen,

Drs.Cornelius Niwadolo,M.M

Dra.Anni Yudiastuti,MP

NIK : 185004

NIK : 190015

Skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PIA CAP MANGKOK MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama: Kurniawan Samuel Haryono

NIM : 200911011

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal: 28 Mei 2013 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1)

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang

Drs.Cornelius Niwadolo,M.M.

NIK : 185004

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Dra.Anni Yudiastuti,MP

.....

2. Drs.Cornelius Niwadolo,M.M.

.....

3. Dr. Junianto Tjahjo,M.M

.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang beretanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PIA CAP MANGKOK MALANG merupakan karya asli dari:

Nama : Kurniawan Samuel Haryono

NIM : 200911011

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

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

Malang, 27 Mei 2013

Kurniawan Samuel

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dra. Anni Yudiastuti,MP

Drs.Cornelius Niwadolo,M.M.

NIK : 190015

NIK : 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Jurusan Manajemen,

Drs.Cornelius Niwadolo,MM

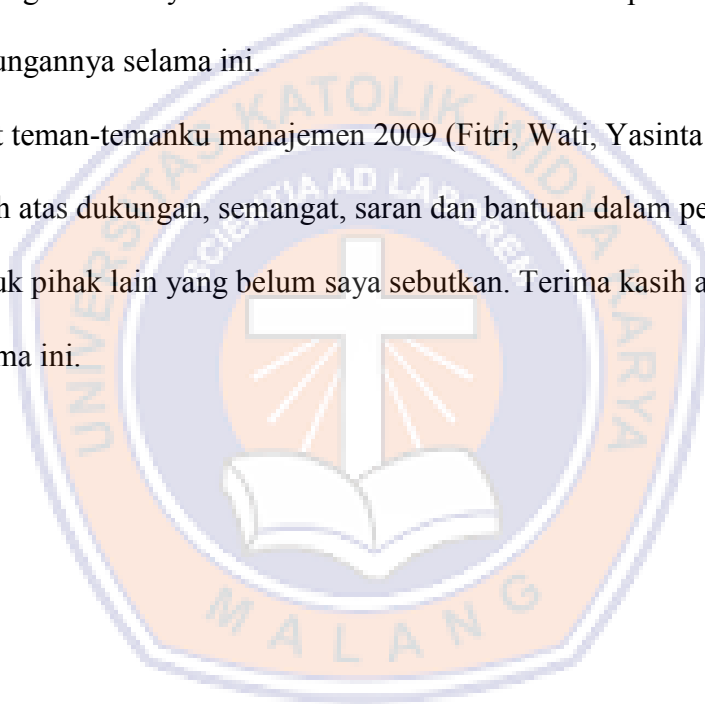
Dra.Anni Yudiastuti,MP

NIK : 185004

NIK : 190015

Persembahan

1. TUHAN YESUS Terima Kasih Atas Berkat dan AnugerahMu, Cinta dan Kasih KaruniaMu Yang Engkau Berikan Selama Ini Kepadaku. Engkau Selalu Memimpin Hidupku dan Menyertai Langkahku sehingga saya dapat menyelesaikan studi dan skripsi Ini Dengan Lancar.
2. Keluargaku yang selalu setia memberi doa, semangat, kasih sayang, maupun dukungan buat saya. Terima kasih buat Mama dan Papa Tercinta atas doa dan dukungannya selama ini.
3. Buat teman-temanku manajemen 2009 (Fitri, Wati, Yasinta dan Alex) terima kasih atas dukungan, semangat, saran dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
4. Untuk pihak lain yang belum saya sebutkan. Terima kasih atas bantuan kalian selama ini.



Motto Hidup

Don't Do Something That You'll Regret Later

(Jangan melakukan sesuatu yang akan membuat kamu menyesal nanti)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Kurniawan Samuel Haryono
NIM : 200911011
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Tempat tanggal lahir : Blitar, 22 November 1988
Alamat : Jl. Kyai Tamin 125 Malang
Nama orang tua : Agus Haryono
Ester Lianto
Riwayat pendidikan : Tahun 2001 tamat dari SDN Babadan 1 Wlingi.
: Tahun 2004 tamat dari SMPK 3 Yos Soedarso Blitar.
: Tahun 2007 tamat dari SMAK Diponegoro Blitar.
: Masuk Perguruan Tinggi Universitas Katolik Widya
Karya Malang pada Tahun 2009.



