PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP SIKAP KONSUMEN PADA PO. GAJAH MUNGKUR DI WONOGIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat Guna Mencapai
elar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

Indra Bayu Sekar Aji

NIM. B. 100 050 229

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010

HALAMAN PENGESAHAN

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

PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP SIKAP KONSUMEN PADA PO. GAJAH MUNGKUR DI WONOGIRI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Indra Bayu Sekar Aji

NIM. B. 100 050 229

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal :

12 april 2010

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing Utama

(Drs. Agus Muqorobin, M.M.)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

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

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta-57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Bayu Sekar Aji
NIRM : 02.6.106.02016.50229
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Sikap Konsumen Pada PO. Gajah Mungkur di Wonogiri.

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 di kemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun di Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan Ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 April 2010
Yang membuat pernyataan,

INDRA BAYU SEKAR AJI

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kami telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Allah kamu berharap”.

(QS. Al Insiroh: 6-8)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati Kupersembahkan karya ini untuk:

1. Bapak dan Ibunda tercinta yang selalu kuhormati dan kusayangi, terima kasih atas semua dorongan, bimbingan, petunjuk, nasehat-nasehat serta doa restu yang telah diberikan kepada ananda selama ini.
2. Kakakku-kakakku tercinta, semoga sukses selalu.
3. Sahabat-sahabat dan teman-teman kost yang selalu memberikan keceriaan, semoga persahabatan tetap terjaga.
4. Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta karuniaNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : "ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP SIKAP KONSUMEN PADA PO. SEDYO MULYA DI WONOGIRI" sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Strata 1 (S_1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Dr. H. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorrobin, MM, selaku Ketua Jurusan dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis.
4. Segenap staf dan karyawan Fakultas ekonomi yang telah memberikan banyak kemudahan dan bantuannya.

5. Bapak dan Ibu serta Kakak-kakakku atas nasehat dan dorongan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua keluarga besar di Sukoharjo yang telah mau membantu dalam pembuatan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari akan keterbatasan kemampuan yang ada, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dan mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan tentu bagi penulis sendiri.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 12 April 2010

Penulis.

DAFTAR ISI

			Halaman
HALAMAN JUDUL			i
HALAMAN PENGESAHAN			ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI			iii
HALAMAN MOTTO			iv
HALAMAN PERSEMBAHAN			v
KATA PENGANTAR			vii
DAFTAR ISI			ix
DAFTAR TABEL			xi
DAFTAR GAMBAR			xii
ABSTRAKSI			xiii
BAB	I.	PENDAHULUAN	
		A. Latar Belakang Masalah	1
		B. Perumusan Masalah	6
		C. Tujuan Penelitian	6
		D. Manfaat Penelitian	7
		E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB	II	TINJAUAN PUSTAKA	
		A. Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran	9
		B. Pemasaran dan Strategi Pemasaran Jasa	10
		C. Konsep *Total Quality Service*	11

D. Kualitas Pelayanan Jasa 13

E. Sikap Konsumen 18

F. Tinjauan Penelitian Terdahulu 20

G. Hipotesis 23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Kerangka Penelitian 24

B. Metode Penelitian 25

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 34

B. Gambaran Umum Responden 42

C. Analisis Data dan Pembahasan..... 48

D. Pembahasan Hasil Analisis 56

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 60

B. Keterbatasan Penelitian 61

C. Saran-saran 62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Usia 42

Tabel 4.2. Deskripsi Responden menurut Jenis Kelamin 43

Tabel 4.3. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan (profesi)..... 43

Tabel 4.4. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan..... 44

Tabel 4.5. Deskripsi Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan 44

Tabel 4.6. Rekapitulasi Uji Validitas Kuesioner Kualitas Pelayanan 45

Tabel 4.7. Rekapitulasi Uji Validitas Kuesioner Sikap Konsumen 46

Tabel 4.8. Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas..... 47

Tabel 4.9. Rekapitulasi Hasil Uji t 49

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Kerangka Pemikiran 24

Gambar 4.1. Struktur Organisasi PO. GAJAH MUNGKUR 36

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian: 1) Menganalisis dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsevenes, assurance*, dan *empathy* berpengaruh terhadap sikap konsumen baik secara parsial maupun bersama-sama; 2) Mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan jasa yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap sikap konsumen pada PO. Gajah Mungkur di Wonogiri.

Hipotesis dalam penelitian ini: 1) Dimensi kualitas pelayanan jasa simpan pinjam yang terdiri dari *tangible, reliability, responsevenes, assurance*, dan *empathy* berpengaruh signifikan secara bersama-sama maupun parsial terhadap sikap konsumen pada PO. Gajah Mungkur di Wonogiri; 2) Faktor *reliability* dan *responsevenes* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap sikap konsumen pada PO. Gajah Mungkur di Wonogiri.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna jasa PO. Gajah Mungkur di Wonogiri. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden para pemakai jasa armada PO. Gajah Mungkur di Wonogiri. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* dan *convinence sampling*. Adapun alat analisis yang digunakan adalah: uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan R^2.

Berdasarkan analisis data maka dapat disimpulkan : 1) Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui persamaannya bahwa: $Y = 0{,}027 + 0{,}325X_1 + 0{,}265X_2 + 0{,}352X_3 + 0{,}261X_4 + 0{,}198X_5$, artinya bahwa variabel *tangible, reliability, responseveness, assurance, dan empathy* mempunyai pengaruh yang positif terhadap sikap konsumen di PO. Gajah Mungkur di Wonogiri; 2) Berdasarkan hasil analisis uji t, didapatkan nilai t_{hitung} untuk tangible sebesar 3,050 > t_{tabel} (1,990), variabel *reliability* didapatkan t_{hitung} (3,194) > t_{tabel} (1,990), variabel *responsevenes* didapatkan t_{hitung} (3,365) > t_{tabel} (1,990), variabel *assurance* didapatkan t_{hitung} (2,714 > t_{tabel} (1,990), dan variabel *empathy* didapatkan t_{hitung} (2,855) > t_{tabel} (1,990), artinya semakin baik *tangible, reliability, responseveness, assurance, dan empathy* yang diberikan maka semakin baik dan naik pula sikap konsumen tersebut, dan variabel *tangible* merupakan faktor yang dominan pengaruhnya. Hasil uji t tersebut membuktikan bahwa hipotesis kedua (H_2) terbukti; 3) Hasil uji F diperoleh F_{hitung} > F_{tabel} ; 19,386 > 2,170 maka Ho ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responseveness, assurance, dan empathy* terhadap variabel sikap konsumen secara simultan. Berarti hipotesis pertama (H_1) terbukti kebenarannya; 4) Analisis koefisien determinasi diperoleh angka koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,508, artinya bahwa 50,80% variasi variabel sikap konsumen dapat dijelaskan oleh variabel *tangible, reliability, responseveness, assurance, dan empathy*, sedangkan sisanya yaitu 49,20% tidak dijelaskan dalam penelitian ini, misalnya tempat yang strategis, jarak tempuh konsumen dengan agen bus, dan lain-lain.

Keywork: Dimensi Kualitas Pelayanan, Sikap Konsumen