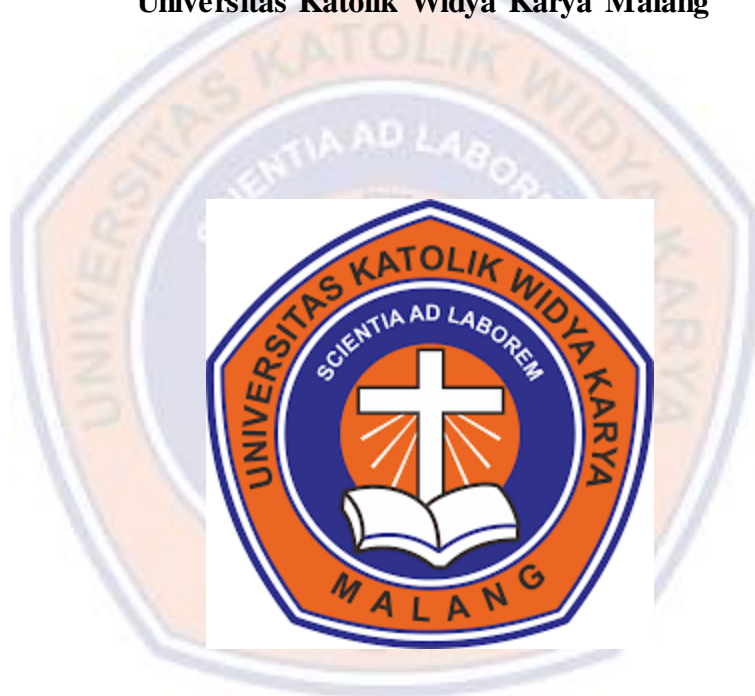


**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SAYCHEESE *PHOTOBOOTH* MALANG**

SKRIPSI

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



**DISUSUN OLEH:
ADOLF ROMANO
(201511001)**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
2019**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ADOLF ROMANO
NIM : 201511001
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAYCHEESE
PHOTOBOOTH MALANG

Malang, 21 Juni 2019

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN : 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadalo, M.M.

NIK : 198510110004

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

DR. Dra. M.A.F. Suprpti, M.M.
NIDN : 0706016401

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SAYCHEESE *PHOTOBOOTH* MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : ADOLF ROMANO

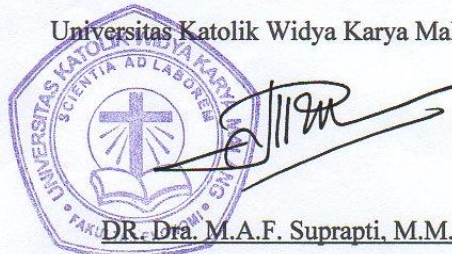
NIM : 201511001

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal : 25 Juni 2019 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang



DR. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M.

NIDN : 0706016401

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIK : 198510110004
3. Drs. Petrus Megu, M. M
NIK : 0728025501

TANDA TANGAN

.....
.....
.....



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Peter Budiman
Jabatan : Operational Manager
Perusahaan : Saycheese Photobooth
Alamat : Jalan Karya Timur no. 15, Malang

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Adolf Romano
NIM : 201511001
Fak / Jur. : Ekonomi / Manajemen
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penelitian skripsinya yang berjudul: **PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAYCHEESE PHOTOBOOTH MALANG** sejak bulan 9 Januari 2019 sampai 20 Mei 2019, dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Malang, 10 Juni 2019

Saycheese Photobooth



Say Cheese
PHOTOBOOTH
Jl. Karya Timur Wonosari No. 15
Blimbing, Malang
Telp. 087860267576

Peter
(Peter Budiman)

Operational Manager

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Saycheese Photobooth Malang”** merupakan karya asli dari:

Nama : ADOLF ROMANO
NIM : 201511001
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

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

Malang, 21 Juni 2019



(Adolf Romano)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN : 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.

NIK : 198510110004

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

DR. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M.
NIDN : 0706016401

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401

DAFTAR ISI

JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1. Tujuan Penelitian.....	2
2. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	5
1. Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	6
B. Kajian Teori.....	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Pengertian Jasa	9
3. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
4. Pengertian Kepuasan Pelanggan	10
C. Kerangka Pikir.....	11
D. Hipotesis	12
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	13
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
C. Lokasi Penelitian.....	13
D. Populasi dan Sampel	13

1. Populasi.....	13
2. Sampel.....	14
E. Sumber dan Jenis Data	15
1. Sumber Data	15
a. Data Primer	15
b. Data Sekunder	15
2. Jenis Data	16
a. Data Kualitatif	16
b. Data Kuantitatif	16
F. Definisi Operasional	16
G. Metode Pengumpulan data	19
H. Skala Pengukuran.....	19
I. Teknik Analisis Data.....	20
1. Uji Instrumen.....	20
a. Uji Validitas	20
b. Uji Reliabilitas.....	21
2. Uji Asumsi Klasik	21
a. Uji Normalitas	21
b. Uji Multikolinieritas	22
c. Uji Heteroskedastisitas	22
3. Uji Hipotesis.....	23
a. Uji F.....	23
b. Uji T	23