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur dalam kemuliaan Tuhan Yesus Yang Penuh Kasih atas rahmat, penyertaan dan kasih karunia-Nya yang begitu berlimpah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana ekonomi di Universitas Katolik Widya Karya Malang dengan judul skripsi **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PIA CAP MANGKOK MALANG”**

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan limpah terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan serta pengarahan dan motivasi, kepada yang terhormat:

1. Rm. Michael Agung Christiputra, O.Carm,M.A., selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. Drs.Cornelius Niwadolo,M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang dan Dosen Pembimbing II.
3. Dra. Anni Yudiastuti,M.P. selaku Ketua Jurusan dan Dosen Pembimbing I, yang telah banyak meluangkan waktunya dalam mengarahkan penelitian serta menyumbangkan tenaga dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff Universitas Katolik Widya Karya Malang, yang telah membantu, melayani serta mendukung peneliti dalam proses belajar mengajar selama empat tahun terakhir.
5. Bapak Werianto selaku pimpinan yang telah menerima atau membantu penulisan dalam penelitian pada perusahaan Pia Cap Mangkok.
6. Teman-teman seangkatan manajemen 2009, terima kasih atas kebersamaan, suka duka dan dukungannya selama empat tahun ini sehingga kita dapat sama-sama menyelesaikan skripsi dengan lancar.

Penulis sadar bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu demi kesempurnaan Skripsi ini mohon diberikan saran dan kritik yang dapat membangun penulis. Akhirnya semoga Tuhan Yang Maha Esa sebagai sumber berkat akan selalu memberikan anugerah dan berkat yang melimpah kepada semua pihak yang tulus dan ikhlas membantu, membekali ilmu, memberikan dorongan, motivasi, doa dan restu sehingga perjalanan studi dan Skripsi ini dapat terselesaikan.

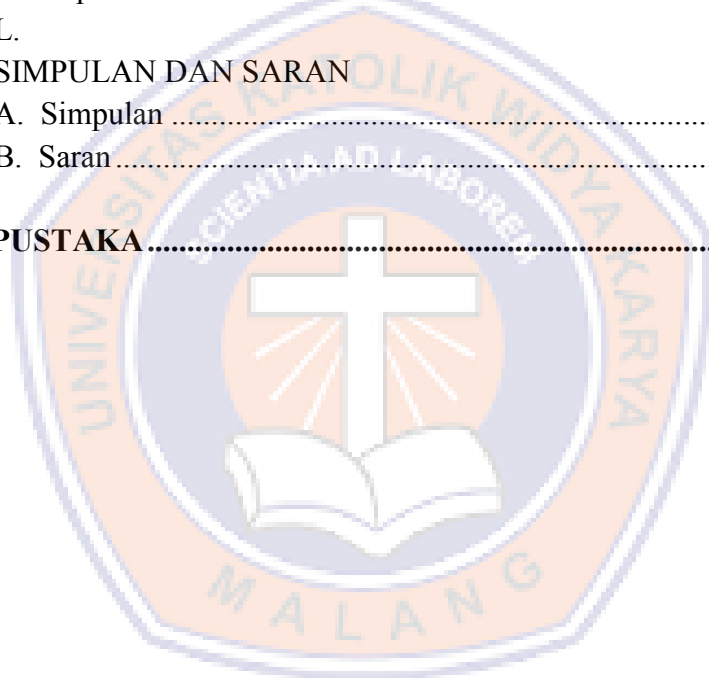
Malang, Juni 2013

Kurniawan Samuel.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	
HALAMAN KETERANGAN SURAT PENELITIAN	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	
PERSEMBAHAN	
MOTTO	
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	
HALAMAN DAFTAR ISI	i
HALAMAN DAFTAR TABEL	ii
HALAMAN ABSTRAKSI.....	
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	5
B. Penelitian Terdahulu	10
C. Kerangka Berpikir	13
D. Hipotesis.....	14
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	13
B. Ruang Lingkup.....	13
C. Lokasi Penelitian.....	13
D. Populasi dan Sampel	13
E. Jenis dan Sumber Data	15
F. Definisi Operasional Variabel.....	16
G. Metode Pengumpulan Data	17
H. Metode Analisis Data.....	18

