

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN ELPIJI 3 KILOGRAM
PADA PT. AROMA JAYA SEJATI DI SRAGEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

ERSYAD YANOKI K.
B 100 060 075

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN ELPIJI 3 KILOGRAM
PADA PT. AROMA JAYA SEJATI DI SRAGEN ”**

Yang ditulis oleh :

ERSYAD YANOKI K.
NIM : B 100 060 075

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Juli 2010

Pembimbing Utama

(Basworo Dibyo, SE, M.Si)

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura Telep. (0271) 717417 Surakarta-7102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ERSYAD YANOKI K.
NIRM : 05.6.106.02016.50075
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ELPIJI 3 KILOGRAM PADA PT. AROMA SEJATI DI SRAGEN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2010

Yang membuat pernyataan,

Ersyad Yanoki K.

MOTTO

Barangsiapa mengerjakan amal salih, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik, dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan (QS. An-Nahl : 79)

Nasib kita ditentukan oleh tindakan kita. Kita harus menemukan keunggulan diri, bukan dengan duduk manis dan menunggu keunggulan itu datang sendiri. (Aung San Sun Kyi)

PERSEMBAHAN

- Ayah dan Ibuku tercinta, yang telah melimpahkan kasih sayang, nasehat, bimbingan, dukungan serta doa restunya
- Semua teman-teman kuliah yang selalu mendukung aku.
- Anak-anak Manajemen 2006 semoga sukses semua.
- Almamater UMS Tercinta.

Kata Pengantar



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr.H. Triyono, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Basworo Dibyo, SE, M.Si selaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini
5. Bapak Prof. Dr. Wahyudin, MS selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu studi akademisku selama ini.
6. Seluruh dosen Manajemen FE UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

7. Ibu yang telah memberikan kasih sayangnya dan memberikan dorongan spiritual & material kepadaku sehingga aku dapat menyelesaikan kuliahku ini tepat waktu.
8. Teman-teman kuliah ku angkatan 2006. Semoga kekompakan kita dan kebersamaan kita dapat terjalin hingga kita memiliki kehidupan sendiri-sendiri. Thanks atas kebersamaan kita selama ini.
9. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kata tak lepas dari sifat manusiawi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk dapat dijadikan pedoman bagi penulis kelak dikemudian hari.

Surakarta, Juli 2010

(Penulis)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Pembatasan Masalah	2
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
F. Sistematika Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Definisi Kepuasan Konsumen.....	6
B. Dimensi Kualitas Jasa	7
C. Karakteristik Jasa.....	9

D. Konsep Pengukuran Kepuasan Pelanggan	11
E. Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan	12
F. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	13
G. Tinjauan Penelitian Terdahulu	16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran	18
B. Definisi Operasional Variabel	18
C. Hipotesis	20
D. Populasi dan Sampel	21
E. Jenis dan Sumber Data	22
F. Metode Pengumpulan Data.....	22
G. Instrumen Penelitian.....	23
H. Analisis Data	25

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Responden	30
B. Analisis Data	33
C. Pembahasan	46

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	49
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 31
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 31
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 32
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 33
Tabel 4.6	Rangkuman Hasil Uji Validitas <i>Realibility</i> 34
Tabel 4.7	Rangkuman Hasil Uji Validitas <i>Tangible</i> 34
Tabel 4.8	Rangkuman Hasil Uji Validitas <i>Responsiveness</i> 35
Tabel 4.9	Rangkuman Hasil Uji Validitas <i>Assurance</i> 35
Tabel 4.10	Rangkuman Hasil Uji Validitas <i>Empathy</i> 35
Tabel 4.11	Rangkuman Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen 36
Tabel 4.12	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas..... 37
Tabel 4.13	Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda..... 38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	18

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Aroma Sejati di Sragen. Pengambilan data tentang kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Aroma Sejati dilaksanakan dengan membagikan kuisioner kepada 100 orang responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, dimana konsumen diketahui berdasarkan seberapa sering intensitas pembelian tabung gas elpiji 3 kg di PT. Aroma Sejati. Teknik analisis data yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi parsial (uji t), analisis regresi bersama-sama (uji F) dan analisis koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil analisis regresi berganda nilai koefisien regresi menunjukkan pengaruh positif dari atribut kualitas pelayanan yaitu *reliability* (0,664), *tangible* (0,140), *responsiveness* (0,02795), *assurance* (0,197), dan *empathy* (0,120), terhadap kepuasan konsumen PT. Aroma Sejati di Sragen. Berdasarkan hasil analisis regresi parsial (uji t), menunjukkan pengaruh positif dari atribut kualitas pelayanan yaitu t hitung *reliability* (6,971), *tangible* (2,519), *assurance* (2,134), dan *empathy* (2,358) mempunyai pengaruh yang signifikan, dan hanya variabel *responsiveness* (0,365) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Aroma Sejati di Sragen. dimana t_{hitung} atribut tersebut lebih besar dari t_{tabel} , (1,986). Berdasarkan hasil analisis regresi bersama-sama (uji F), menunjukkan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($23,369 > 2,29$). Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2), menunjukkan angka 0,553 atau 55,3 %. berarti masih terdapat variabel lain di luar penelitian sebesar $100\% - 55,3\% = 44,7\%$ yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Aroma Sejati. Saran yang dapat disampaikan bahwa PT. Aroma Sejati sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan secara umum dan khususnya peningkatan pada variabel *reliability*, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Kata kunci : *reliability, tangible, responsiveness, assurance, dan empathy*