BAB IV ANALISA DAN INTERPRETASI DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	24
1. Sejarah Saycheese <i>Photobooth</i>	24
2. Visi dan Misi Saycheese <i>Photobooth</i>	25
3. Struktur Organisasi.....	25
4. Jenis Pelayanan Saycheese <i>Photobooth</i>	27
B. Penyajian Data Penelitian.....	28
1. Gambaran Umum Responden	28
a. Responden Menurut Jenis Kelamin.....	28

b. Responden Menurut Pekerjaan.....	29
c. Responden Menurut Usia	30
d. Responden Asal Daerah	30
2. Analisis Data Distribusi Frekuensi Responden	31
a. Tabulasi Kriteria Berwujud	31
b. Tabulasi Kriteria Keandalan.....	32
c. Tabulasi Kriteria Daya Tanggap	34
d. Tabulasi Kriteria Jaminan	35
e. Tabulasi Kriteria Empati	37
f. Tabulasi Kepuasan Konsumen.....	38
3. Uji Instrumen.....	40
a. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
1) Uji Validitas	40
2) Uji Reliabilitas.....	41
b. Uji Asumsi Klasik	42
1) Uji Normalitas	42
2) Uji Multikolinieritas	43
3) Uji Heteroskedastisitas	44
c. Analisis Regresi Linier Berganda	46
d. Uji Hipotesis.....	49
1) Uji F.....	49
2) Uji T	50
3) Koefisien Determinasi.....	51
e. Pembahasan.....	52
1) Deskripsi Hasil Penelitian	52
2) Implikasi Hasil Penelitian	55

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	58
B. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA60

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....26
Gambar 4.2 Pengujian Normalitas43
Gambar 4.3 Pengujian Heterokedastisitas.....45



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan	29
Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Usia	30
Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Asal Daerah.....	30
Tabel 4.5 Tabulasi Kriteria Berwujud	31
Tabel 4.6 Tabulasi Kriteria Kehandalan	32
Tabel 4.7 Tabulasi Kriteria Daya Tanggap	34
Tabel 4.8 Tabulasi Kriteria Jaminan	35
Tabel 4.9 Tabulasi Kriteria Empati	37
Tabel 4.10 Tabulasi Kepuasan Konsumen	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.13 <i>Varianced Inflation Factor</i> dan <i>Tolerance</i>	44
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.15 Uji F	49
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi.....	51

**Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Saycheese
Photobooth Malang**

ABSTRAKSI

Kebutuhan dan keinginan para konsumen selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi, pendidikan, dan sosial budaya. Perubahan inilah yang selalu memengaruhi sistem pola konsumsi pada masyarakat. Oleh karena itu untuk mengatasi perilaku pembelian konsumen yang sangat variatif, maka perusahaan perlu sedini mungkin mengidentifikasi sikap konsumen atas keputusan pembelian produk yang hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Dalam era perdagangan bebas setiap perusahaan jasa selalu menghadapi pesaing yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kualitas pelayanannya, serta keinginan perusahaan yang berusaha untuk memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing.

Tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dimensi kualitas layanan yang terdiri dari berwujud (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Saycheese *Photobooth* dan untuk mengetahui indikator yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Saycheese *Photobooth*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa *photobooth* dan dihitung menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 60 responden dengan teknik *proportional random sampling*.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan (bersama-sama) Variabel kualitas dimensi layanan jasa, kriteria berwujud (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) di Saycheese *Photobooth* Malang. Dengan persamaan regresi dari hasil analisis regresi berganda :

$$Y = 2.720 + 0.079X1 + 0.102X2 + 0.127X3 + 0.272X4 + 0.162X5$$

secara parsial dapat diketahui bahwa kriteria jaminan (X4) berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Saycheese *Photobooth* Malang di mana nilai *standardized coefficients* terbesar dibandingkan dengan nilai indikator lainnya yaitu 0.000.

Keyword : kualitas layanan jasa, kepuasan konsumen

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan dan keinginan para konsumen selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi, pendidikan, dan sosial budaya. Perubahan inilah yang selalu memengaruhi sistem pola konsumsi pada masyarakat. Oleh karena itu untuk mengatasi perilaku pembelian konsumen yang sangat variatif, maka perusahaan perlu sedini mungkin mengidentifikasi sikap konsumen atas keputusan pembelian produk yang hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat.

Dalam era perdagangan bebas setiap perusahaan jasa selalu menghadapi pesaing yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kualitas pelayanannya, serta keinginan perusahaan yang berusaha untuk memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Dalam hal ini promosi yang diberikan kepada konsumen juga sangat bagus dalam menarik minat konsumen, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan keputusan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami sesuai dengan harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di mana

perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 2009).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kriteria kualitas layanan yang terdiri dari berwujud (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Saycheese *Photobooth* Malang?
2. Diantara kriteria kualitas layanan. manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kriteria layanan yang terdiri dari berwujud (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Saycheese *Photobooth*.
 - b. Untuk mengetahui diantara kriteria kualitas layanan. manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen
2. Manfaat Penelitian
 - a. Bagi peneliti

Sebagai pengalaman yang cukup berharga bagi peneliti untuk mengimplementasikan berbagai teori yang berkaitan dengan penelitian khususnya di bidang manajemen pemasaran.

b. Bagi perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran kepada pihak Saycheese *Photobooth* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif saat ini.

c. Bagi universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan bahan referensi dan perbandingan dalam penyusunan skripsi dengan tema yang sama.