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	25
B. Uji Instrumen	30
C. Asumsi Klasik.....	34
D. Karakteristik Responden	38
E. Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
F. Analisis Regresi Linier Berganda	54
G. Nilai Koefisien Korelasi dan Determinasi	57
H. Hasil Pengujian Hipotesis	58
I. Penentuan Variabel Bebas yang mempunyai pengaruh Dominan	61
J. Intepretasi Hasil Penelitian	62
K. Implementasi Hasil Penelitian	67
L.	
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	16
Tabel 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan Pia Cap Mangkok	27
Tabel 4.2	Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) (X_1)	30
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel Keandalan (<i>Reability</i>) (X_2)	31
Tabel 4.4	Uji Validitas Variabel Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) (X_3)	31
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>) (X_4).....	32
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Empati (<i>Emphaty</i>) (X_5)	32
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	33
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Multikolinearitas	35
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Data	36
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.13	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4.14	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.15	Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) (X_1).....	42
Tabel 4.16	Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keandalan (<i>Reability</i>) (X_2).....	44
Tabel 4.17	Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) (X_3).....	46
Tabel 4.18	Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>) (X_4).....	48
Tabel 4.19	Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Empati (<i>Emphaty</i>) (X_5).....	50
Tabel 4.20	Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y).....	51
Tabel 4.21	Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pia Cap Mangkok Malang.....	54
Tabel 4.22	Nilai Koefisien Korelasi dan Determinasi	57
Tabel 4.23	Hasil Uji F	58
Tabel 4.24	Perbandingan antara nilai T_{hitung} dengan T_{tabel}	60
Tabel 4.25	Tabel <i>standardized Coeficient Beta</i>	61

Abstraksi

Perusahaan-perusahaan saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan harus berorientasi pada strategi pemasaran. Hanya perusahaan yang berfokus kepada pelanggan yang berhasil menarik pelanggan dan bukan hanya berhasil memperkenalkan produk mereka saja, tetapi perusahaan juga mempertimbangkan kepuasan konsumen sebagai tujuan yang harus dicapai. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian.

Tujuan penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Pia Cap Mangkok Malang. 2) Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Pia Cap Mangkok Malang.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pia Cap Mangkok Malang, yang dibuktikan dengan nilai Sig. F sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ (5%). Variabel keandalan (*reability*) mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Pia Cap Mangkok Malang, hal tersebut terbukti koefisien regresi (*Standardized Coefficients Beta*) pada variabel tersebut mempunyai nilai terbesar jika dibandingkan dengan keempat variabel kualitas pelayanan yang lain yaitu dengan nilai koefisien sebesar 0,287.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan-perusahaan saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan harus berorientasi pada strategi pemasaran. Perusahaan yang berorientasi pada pemasaran akan berusaha melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan pasar dengan mempertimbangkan aspek konsumen sebagai obyek pemasaran yang perlu diperhatikan keinginannya. Hanya perusahaan yang berfokus kepada pelanggan yang berhasil menarik pelanggan dan bukan hanya berhasil memperkenalkan produk mereka saja, tetapi perusahaan juga mempertimbangkan kepuasan konsumen sebagai tujuan yang harus dicapai.

Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang yang ditawarkan akan mendapat kesan yang baik dimata masyarakat. Menurut Lupiyadi (2001:144), kualitas pelayanan pada dasarnya bersifat relatif yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, dimana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik,

keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas serta pelanggan memberi rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan perusahaan.

Pia atau bakpia adalah makanan ringan khas Kota Malang yang sangat terkenal. Pia Cap Mangkok adalah ikon jajanan/oleh-oleh khas Kota Malang. Diproduksi dengan resep turun-temurun secara higienis dan kualitas mutu yang terjamin. Isi di dalamnya terasa begitu lembut dengan perpaduan rasa manis dan gurih yang pas. Pia dibikin tanpa bahan pengawet, karena itu pia hanya tahan selama 2 minggu. Setiap pengiriman ke pelanggan, pia dalam kondisi baru dibikin 'Fresh from the Oven'.

Kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya (Kotler, 2005:36).

Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat begitu saja diraih, tetapi memerlukan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan guna meyakinkan pelanggan bahwa Pia Cap Mangkok Malang merupakan makanan ringan terbaik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penelitian ini akan dilaksanakan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pia Cap Mangkok Malang”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pia Cap Mangkok Malang?
2. Dimensi Kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Pia Cap Mangkok Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Pia Cap Mangkok Malang.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Pia Cap Mangkok Malang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
Diharapkan penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dalam mempelajari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan pelanggan.

3. Bagi universitas

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan dimasa yang akan datang.

4. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan dalam memecahkan masalah kualitas pelayanan.

